

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

เจ้าของ.....

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

ที่ปรึกษา.....

ดร. พรชัย มงคลวนิช

มหาวิทยาลัยสยาม

ดร. สมศักดิ์ รุ่งเรือง

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

รศ. ดร. เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดร. วัลลภ สุวรรณดี

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

บรรณาธิการ.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษยา วงษ์สวัสดิกุล

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

กองบรรณาธิการ.....

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ วิจารณ์กิจอำนวย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร. วรภัทร โตธนะเกษม

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ศาสตราจารย์วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร. เซาว์ วิจารณ์แสง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร. สุทินันท์ พรหมสุวรรณ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร. พนาวัฒน์ ปานมณี

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ นันทแพทย์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพรินทร์ สมภพสกุล

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดร. สัมฤทธิ์ เทียนดำ

มหาวิทยาลัยสยาม

ดร. พันธ์ อุณหบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธนบุรี

ดร. พิจิตร เอี่ยมโสมภนา

มหาวิทยาลัยสยาม

ฝ่ายจัดการ.....

รองศาสตราจารย์ ดร. อำพล นววงศ์เสถียร

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรัสโสมภ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ดร. มานพ ศรีตุลยโชติ

สมาคมผู้รับทุนใจกล้าแห่งประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณา ปราชญ์ปรีชา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ดร. สุนันทา ปาสาเลา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อาจารย์อังคิภา แนวจำปา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ฝ่ายศิลปกรรมและจัดทำรูปเล่ม.....■

อาจารย์ทศพล ปราชญ์ปรีชา
อาจารย์ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ฝ่ายพิสูจน์อักษร.....■

ดร. เอกนรี ทุมพล
คุณณัฐวดี สิริวัต

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ฝ่ายสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศ.....■

คุณจิราวัฒน์ เพชรชู

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สถานที่ออกแบบและจัดพิมพ์.....■

- บริษัท กู๊ดเฮด พรินท์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป จำกัด

กำหนดเผยแพร่.....■

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 ม.ค. - มิ.ย., ฉบับที่ 2 ก.ค. - ธ.ค

อัตราค่าเผยแพร่ตีพิมพ์.....■

1. กรณีสมัครเป็นสมาชิกวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.
 - สมาชิกเป็นประเภทสถาบัน ปีละ 5,000 บาท อัตราค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความละ 4,500 บาท
 - สมาชิกประเภทบุคคล ปีละ 400 บาท อัตราค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ บทความละ 6,000 บาท
2. กรณีไม่สมัครเป็นสมาชิกวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.
 - ตราค่าค่าส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ บทความละ 6,000 บาท

ทั้งนี้ผู้เขียนชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความหลังจากบทความผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกพิจารณากลับกรองบทความ

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย

ศาสตราจารย์ ดร. วรภัทร โตธนะเกษม

ศาสตราจารย์ วิทวัส รุ่งเรืองผล

ศาสตราจารย์ ธนสรรค์ แขวงโสภา

ศาสตราจารย์ ดร. ปิเตอร์ รักธรรม

พลเรือตรีหญิง ศาสตราจารย์ ยุติ เปรมวิชัย

รองศาสตราจารย์ ดร. พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์

รองศาสตราจารย์ ดร. เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย

รองศาสตราจารย์ ดร. พนารัตน์ ปานมณี

รองศาสตราจารย์ ดร. สุพีชา พาณิชย์ปฐุม

รองศาสตราจารย์ ดร. ศศิวิมล มีอำพล

รองศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญศรี นิธิ์นัง

รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยาณี ภาคออต

รองศาสตราจารย์ ดร. สงวน วงษ์สวัสดิกุล

รองศาสตราจารย์ ดร. นิติ รัตน์ปรีชาเวช

รองศาสตราจารย์ ดร. ศิลปพร ศรีจันเพชร

รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล

รองศาสตราจารย์ ดร. กรไชย พรลภัสสรกร

รองศาสตราจารย์ ดร. ภคพล จักรพันธ์ อนุฤทธิ์

รองศาสตราจารย์ ดร. ปรียานุช อภิบุญโยภาส

รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ดร. เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์

รองศาสตราจารย์ ดร. สุธานันท์ โพธิ์ขาราช

รองศาสตราจารย์ ดร. พัทยา หลีกเพ็ชร

รองศาสตราจารย์ ดร. อมรรัตน์ ท้วมรุ่งโรจน์

รองศาสตราจารย์สุปราณี ศรีฉัตรวิมุข

รองศาสตราจารย์เพลินทิพย์ โกเมศโสภา

รองศาสตราจารย์พรชนก รัตน์ไพจิตร

รองศาสตราจารย์วิรัช สงวนวงศ์วาน

รองศาสตราจารย์เบญจวรรณ รักษ์สุธี

รองศาสตราจารย์ประนอม ไฉวินวิวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร. มัทธชัย สุทธิพันธุ์

รองศาสตราจารย์ ดร. อำพล นววงศ์เสถียร

รองศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนพันธ์ ไกล่ประกอบทรัพย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สราวุธ จันทรสุวรรณ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

วิทยาลัยพนมวันท์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยบูรพา

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

มหาวิทยาลัยนครพนม

มหาวิทยาลัยสยาม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรวรรณ นันทแพทย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวิภา ลาภศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลปวิภักย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วลัยยา ชูประดิษฐ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษยา วงษ์ขวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมรา ตีระศรีวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปวีร์ ศิริรักษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมยศ อวเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เบญจวรรณ บวรกุลภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์แนนน้อย ใจอ่อนน้อย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิประภา พันธนาเสวี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัตนา วงศ์ศรีมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวัฒน์ เบญญาศรีสวัสดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อีรศักดิ์ จินดาบก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพงษ์ กิตติวงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทวี วัชรเกียรติศักดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปาลิตา ศรีศร กำพล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ก่อพงษ์ พลโยธา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ สิทธีจิรพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชิต รัชตพิบูลภพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์มาดา วิชาศิลป์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา หล่อตระกูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรายุส พุ่มนตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อูรีย์ เจียสกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุตาสวรรค์ งามมงคลวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ตรีทิพ บุญแย้ม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อิตินันท์ ชาญโกศล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริชัย ดีเลิศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุมา ปราชญ์ปรีชา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุพงศ์ อวิรุทธา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุมาน จันทวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิภากร วัฒนสินธุ์
ดร. ภัทรดา รุ่งเรือง
ดร. ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์
ดร. มานพ ศรีตุลยโชติ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยวงษ์ขวลิตกุล
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สมาคมผู้รับทุนใจกล้าแห่งประเทศไทย

ดร. ชลิตา รัตนสาร
ดร. กฤษฎา ตันเปาว์
ดร. พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก
ดร. สิทธิชัย ฝรั่งทอง
ดร. ศจีรัตน์ เมธีสุภาพ
ดร. ยุทธกร ฤทธิไธสง
ดร. มุกดาวรรณ พลเดช
ดร. พยัต วุฒิมรงค์
ดร. กานต์จิรา ลิ้มศิริธง
ดร. บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ
ดร. อติเทพ ศรีคงศรี
ดร. นิตนา ฐานิตธนกร
ดร. ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ
ดร. เฉลิมพร เย็นเยือก
ดร. ภัทรณัชชา โชติคุณากิตติ
ดร. ทชชยา วรณบวรเดชน์
ดร. ญาณินี ทรงขจร

มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยสยาม
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ดำเนินการตีพิมพ์บทความวิชาการสาขาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการ และเพื่อเผยแพร่ผลงานอันเป็นประโยชน์ในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และประเทศชาติ

วารสาร ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2568 นี้ได้รวบรวมบทความที่ทันสมัยสาขาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้อย่างหลากหลายจาก นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับปริญญาเอกและปริญญาโท จากสถาบันการศึกษาชั้นนำต่าง ๆ โดยมีบทความภาษาต่างประเทศที่น่าสนใจประจำฉบับ อาทิ Technical Efficiency and Managerial Implications of Para Rubber Production in Upper Northern Thailand และบทความภาษาไทยที่น่าสนใจ อาทิ เมตาเวิร์สกับประสบการณ์ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อิทธิพลของการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการโครงสร้างเงินทุน และความสามารถในการชำระหนี้ที่มีต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย องค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่กลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรม และการเกษตรแบบหมุนเวียนเพื่อความยั่งยืนและความเป็นกลางทางคาร์บอน: ถอดบทเรียนจากจีนเพื่อการประยุกต์ใช้ในประเทศไทยและอาเซียน เป็นต้น นอกจากนี้บทความดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีบทความที่น่าสนใจให้ติดตามได้อีกหลายบทความในวารสารประจำฉบับนี้

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความจากวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในทางวิชาการและวิชาชีพ และหากผู้เขียนหรือผู้อ่านต้องการส่งบทความที่เป็นประโยชน์หรือมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อวารสารฉบับนี้สามารถส่งข้อเสนอแนะมาอีเมล apheitbus_journal@southeast.com เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวารสารฯ ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

บทความวิชาการ

เมตาเวิร์สกับประสบการณ์ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....11

คมกฤต วงศ์นาง ทศพล บุญศิริ และ รัตน์กมล ปวรวรรณ

การเกษตรแบบหมุนเวียนเพื่อความยั่งยืนและความเป็นกลางทางคาร์บอน: ถอดบทเรียนจากจีน.....23

เพื่อการประยุกต์ใช้ในประเทศไทยและอาเซียน

เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว วรกฤษณ์ นัยพิณ และ จิรภัทร บุญอาจ

บทความวิจัย

ปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน.....40

ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง

คณิต เรืองขจร อนันต์ ธรรมชาลัย และ พิศมัย จารุจิตติพันธ์

ต้นทุนและผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง.....56

ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

จิรนนท์ บุพพัฒนสมัย และ อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์

อิทธิพลของการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการ โครงสร้างเงินทุน และความสามารถ.....66

ในการชำระหนี้ที่มีต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ใน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปวีศา ขนกขนิกุล และ พรพรรณ นันทแพศย์

องค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน.....83

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่กลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรม

รณภพ นพสุวรรณ

การศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร.....	98
ของพนักงานบริษัทเอกชน	
กัญชพร ศรมณี และ วราภรณ์ คล้ายประยงค์	
Technical Efficiency and Managerial Implications of Para Rubber Production.....	109
in Upper Northern Thailand	
Itthirit Wongchai	
การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นและการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรที่ส่งผลต่อการลดต้นทุน.....	121
ในกระบวนการผลิต กรณีศึกษา บริษัทผลิตชิ้นส่วนทองเหลือง ในเครื่องปรับอากาศแห่งหนึ่ง	
ในจังหวัดปทุมธานี	
บุญญาดา นาสมบูรณ์ และ เสาวลักษณ์ ทองเอียด	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยของผู้บริโภค.....	140
จังหวัดนครราชสีมา	
จอมกัก จันทะคัต ภมรย์ สุกุลเลิศวัฒนา บารมี วรรณพงษ์เจริญ และ พิชญ์ วรรณพงษ์เจริญ	

เมตาเวิร์สกับประสบการณ์ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Metaverse and Customer Experiences in the Tourism Industry

คมกฤต วงศ์นาง*

คณบดี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

Komgrit Wongnang*

Dean of Faculty of Business Administration, Payap University

E-mail: komgrit_w@payap.ac.th; Ph: 081-882-0764

*Corresponding author

ทศพล บุญศิริ

อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาดดิจิทัล สาขาวิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

Thosaphon Bunsiri

Lecturer of Digital Marketing Program. Department of Marketing.

Faculty of Business Administration, Payap University

E-mail: thosaphon_b@payap.ac.th; Ph: 099-381-9642

รัตน์กมล ปวรวรรณ

อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาดดิจิทัล สาขาวิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

Ratkamon Pavorawat

Lecturer of Digital Marketing Program. Department of Marketing.

Faculty of Business Administration, Payap University

E-mail: ratkamon@payap.ac.th; Ph: 081-998-1492

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 11 มีนาคม 2568
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 6 พฤษภาคม 2568
ครั้งที่ 2	: 10 กันยายน 2568
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 15 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้นำเสนอศักยภาพของเทคโนโลยีเมตาเวิร์สในการเปลี่ยนแปลงการตลาดในยุค 5.0 โดยมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่สมจริงและมีส่วนร่วมสูงสำหรับผู้บริโภค โดยการปรับกลยุทธ์การตลาดดั้งเดิม การส่งเสริมประสบการณ์ลูกค้า และการสร้างชุมชนที่มีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า เช่น การโฆษณาในโลกเสมือนจริง การตลาดคู่ขนานกับชีวิตจริง การขายสินค้าสำหรับตัวตนดิจิทัล และการสร้างร้านค้าเสมือนจริง เทคโนโลยีเสมือนจริง (VR) ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมจำลองที่ผู้ใช้สามารถรับรู้และมีปฏิสัมพันธ์ได้ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น แว่น VR และชุดหูฟัง ขณะที่เทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) จะผสมผสานโลกเสมือนกับโลกจริงโดยการแสดงภาพ เสียง หรือข้อมูลดิจิทัลผ่านอุปกรณ์ เช่น สมาร์ทโฟนหรือแว่น AR เพื่อเพิ่มประสบการณ์และข้อมูลให้กับผู้ใช้ ตัวอย่างการใช้ AR เช่น การสร้างภาพเสมือนในเกม การนำทางในแผนที่ หรือการใช้งานในการศึกษาและการตลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารเทคโนโลยีเมตาเวิร์สในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสร้างประสบการณ์เสมือนจริงผ่านทัวร์เสมือนจริงที่สามารถเข้าถึงสถานที่และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นได้นอกจากนี้ เมตาเวิร์สยังมีผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบที่สำคัญต่อประสบการณ์ผู้บริโภค ดังนั้นเมตาเวิร์สมีศักยภาพในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเสมือนจริงที่สมจริงที่ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ให้กับท้องถิ่น อย่างไรก็ตามยังมีความเสี่ยงด้านลบ ในการเสพติดที่กระทบสุขภาพจิต การบิดเบือนวัฒนธรรมจากการนำเสนอที่ผิดถูกต้อง และความเหลื่อมล้ำจากต้นทุนอุปกรณ์ที่สูง

คำสำคัญ: เมตาเวิร์ส จักรวาลเสมือน ประสบการณ์ผู้บริโภค การท่องเที่ยว

Abstract

This academic article explores the potential of metaverse technology to transform marketing in the 5.0 era. It focuses on creating immersive and highly engaging experiences for consumers by adapting traditional marketing strategies, enhancing customer experiences, and building engaged communities to improve business competitiveness. The use of digital technology to deliver immersive customer experiences includes virtual reality advertising, parallel marketing, selling products for digital identities, and creating virtual stores. Virtual Reality (VR) creates simulated environments that users can perceive and interact with through devices such as VR glasses and headsets, while Augmented Reality (AR) blends the virtual and real worlds by displaying images, sounds, or digital data through devices such as smartphones or AR glasses. These technologies enhance user experiences and information. Examples of AR applications include creating virtual images in games, navigating maps, and using AR in education and marketing to improve communication. Metaverse technology in the tourism industry enables virtual experiences through virtual tours, providing access to local landmarks and histories. Furthermore, the metaverse has both positive and negative impacts on consumer experiences. On the positive side, it has the potential to create immersive virtual tourism experiences that promote cultural preservation and generate new economic opportunities for local communities. However, it also poses risks, including addiction, which can impact mental health, cultural distortion from inaccurate representations, and inequality resulting from high equipment costs.

Keywords: Metaverse, Customer Experiences, Tourism

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม เมตาเวิร์ส (Metaverse) ได้ถูกมองว่าเป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ต่อหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับ “ประสบการณ์” ของผู้บริโภคเป็นหลัก เมตาเวิร์สเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสโลกเสมือนจริงผ่านการใช้เทคโนโลยีเสริม เช่น VR (Virtual Reality)¹ และ AR (Augmented Reality)² ที่สามารถสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลให้ใกล้เคียงกับประสบการณ์จริง

ความสำคัญของการนำเมตาเวิร์สมาใช้ในภาคการท่องเที่ยว ไม่ได้จำกัดเพียงการ “จำลอง” แหล่งท่องเที่ยว แต่ยังช่วยสร้างมิติใหม่ของการมีส่วนร่วม (Engagement) และ ความเป็นส่วนตัว (Personalization) ของประสบการณ์ท่องเที่ยว ผู้บริโภคสามารถ “ทดลองท่องเที่ยว” ก่อนการเดินทางจริง เพื่อประกอบการตัดสินใจ ลดความเสี่ยง เพิ่มความมั่นใจ และสร้างความคาดหวังที่ชัดเจน นอกจากนี้ยังตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่มองหาความบันเทิง ความแปลกใหม่ และการมีปฏิสัมพันธ์เชิงลึกมากกว่าการบริโภคบริการในรูปแบบดั้งเดิม

¹Virtual Reality (VR) คือเทคโนโลยีที่สร้างสภาพแวดล้อมจำลองที่ผู้ใช้สามารถรับรู้และมีปฏิสัมพันธ์ได้โดยใช้ฮาร์ดแวร์เช่น แว่น VR, ตัวควบคุมการเคลื่อนไหว (Motion controllers) และบางครั้งอาจใช้ชุดหูฟังหรืออุปกรณ์เพิ่มเติมเพื่อเสริมประสบการณ์ให้สมจริงมากขึ้น เทคโนโลยี VR ถูกนำมาใช้ในหลากหลายด้าน เช่น การศึกษา การแพทย์ การฝึกอบรม การเล่นเกม การท่องเที่ยวเสมือนจริง และการออกแบบทางวิศวกรรม (Slater & Sanchez-Vives, 2016)

²Augmented Reality (AR) หรือ “ความจริงเสริม” คือเทคโนโลยีที่ผสานโลกเสมือน (Virtual) เข้ากับโลกจริง (Real) โดยการแสดงภาพ เสียง หรือข้อมูลดิจิทัลผ่านอุปกรณ์ เช่น สมาร์ทโฟน แว่น AR หรืออุปกรณ์อื่น ๆ เพื่อเพิ่มข้อมูลเชิงลึกหรือประสบการณ์ให้กับผู้ใช้งาน ตัวอย่างการใช้งาน AR ที่พบได้บ่อย เช่น การสร้างภาพเสมือนในเกม การนำทางที่ซ้อนทับเส้นทางในแผนที่ หรือการใช้งานในด้านการศึกษาและการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและความเข้าใจ (Azuma, 1997) ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่มองหาความบันเทิง ความแปลกใหม่ และการมีปฏิสัมพันธ์เชิงลึกมากกว่าการบริโภคบริการในรูปแบบดั้งเดิม

ในมิติทางเศรษฐกิจ เมตาเวิร์สสามารถสร้าง คุณค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวได้หลายประการ เช่น การสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tour Packages) การจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์ในโลกดิจิทัลที่เชื่อมโยงกับการเดินทางจริง และการใช้เป็นช่องทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing) โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่การเดินทางถูกจำกัด เช่น การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 หรือข้อจำกัดทางกายภาพของผู้บริโภคบางกลุ่ม เมตาเวิร์สจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายโอกาสการเข้าถึงและการสร้างรายได้ใหม่ให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เมตาเวิร์สยังเปิดมุมมองใหม่ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชน ผ่านการเล่าเรื่อง (Storytelling) ในโลกเสมือน ซึ่งไม่เพียงช่วยสร้างความน่าสนใจแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ยังช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ดังนั้น บทความนี้มีความสำคัญในฐานะที่เป็นแนวทางการศึกษาบทบาทของเมตาเวิร์สต่อการออกแบบประสบการณ์ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ถูกมองว่าเป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงต่ออุตสาหกรรม พร้อมทั้งนำเสนอกรอบแนวคิดและตัวอย่างการประยุกต์ใช้ที่สามารถต่อยอดสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวไทยและผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ต้องเผชิญกับความท้าทายในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Kotler et al. (2021) ได้นำเสนอหลักการตลาด 5.0 เทคโนโลยีสำหรับมนุษยชาติ (Marketing 5.0 Technology for Humanity) โดยผสมผสานเทคโนโลยีล้ำสมัย เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) อินเทอร์เน็ตประสาทรส (Internet of Thing; IoT) ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และ วิทยาการหุ่นยนต์ (Robotics) เพื่อปรับใช้กับการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคในทุกระดับ และได้นำเสนอ 5 เทคโนโลยีสำหรับการตลาดได้แก่ 1) การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Marketing) โดยการใช้ข้อมูลลูกค้าทั้งภายในและภายนอกนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการตัดสินใจในการทำการตลาด 2) การตลาดที่พร้อมปรับตัว (Agile Marketing) ที่พร้อมปรับตัวตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ และนำผลตอบรับจากลูกค้าไปปรับใช้ให้ตรงใจ และมอบประสบการณ์ที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว 3) การพยากรณ์ทางการตลาด (Predictive Marketing) เป็นการนำข้อมูลมาใช้ในการคาดการณ์ความสำเร็จของแคมเปญว่าจะได้ผลลัพธ์อย่างไร มีความเสี่ยงหรือไม่อย่างไร คำนวณที่จะลงทุนมากน้อยเพียงใด 4) การตลาดด้วยบริบทของลูกค้า (Contextual Marketing) เป็นการทำความเข้าใจผู้บริโภค ด้วยการใช้ข้อมูลที่มีอยู่วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ นักการตลาดสามารถออกแบบและวางกลยุทธ์การตลาดรายบุคคล (Personalized Marketing) ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าจริง ๆ และ 5) การตลาดเสริม (Augmented Marketing) เป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้กับทางการตลาด หรือ Martech (Marketing Technology) ในการประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อมอบประสบการณ์ในด้านบวกให้กับลูกค้า เช่น การใช้ Chatbots เพื่อตอบคำถามลูกค้าทันที โดยไม่ต้องรอให้พนักงานมาตอบคำถามเพื่อสร้างประสบการณ์และแก้ปัญหาลูกค้าอย่างทันที (STEPS Academy, 2023) ซึ่งการตลาดเสริมจะมีประโยชน์มากในการนำมาใช้ในกิจกรรมการตลาดแบบเผชิญหน้า (Human-to-Human interface) เช่น การขายและการบริการลูกค้า (Selling & Customer service) โดยจะสามารถแบ่งการใช้ การตลาดเสริมในกระบวนการขาย (Sale Interfaces) ซึ่งสามารถแบ่งช่องทางการตลาดเพื่อเปลี่ยนผู้บริโภคให้เป็นลูกค้าได้แบบกว้าง ๆ 4 ระดับ คือ

- 1) จุดเริ่มต้นของกระบวนการขาย (Top of the Funnel หรือ ToFu) คือขั้นตอนแรกในกระบวนการขายที่เน้นการสร้างการรับรู้ (Awareness) และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้รู้จักแบรนด์สินค้า หรือบริการ
- 2) ส่วนกลางของกระบวนการขาย (Middle of the Funnel หรือ MoFu) คือ การพัฒนาความสัมพันธ์ และสร้างความสนใจเชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายที่เริ่มรับรู้ตราสินค้า หรือแบรนด์แล้วและสร้างความไว้วางใจ รวมไปถึงการให้ข้อมูลเชิงลึก
- 3) ขั้นตอนส่วนท้ายของกระบวนการขาย (Bottom of the Funnel หรือ BoFu) คือ ขั้นตอนส่วนท้ายที่ผ่านจุดเริ่มต้น และส่วนกลางของกระบวนการขาย โดยมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ (Conversion) ยืนยันความเชื่อมั่น (Reassurance) รวมไปถึงสร้างความพึงพอใจหลังการขาย

4) การปิดการขาย (Sale closing) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการขาย โดยมุ่งเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากผู้สนใจ (Prospect) เป็นลูกค้า (Customer) อย่างสมบูรณ์

โดยการใช้โปรแกรมตอบโต้ภาพเสมือน (Augmented interface) ไม่ใช่แค่การตั้งค่าโปรแกรมจำลองการสนทนา (Chatbots) ในกระบวนการขาย ซึ่งจะได้รับในขั้นตอนจุดเริ่มต้นและส่วนกลางของกระบวนการขายแต่จะถูกส่งให้กับทีมฝ่ายการขายเพื่อปิดการขายต่อไป และยังรวมไปถึงการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ยังสามารถมอบประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าผ่านเทคโนโลยี VR / AR เช่น การจัดร้านค้าโลกเสมือน การจัดคอนเสิร์ตโลกเสมือน การจัดแฟชั่นโชว์โลกเสมือน เช่น บริษัท AIS เปิด V-Avenue ห้างเสมือนจริง เป็นแหล่งรวมศูนย์การค้าชั้นนำ และ SME บนโลกเสมือนจริงแห่งแรกของโลก ให้ลูกค้าสามารถเดินเลือกซื้อสินค้าได้อย่างอิสระเหมือนอยู่ในห้างสรรพสินค้า และถนนแห่งการช้อปปิ้ง

การใช้การตลาดโลกเสมือนในธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถสร้างการโฆษณาธุรกิจในโลกเสมือนจริง คือการออกแบบโฆษณาที่ดึงดูดและมีความคิดสร้างสรรค์ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมและได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในโลกเสมือนจริง เช่น การพัฒนาเกมเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เล่น ทำการตลาดแบบคู่ขนานกับโลกเสมือนจริง เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์หรือแนวคิดของธุรกิจในชีวิตจริงให้เชื่อมโยงกับโลกเสมือนจริงเพื่อมอบประสบการณ์ใหม่ๆ ที่น่าตื่นเต้นให้กับผู้บริโภค จำหน่ายสินค้าสำหรับตัวตนดิจิทัล เพื่อตกแต่งหรือแสดงตัวตนในโลกเสมือนจริง เช่นการแต่งกายในชีวิตจริง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความเพลิดเพลินและมอบประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับผู้บริโภคในโลกเสมือนจริง และออกแบบโลกเสมือนจริงสำหรับลูกค้าเพื่อให้เหมือนชีวิตจริงโดยการเปิดร้านค้าเสมือน หรือจัดกิจกรรมคอนเสิร์ตเสมือนจริงช่วยดึงดูดความสนใจ และสร้างการมีส่วนร่วมกับธุรกิจ และให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในอนาคต การเพิ่มมูลค่าของสะสมในรูปแบบสินทรัพย์ดิจิทัล หรือ NFT³ (Non-Fungible Token) ซึ่งจะมีให้สะสมในรูปแบบสกุลเงินดิจิทัล⁴ (Cryptocurrency) ที่จะใช้ในวงการศิลปะ ภาพวาด ภาพกราฟิก วิดีโอ และเพลง เป็นการถือครองเป็นเจ้าของสินทรัพย์ดิจิทัลนั้นได้แต่เพียงผู้เดียว และเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าและมีผลตอบแทนที่สูง

นิยามของคำว่า เมตาเวิร์ส ตามราชบัณฑิตยสภาได้บัญญัติศัพท์ไว้ว่า จักรวาลนฤมิต เมตาเวิร์ส ไว้เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2564 โดย Upavinee (2022) ได้อธิบายที่มาของคำว่า “Metaverse” เป็นการนำคำว่า Meta รวมกับ Verse ซึ่งปรากฏครั้งแรกในหลังภาพยนตร์แนวไซไฟ เรื่อง Snow Crash ซึ่งแต่งโดยนิล สตีเฟน ในปี 1992 ซึ่งโลก Metaverse เป็นโลกเสมือนจริง 3 มิติ ทำให้ผู้คนสามารถปฏิบัติสัมพันธ์กันได้ในรูปแบบของอวตาร (Avatar) โดยใช้เทคโนโลยีที่จะช่วยให้สภาพแวดล้อมในโลกความจริงเป็นจริงเข้ากับกิจกรรมในโลกเสมือน แบบ 360 องศา คือเทคโนโลยี AR ย่อมาจากคำว่า (Augmented Reality) ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และใช้อุปกรณ์แว่น VR (Virtual Reality) เพื่อเชื่อมโลกจริง กับโลกเสมือนให้เป็นหนึ่งเดียวอย่างแนบเนียน ทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่ของผู้ใช้งาน โดยการคาดการณ์ของ Bloomberg Intelligence (2022) ได้คาดการณ์ว่าในปี 2563 มูลค่าทางเศรษฐกิจของจักรวาลนฤมิตอยู่ที่ประมาณ 478.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจนถึงปี 2567 โดยมีมูลค่า 783.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR)⁵ 13.1% ซึ่งจะผลักดันอุตสาหกรรมเกมส์ การโฆษณา และขยายตัวไปยังอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่นความบันเทิงและสังคมออนไลน์

³NFT ย่อมาจาก Non-Fungible Token เป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีความเฉพาะตัวและไม่สามารถแทนที่ได้ โดยสร้างขึ้นบนเทคโนโลยีบล็อกเชน NFT มักถูกใช้ในงานศิลปะดิจิทัล เพลง วิดีโอ ของสะสม และไอเท็มในเกม ความพิเศษของ NFT คือความสามารถในการระบุความเป็นเจ้าของและความถูกต้อง (Authenticity) ได้อย่างโปร่งใสผ่านระบบบล็อกเชน NFT แตกต่างจากสินทรัพย์ดิจิทัลแบบ Fungible Token เช่น Bitcoin หรือ Ethereum ที่สามารถแลกเปลี่ยนกันได้โดยมูลค่าเท่ากัน ตัวอย่างเช่น ภาพวาดดิจิทัลที่สร้างเป็น NFT จะมีเพียงชิ้นเดียวในโลก และความเป็นเจ้าของจะถูกบันทึกไว้ในบล็อกเชนอย่างชัดเจน

⁴สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) คือสกุลเงินดิจิทัลที่ออกแบบมาให้สามารถใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยไม่จำเป็นต้องผ่านตัวกลาง เช่น ธนาคารหรือรัฐบาล สกุลเงินนี้ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ซึ่งเป็นระบบบันทึกข้อมูลที่มีความปลอดภัยและโปร่งใสเพื่อบันทึกธุรกรรมทั้งหมด สกุลเงินดิจิทัลที่รู้จักกันมากที่สุดคือ Bitcoin ซึ่งเปิดตัวในปี 2009 นอกจากนี้ยังมีสกุลเงินอื่นๆ เช่น Ethereum, Binance Coin และ Ripple

⁵CAGR ย่อมาจาก Compound Annual Growth Rate คือ อัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี จะวัดอัตราผลตอบแทนสำหรับการลงทุน

นอกจากการนำเทคโนโลยี Metaverse มาใช้ทางการตลาด จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอีกอุตสาหกรรมที่น่าสนใจในการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ เพื่อช่วยให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เข้าใจ และสามารถสร้าง ประสบการณ์ที่มีความจริงมากขึ้น โดยไม่ต้องออกจากสถานที่จริง หรือเข้าไปยังสถานที่ที่ปกติเข้าไปไม่ได้ แต่ใช้เทคโนโลยี เข้าไปช่วยทำทัวร์เสมือนจริง โดยใช้อุปกรณ์แว่น VR หรือโปรแกรม AR เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต้องห้าม หรือมีความอันตราย เช่นการเข้าไปยังป่าสงวนเพื่อศึกษาพืช สมุนไพร การเข้าเยี่ยมชมพระราชวังต่างๆ เป็นต้น โดยมีการนำเที่ยว ด้วยมัลติเมดียมเสมือนจริง โดยการใช้โปรแกรม AR เพื่อท่องเที่ยวชมเมืองหรือโบสถ์หลาย ๆ แห่ง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยว สามารถใกล้ชิดกับประวัติศาสตร์ และศิลปะท้องถิ่นได้อย่างใกล้ชิด

สาระสำคัญ

แนวคิดโลกเสมือนจริง (Metaverse) กับการท่องเที่ยว

Guttentag (2010) ได้อธิบายแนวคิดของเมตาเวิร์ส กำลังได้รับความสนใจอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยที่เมตาเวิร์ส สามารถกำหนดได้ว่าพื้นที่แบ่งปันเสมือนจริงแบบรวม (Integrated Virtual Shared space) ซึ่งเป็นพื้นที่ ดิจิทัลที่มีผู้ใช้งานหลายคนสามารถเข้ามามีปฏิสัมพันธ์และทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งถูกสร้างขึ้นกับความเป็นจริงทางกายภาพ และได้รับการปรับปรุงให้เสมือนจริง โดยทั้งหมดเป็นความจริงเสริมโดยใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ในด้านการท่องเที่ยว เมตาเวิร์สจะนำเสนอด้วยวิธีใหม่ ๆ เพื่อมอบประสบการณ์ในการเดินทาง มีการให้บริการนำทัวร์ เสมือนจริงโดยนำเสนอสภาพแวดล้อมที่สมจริง โดยนวัตกรรมนี้จะช่วยให้ผู้มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจ ได้อย่างมีข้อมูล และยังเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่ไม่สามารถเดินทางได้

การบูรณาการเมตาเวิร์สในการท่องเที่ยวถือเป็นวิธีการสร้างประสบการณ์ร่วม และการปฏิสัมพันธ์มากขึ้น ซึ่งจะส่ง ให้เกิดความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของลูกค้า (Tussyadiah, 2020) และยังสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ลดความจำเป็นในการเดินทางทางกายภาพ ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ประสบการณ์ผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างไร

ประสบการณ์ของผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ เพราะจะสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจ และเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างลูกค้าและผู้ประกอบการธุรกิจ ในหลายๆ ด้านได้แก่

1. การรักษาลูกค้า (Customer Retention) ประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าจะกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าซ้ำ และประโยชน์ของธุรกิจคือ การรักษาลูกค้าเดิมมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดน้อยกว่าการแสวงหาลูกค้าใหม่ (Homburg et al., 2017)
2. การสร้างความภักดีต่อตราสินค้า หรือแบรนด์ (Brand Loyalty) ลูกค้าที่เกิดประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือได้รับการบริการจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและจะกลายเป็นผู้ที่ซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า หรือแบรนด์ และยินดีที่จะแนะนำ คนอื่น ๆ (Lemon & Verhoef, 2016)
3. การเพิ่มยอดขาย (Increased Sales) การมีประสบการณ์ที่ดีจะทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความสุข จะซื้อสินค้าเพิ่มเติม และอาจจะกลายเป็นผู้ซื้อซ้ำ
4. การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ในการตลาดที่มีการแข่งขันสูง การนำเสนอประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าจะสามารถแยกธุรกิจให้โดดเด่นกว่าธุรกิจของคู่แข่งได้ (Homburg et al., 2017)
5. การรับข้อมูลย้อนกลับเพื่อการปรับปรุง (Feedback and Improvement) การสร้างประสบการณ์เชิงบวกจะกระตุ้น ให้ลูกค้าให้ข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์ ซึ่งมีคุณค่าต่อธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (McColl-Kennedy et al., 2015)
6. การสร้างชื่อเสียงที่ดี (Positive Reputation) การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค จะนำไปสู่การวิพากษ์วิจารณ์ ในเชิงบวก และเกิดการให้คำแนะนำแบบปากต่อปาก ซึ่งจะช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจ (McColl-Kennedy et al., 2015)

ผลกระทบของเมตาเวิร์สของประสบการณ์ผู้บริโภค

เทคโนโลยีเมตาเวิร์ส เป็นพื้นที่ใช้ร่วมเสมือนแบบองค์รวม ที่สร้างขึ้นซึ่งเป็นกายภาพที่ได้รับการปรับปรุงเสมือนจริง มีแนวโน้มส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อประสบการณ์ของลูกค้า ซึ่งสามารถสังเกตได้ในหลายประเด็นดังนี้

1. ความเป็นส่วนตัว (Personalization) ในเมตาเวิร์สจะสร้างประสบการณ์ร่วมอย่างมีความเป็นส่วนตัว โดยธุรกิจอาจจะสามารถปรับแต่งประสบการณ์ต่าง ๆ ให้ตรงตามข้อเสนอของลูกค้าแต่ละบุคคล เพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า (Tussyadiah, 2020)
2. การเข้าถึง (Accessibility) การใช้เทคโนโลยีเมตาเวิร์สจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงประสบการณ์ในวงกว้าง เช่น การท่องเที่ยวเสมือนจริงสามารถเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถสำรวจจุดหมายปลายทางที่พวกเขาไม่อาจจะเยี่ยมชมได้ทางกายภาพ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านการเงิน ทางกายภาพ หรือด้านอื่น ๆ (Guttentag, 2010) รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค
3. นวัตกรรมการบริการส่ง (Innovation in Service Delivery) ซึ่งเมตาเวิร์สจะให้บริการนำเสนอช่องทางใหม่สำหรับตัวอย่างการบริการ ได้แก่ การปรับปรุงการให้บริการลูกค้าผ่านผู้ช่วยเสมือนหรืออวตาร์ที่ขับเคลื่อนด้วย AI ซึ่งจะคอยช่วยเหลือและสนับสนุนแบบทันที (Realtime) ในภาพแวดล้อมเสมือนจริง

กรณีศึกษาและตัวอย่าง

1. การท่องเที่ยวผ่านโลกเสมือนจริง (Virtual Seoul) (Choi et al., 2024)

Virtual Seoul (Hanyangdoseong SL VR System) เป็นระบบ VR ที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สำรวจกำแพงเมืองโซลได้อย่างโต้ตอบและเป็นส่วนตัว ผ่านการเล่าเรื่องแบบ Storyliving โดยเริ่มจากวิดีโอแนะนำและการเลือกเส้นทางบนแผนที่ (6 คอร์ส) จากนั้นผู้ใช้สามารถเดินชมสถานที่ได้ 79 จุด และที่ “Branch nodes” (21 จุดสำคัญ) จะมีตัวเลือกเปลี่ยนเส้นทางหรือเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ ระบบยังรองรับการเคลื่อนไหวอิสระและป้องกันความซ้ำซ้อนด้วยการเสนอเส้นทางใหม่หากมีการเดินซ้ำเกิน 4 ครั้ง

เมื่อสำรวจครบอย่างน้อย 1 คอร์ส ระบบจะแสดงข้อความสรุปความสำเร็จ และเมื่อสำรวจครบทุกคอร์สจะมีข้อความแสดงการทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกำแพงเมืองโซล Virtual Seoul จึงมอบประสบการณ์ที่สมจริง ผู้ใช้เป็นผู้กำหนดเส้นทางการเรียนรู้ด้วยตนเอง พร้อมสร้างการมีส่วนร่วมและความเข้าใจในมรดกทางวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้งและสนุกสนาน

2. โทมัสคูก การใช้ประสบการณ์ VR “ลองก่อนเดินทาง” (“Try Before Fly” VR Experience) (Fransisco, 2024)

Thomas Cook ได้นำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) มาใช้ในแคมเปญ “Try Before You Fly” ในปี 2015 เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์เสมือนจริงของจุดหมายปลายทางต่างๆ เช่น นิวยอร์ก กรีซ และอียิปต์ โดยลูกค้าสามารถสวมชุด VR headset เพื่อสำรวจสถานที่สำคัญ โรงแรม และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ แคมเปญนี้ประสบความสำเร็จอย่างมากโดยมียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 190% สำหรับจุดหมายปลายทางที่มี VR แสดงผล ซึ่งแสดงให้เห็นว่า VR สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า สร้างความมั่นใจ และกระตุ้นการตัดสินใจได้อย่างมีนัยสำคัญ การใช้ VR นี้ช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่สมจริงและน่าจดจำยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่ออัตราการจองและการเปลี่ยนลูกค้าให้เป็นลูกค้า

3. โรงแรมแอคคอร์ Accor (Accor Hotel) – Virtual Hotel Tours (HTN Staff, 2019)

ในปี 2019 Accor ได้เริ่มนำแพลตฟอร์ม TrueTour™ มาใช้ในโรงแรมแนว Luxury และ Premium ในยุโรปและอเมริกา เพื่อเสริมประสบการณ์ลูกค้าผ่าน Virtual reality, 3D และภาพ 360° ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถ “เดินชม” ห้องพักและพื้นที่จัดงานได้เสมือนจริง จากนั้นโรงแรมสามารถนำเสนอเนื้อหาเพื่อเพิ่มยอดขายโดยตรงและการจองกลุ่ม (HTN Staff, 2019)

การใช้เทคโนโลยี Immersive ดังกล่าวช่วยสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ (Emotional connection) และพฤติกรรม “ลองก่อนจอง” ที่ทำให้ลูกค้ารับรู้ประสบการณ์โรงแรมก่อนเดินทางจริง เหมาะสำหรับการเพิ่มความน่าสนใจของโรงแรมและขับเคลื่อนยอดขายอย่างมีประสิทธิภาพ (HTN Staff, 2019)

อิทธิพลของเทคโนโลยีเมตาเวิร์สต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การนำเทคโนโลยีโลกเสมือนจริงมาใช้ส่งผลให้มีการเพิ่มการมีส่วนร่วมและติดต่อกับเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง ทำให้ผู้บริโภคได้มีประสบการณ์การท่องเที่ยวมากขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือน หรือ VR (Virtual Reality) และเทคโนโลยีความจริงเสริม หรือ AR (Augmented Reality) ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในลักษณะเสมือนจริง และมีการตอบโต้ ซึ่งการทดลองก่อนการตัดสินใจซื้อนี้ ช่วยเพิ่มความสนใจ และความตั้งใจในการเยี่ยมชมในชีวิตจริง ตัวอย่าง จากการศึกษาของ Guttentag (2010) พบว่ามีประสบการณ์ VR ส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และความตั้งใจในการเดินทาง โดยแสดงตัวอย่างจุดหมายปลายทางได้อย่างสมจริง และน่าดึงดูด

การเปิดโอกาสในการเข้าถึงและส่งเสริมความเท่าเทียมผ่านเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง ช่วยให้ผู้คนจากหลากหลายกลุ่ม รวมถึงผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย หรือผู้ที่ไม่สามารถเดินทางได้ด้วยเหตุผลทางการเงินหรือข้อจำกัดด้านระบบขนส่ง สามารถเข้าถึงจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ได้มากขึ้น การนำเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบเสมือนจริงช่วยให้บุคคลเหล่านี้สามารถสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวและสัมผัสประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวทั่วไป ตัวอย่างเช่น การใช้เทคโนโลยีทัวร์เสมือนจริงในภาคการท่องเที่ยวได้เปิดประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้คนในการเยี่ยมชมสถานที่ทางไกลหรือพื้นที่ที่ยากต่อการเข้าถึง โดยไม่ต้องเผชิญกับข้อจำกัดทางร่างกายหรือภูมิศาสตร์

อิทธิพลต่อการตัดสินใจ การนำเทคโนโลยีโลกเสมือนจริงมาใช้ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแสดงตัวอย่าง สถานที่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว และที่พักได้อย่างละเอียดและสมจริง สิ่งนี้ช่วยลดความไม่แน่นอน และเพิ่มความมั่นใจในตัวเลือกการเดินทางส่งผลให้อัตราการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจของลูกค้าสูงขึ้น ตัวอย่างงานวิจัยระบุว่าเทคโนโลยีความจริงเสมือน หรือ VR (Virtual Reality) สามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Guttentag, 2010)

ประสบการณ์การเดินทางที่เป็นส่วนตัว โดยเทคโนโลยีโลกเสมือนจริงช่วยให้สามารถสร้างประสบการณ์การเดินทางที่เป็นส่วนตัวได้ผ่านการปรับแต่ง ตั้งค่า และคุณสมบัติเชิงโต้ตอบ ผู้บริโภคสามารถปรับแต่งการนำเที่ยวเสมือนจริงเพื่อมุ่งเน้นความสนใจเฉพาะของตนเอง เช่น สถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม การผจญภัยกลางแจ้ง หรือประสบการณ์การทำอาหาร ซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจ และการมีส่วนร่วม ตัวอย่างงานวิจัย ความสามารถในการปรับแต่งการนำเที่ยวเสมือนจริงจะช่วยให้ผู้บริโภคสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งตอบสนองความต้องการรายบุคคล นำไปสู่ประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัว และมีส่วนร่วมมากขึ้น (Neuhofer et al., 2015)

การใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือนสามารถขยายการเข้าถึงทางการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้โดยการสร้างเนื้อหาอย่างมีส่วนร่วม ที่สามารถเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ซึ่งธุรกิจสามารถใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือนนี้พัฒนาทางผลิตภัณฑ์ และการตลาดให้มีประสิทธิภาพและใช้งานง่าย เพื่อสิ่งนี้จะช่วยดึงดูดผู้ชมในวงกว้าง และสร้างการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากในกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้า และให้รู้จักกับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

ความคาดหวังทางการท่องเที่ยว

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรวดเร็ว และเทคโนโลยีเมตาเวิร์ส จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวในปัจจุบันคาดหวังประสบการณ์การเดินทางที่ปรับแต่งเฉพาะบุคคลมากขึ้น โดย AI มีบทบาทสำคัญในการให้คำแนะนำที่ตรงกับความสนใจ การวางแผนการเดินทางที่ง่ายขึ้น และการตอบสนองแบบเรียลไทม์ผ่านแชทบอท ทำให้การเดินทางสะดวกสบายและน่าพึงพอใจยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ เมตาเวิร์สยังนำเสนอประสบการณ์เสมือนจริงที่ดื่มด่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสำรวจจุดหมายปลายทางล่วงหน้าและสัมผัสทัวร์เสมือนจริงที่ปรับแต่งได้เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้การจัดการการเดินทางราบรื่นและเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

ในประเด็นด้านความเป็นส่วนตัวของความท้าทายที่สำคัญของเมตาเวิร์ส ในอุตสาหกรรมการเดินทางและท่องเที่ยวนั้น เป็นประเด็นที่จะต้องพิจารณาในความกังวลและความปลอดภัยเกี่ยวกับเมตาเวิร์ส โดยผู้บริโภคจะมีความคาดหวังถึงระบบการรักษาความปลอดภัยด้านไอทีของบริษัทผู้ให้บริการ และคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว (MarketPlus Magazine, 2023)

เมตาเวิร์สได้กลายเป็นศูนย์กลางทางสังคมที่สำคัญ โดยแพลตฟอร์มอย่าง Second Life (SL) เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ในรูปแบบอวตาร์เข้ามาสำรวจ สื่อสาร และทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งด้านความบันเทิงและการค้า แนวโน้มดังกล่าวส่งผลต่อชุมชนการเดินทางออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล แบ่งปันประสบการณ์ และตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวได้ภายในโลกเสมือนจริง เช่น กรณีของ Itchy Feet ที่พัฒนามาเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ นอกจากนี้ โลกเสมือนยังเปิดประสบการณ์ใหม่ให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงการเดินทางเสมือนจริงแบบโต้ตอบและไดนามิก โดยไม่ถูกจำกัดด้วยข้อจำกัดทางกายภาพ เช่น การได้ลองเล่นสเก็ตน้ำแข็งหรือกระโดดร่มผ่านอวตาร์ สะท้อนถึงศักยภาพของโลกเสมือนจริงที่จะเชื่อมโยงสังคม การท่องเที่ยว และโอกาสในการเข้าถึงของผู้ใช้ทุกกลุ่มอย่างไร้พรมแดน (Guttentag, 2010)

การได้สัมผัสประสบการณ์เทคโนโลยีเมตาเวิร์ส มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในอนาคตอย่างมาก ความต้องการประสบการณ์เสมือนจริง ตัวเลือกการเดินทางที่เป็นส่วนตัว และการปรับแต่งให้เหมาะสมแต่ละบุคคล ความยั่งยืน การบูรณาการเทคโนโลยีที่ไร้รอยต่อและการมีส่วนร่วมทางสังคม จะกำหนดอนาคตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การทำความเข้าใจกับความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไป ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบริษัทนำเที่ยวที่มุ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในรุ่นต่อ ๆ ไป

ผลกระทบด้านจริยธรรม

ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวม และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในเทคโนโลยีเมตาเวิร์ส จะมีการเสนอโอกาสใหม่สำหรับการโต้ตอบ และการมีส่วนร่วมในสภาพแวดล้อมเสมือนจริง อย่างไรก็ตาม ยังก่อให้เกิดข้อกังวลด้านจริยธรรมที่สำคัญเกี่ยวกับการรวบรวมและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล โดยจากข้อกังวลนี้จำเป็นต้องมีการตรวจสอบปัญหาความเป็นส่วนตัว และการพิจารณาจริยธรรมอย่างละเอียด

Munawar (2025) ได้กล่าวถึง เมตาเวิร์สสร้างทั้งโอกาส ความท้าทายเชิงจริยธรรม ความโปร่งใส รวมไปถึงแนวทางปฏิบัติที่ละเมิดสิทธิ์ต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการเดินทางเสมือนจริงที่สมจริงและปรับแต่งได้ตามอัตลักษณ์ของตนผ่านอวตาร์ ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมเชิงบวกกับสถานที่ท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก เช่น พฤติกรรม การเคลื่อนไหว และข้อมูลชีวมิติ อาจนำไปสู่ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวและความไม่ไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ หากไม่มีการกำกับดูแลอย่างโปร่งใส ความเสี่ยงในการถูกละเมิดข้อมูลและการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่ไม่เหมาะสมอาจเพิ่มสูงขึ้น ภาครัฐต้องออกกฎหมายและข้อบังคับที่ปรับให้เข้ากับความท้าทายของเมตาเวิร์ส โดยเฉพาะในด้านข้อมูลส่วนตัว สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และพฤติกรรมทางจริยธรรม

การสร้างความปลอดภัยในการใช้งานเมตาเวิร์ส คือการกำกับการเก็บรวบรวมและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลอย่างชัดเจน และตรวจสอบได้ โดยแพลตฟอร์มควรเปิดเผยให้ผู้ใช้ง่ายถึงประเภทและวิธีการใช้ข้อมูล จัดให้มีสิทธิ์ควบคุมหรือปฏิเสธการเก็บข้อมูลบางส่วน รวมถึงกลไกการให้ความยินยอมที่เข้าใจง่ายและปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ต้องห้ามการนำข้อมูลผู้ใช้ไปแสวงหาประโยชน์ทางการค้าโดยปราศจากความยินยอม เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ปลอดภัย เชื่อถือได้ และเคารพสิทธิของผู้ใช้

เพื่อหลีกเลี่ยงแนวทางปฏิบัติที่ละเมิดสิทธิ์ของผู้ใช้ในเมตาเวิร์ส ควรให้ความสำคัญกับการปกป้องความเป็นส่วนตัว โดยจำกัดการเฝ้าระวังและการสร้างโปรไฟล์ผู้ใช้เฉพาะเมื่อได้รับความยินยอมที่ชัดเจน ผู้ใช้ต้องสามารถควบคุมการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวและข้อมูลของตนได้อย่างโปร่งใส รวมถึงได้รับการแจ้งเตือนเมื่อมีการติดตาม อีกทั้งแพลตฟอร์มต้องใช้มาตรการความปลอดภัยของข้อมูลที่เข้มงวด เช่น การเข้ารหัสและการยืนยันตัวตนหลายชั้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงจากการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต

การรวบรวมข้อมูลจำนวนมาก โดยเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง ต้องการรวบรวมข้อมูลจำนวนมาก เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัว ไม่เพียงแต่รวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลขั้นพื้นฐานเท่านั้น แต่ยังรวมถึงข้อมูลพฤติกรรม ข้อมูลไบโอเมตริกซ์ และแม้แต่การตอบสนองทางอารมณ์ด้วย ทำให้เกิดข้อกังวลด้านความเป็นส่วนตัว

โดยสรุป ข้อพิจารณาทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวม และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในโลกเสมือนจริง มีความซับซ้อนและหลากหลายแง่มุม การรับรองความยินยอมโดยแจ้งให้ทราบ ความปลอดภัยของข้อมูลที่ดี และการใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และการปกป้องความเป็นส่วนตัว ในขณะที่โลกเสมือนจริง ยังคงพัฒนาต่อไป จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการจัดการกับความท้าทายด้านจริยธรรมเหล่านี้อย่างรอบคอบ และความร่วมมือกัน

ผลกระทบทางสังคม

เทคโนโลยีโลกเสมือนจริงอาจส่งผลกระทบต่อชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่นในด้านการเปลี่ยนแปลงต่อวิถีการเดินทางของผู้คน และการสัมผัสกับวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป แม้ว่าโลกเสมือนจริง จะมอบโอกาสประสบการณ์การท่องเที่ยวเสมือนจริงที่ไม่เคยมีมาก่อน ทั้งนี้อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงและความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่นในสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย ดังนั้นการทำความเข้าใจผลกระทบเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในการบรรเทาผลกระทบด้านลบ และใช้ประโยชน์จากผลประโยชน์ที่เป็นไปของเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง

เมตาเวิร์สสามารถเพิ่มความเท่าเทียมในการเข้าถึงการท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์เสมือนจริงที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่ไม่สามารถเดินทางจริงได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายของอุปกรณ์และการเชื่อมต่อที่จำเป็นอาจสร้างความเหลื่อมล้ำระหว่างกลุ่มรายได้ อีกทั้งลักษณะการไม่เปิดเผยตัวตนอาจก่อให้เกิดการกลั่นแกล้งและพฤติกรรมไม่เหมาะสมที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิต นอกจากนี้ ความสมจริงของสภาพแวดล้อมเสมือนอาจทำให้ผู้บริโภคบางส่วนแยกตัวออกจากโลกจริงและเผชิญปัญหาด้านอัตลักษณ์และการปรับตัวทางสังคม รวมไปถึงทรัพย์สินทางปัญญาในเมตาเวิร์สกับการส่งเสริมวัฒนธรรมดิจิทัล การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ในเมตาเวิร์สเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการสร้างสรรค์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมในรูปแบบดิจิทัล เนื่องจากเมตาเวิร์สเป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้สามารถสร้างและแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัลที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมได้ การมีกรอบกฎหมายที่ชัดเจนและบังคับใช้ได้สำหรับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา จึงจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ และการใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งอาจขัดขวางการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม นอกจากนี้ การจัดการเครื่องหมายการค้าและการสร้างมาตรฐานความเข้ากันได้ข้ามแพลตฟอร์ม จะช่วยให้มั่นใจได้ว่าการแสดงออกทางวัฒนธรรมในรูปแบบดิจิทัลจะได้รับการคุ้มครองและสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในพื้นที่เสมือนจริงนี้ (Munawar, 2025)

การลดลงของนักท่องเที่ยวจริง การใช้การท่องเที่ยวผ่านความจริงเสมือน (VR) อย่างแพร่หลาย อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่ารายได้จาก VR จะถูกนำเข้าสู่ระบบกลางที่กำหนด แต่ผู้ที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานโรงแรม และผู้ขายของที่ระลึก อาจประสบปัญหาการขาดแคลนนักท่องเที่ยวจริง ซึ่งก่อให้เกิดความกังวลทางเศรษฐกิจสำหรับพื้นที่ที่พึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมไปถึงการเบียดเบียนของรายได้หากการท่องเที่ยว VR ประสบความสำเร็จ หลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยว อาจเกิดความกังวลเนื่องจากรายได้จาก VR อาจตกไปอยู่ในมือผู้พัฒนาโปรแกรม VR ทั่วโลก ขณะที่ชุมชนท้องถิ่นกลับประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ (Guttentag, 2010) ทั้งนี้การวิเคราะห์เชิงประจักษ์จากงานวิจัยพบว่า การจัดการกิจกรรมวัฒนธรรมในเมตาเวิร์สยังมีความยากลำบากในการสื่อสารถึงความแท้จริง ความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรมชาติของกิจกรรมนั้น โดยผู้เข้าร่วมมักไม่รับรู้ถึงเสน่ห์หรือแก่นแท้ของวัฒนธรรมดังกล่าว (Flavián et al., 2024)

นอกจากนี้ การเข้าถึงสำหรับผู้พิการ เมตาเวิร์สมอบประสบการณ์การเดินทางแบบโต้ตอบและไดนามิกให้กับผู้พิการช่วยข้ามผ่านอุปสรรคดั้งเดิม VR จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้พิการเข้าถึงกิจกรรมที่มีถูกจำกัดด้วยสภาพแวดล้อมจริง เช่น อาคารที่ไม่รองรับ การขนส่งที่ไม่สะดวก หรือทัศนคติเชิงลบจากสังคม อีกทั้ง VR ยังสามารถสร้างทางเลือกในการเข้าถึง เช่น นิทรรศการ VR ที่ Shakespeare's Birthplace ซึ่งจำลองชั้นสองของอาคารที่ผู้พิการไม่สามารถเข้าถึงได้ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผน VR เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถสื่อสารด้วยภาพที่ใกล้เคียงกับประสบการณ์จริงและช่วยให้ผู้คนจากพื้นที่ที่แตกต่างกันเข้าใจร่วมกันได้ นอกจากนี้ แผนการท่องเที่ยวสามารถเผยแพร่ต่อสาธารณะในโลกเสมือนผ่านแพลตฟอร์ม Second Life (SL) เพื่อให้นักท่องเที่ยวและชุมชนเข้ามาเยี่ยมชม พูดคุย และเข้าถึงข้อมูลได้ ความท้าทายในการมีส่วนร่วมของชุมชน แม้ว่า VR จะมอบโอกาสสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน แต่ก็มีผลกระทบ ดังนั้น จึงต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อให้ VR เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงแค่สร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็น (Guttentag, 2010)

เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง มีศักยภาพที่สำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น และวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนำมาทั้งโอกาส และความท้าทาย ในการช่วยรักษามรดกทางวัฒนธรรมระดับโลก และยังอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงการจัดสรรวัฒนธรรม ความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจ และการหยุดชะงักทางสังคม ความพยายามในการทำงานร่วมกันที่เกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่น ผู้กำหนดนโยบาย บริษัทผู้พัฒนาเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง มีความสำคัญอย่างยิ่งในการควบคุมประโยชน์ของโลกเสมือนจริงในขณะเดียวกันก็บรรเทาผลกระทบเชิงลบ

ตารางที่ 1 สรุปผลกระทบของเมตาเวิร์สต่อประสบการณ์ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ประเด็น	ผลกระทบเชิงบวก (Positive Impacts)	ผลกระทบเชิงลบ (Negative Impacts)
ประสบการณ์การท่องเที่ยว	สร้างประสบการณ์ที่สมจริงและมีส่วนร่วม ทำให้ผู้ที่ไม่สามารถเดินทางจริงได้เข้าถึงการท่องเที่ยวเสมือนจริง	ผู้ใช้อาจเสพติดโลกเสมือนจริงจนส่งผลต่ออารมณ์ สุขภาพจิต และการแยกตัวทางสังคม
การอนุรักษ์วัฒนธรรม	ช่วยจำลองแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	เสี่ยงต่อการบิดเบือนวัฒนธรรม หรือ การนำเสนอที่ไม่ถูกต้อง
เศรษฐกิจและชุมชนท้องถิ่น	เปิดโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ และเพิ่มช่องทางเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างหลากหลาย	อาจเกิดความเหลื่อมล้ำหากองค์กรใหญ่ครอบงำ ทำให้ชุมชนเล็กถูกกีดกัน
การเข้าถึงโอกาสท่องเที่ยว	ผู้บริโภคสามารถเลือกปรับแต่งอาหาร และประสบการณ์ได้อย่างอิสระ สะท้อนอัตลักษณ์ส่วนบุคคล	ค่าใช้จ่ายสูงในการเข้าถึง (อุปกรณ์ VR/AR และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง) ก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียม
การจัดการสิ่งแวดล้อม	ลดจำนวนการเดินทางจริง ช่วยลดการเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	อาจกระทบต่อรายได้เศรษฐกิจท้องถิ่นที่พึ่งพาการท่องเที่ยวจริง
ความปลอดภัยและจริยธรรม	มีศักยภาพในการพัฒนามาตรการใหม่ด้านความปลอดภัยของข้อมูล และความโปร่งใส	ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในทางที่ผิด
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	สร้างพื้นที่ใหม่สำหรับการมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างวัฒนธรรม	อาจเกิดการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์และพฤติกรรมไม่เหมาะสมจากความไม่เปิดเผยตัวตน

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

การใช้เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากสามารถยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวผ่านการนำเสนอที่สมจริง และมีการมีส่วนร่วมสูง โดยมีตัวอย่างของประเทศไทยที่มีทิศทางนโยบายนวัตกรรมเมตาเวิร์สเพื่อการท่องเที่ยวเกาะสมุยที่รัฐบาลเริ่มนำแนวคิดที่จะใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงไปใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยการจัดแคมเปญ “Rediscover Thailand” หรือ ท่องเที่ยวไทยประสบการณ์ใหม่ผ่านทาง AR รวมไปถึงกระบวนการนำนโยบายไปส่งเสริมนวัตกรรมเมตาเวิร์สเพื่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย โครงการ “Phuket Sandbox” ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของการปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย การใช้เมตาเวิร์สในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เช่น VR, AR, AI และ Blockchain มีศักยภาพในการพลิกโฉมการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมไปสู่การท่องเที่ยวเชิงดิจิทัลที่สมจริงและมีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น โดยสามารถมอบประสบการณ์ที่ปรับแต่งตามความต้องการและเป็นส่วนตัว เช่น การทดลองเดินทางเสมือนจริงก่อนการท่องเที่ยวจริง อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ยังเผชิญความท้าทาย ทั้งความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลระหว่างผู้ที่เข้าถึงได้กับผู้ที่ขาดโอกาส และความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูลที่ต้องเก็บใช้เพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Chittrakorn et al., 2023)

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากบทความวิชาการนี้

ทิศทางในอนาคต และคำแนะนำ สำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีโลกเสมือนจริงสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีประเด็นดังต่อไปนี้

ศักยภาพของ VR (Virtual Reality) และ AR (Augmented Reality) ในด้านการปรับปรุงพัฒนาอุปกรณ์ชุดหูฟัง VR และ AR ที่เบาและสบายยิ่งขึ้น พร้อมจอแสดงผลความละเอียดสูง และขอบเขตการมองเห็นที่ดีขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดประสบการณ์เสมือนจริงและสมจริงยิ่งขึ้น และนักท่องเที่ยวสามารถสำรวจจุดหมายปลายทางได้อย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบให้มีตัวเลือกการเดินทางที่มีข้อมูลมากขึ้น และเพิ่มประสบการณ์ก่อนการเดินทาง

การตอบสนองแบบสัมผัสและประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส เช่น ชุดถุงมือ ชุด และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ตอบสนองในรูปแบบการสัมผัส และสามารถสัมผัสได้ในสภาวะสิ่งแวดล้อมเสมือนจริง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสพื้นผิวของสิ่งประดิษฐ์ ความรู้สึกของดินบนภูเขาในภูมิภาคที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเสมือนจริง

การบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ AI (Artificial Intelligence) และการเรียนรู้ของปัญญาประดิษฐ์เพื่อช่วยวิเคราะห์ตั้งค่าและศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานเพื่อปรับแต่งการนำเที่ยวเสมือนจริง เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและการมีส่วนร่วม

ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ด้วยเทคโนโลยี Blockchain และการสร้างสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีเอกลักษณ์ (NFT) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อ และเป็นเจ้าของของของที่ระลึกหรือ Token เสมือนจริงที่มีเอกลักษณ์ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวดิจิทัลรูปแบบใหม่

การทำงานร่วมกันข้ามแพลตฟอร์ม มีการพัฒนามาตรฐานและโปรโตคอลสำหรับการทำงานร่วมกันระหว่างโลกเสมือนจริงกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายโอนข้อมูลทางสภาพแวดล้อมเมตาเวิร์ส ต่าง ๆ ได้อย่างราบรื่น

การเชื่อมต่อที่มีศักยภาพผ่านเทคโนโลยี 5G และเทคโนโลยีเครือข่ายในอนาคตจะมอบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วเป็นพิเศษ ทำให้นักท่องเที่ยวเพลิดเพลินกับประสบการณ์เหมือนจริงคุณภาพสูงและราบรื่น

การปรับปรุงและผสมผสานโลกทางกายภาพ MR (Mixed Reality) และเสมือนจริง ให้ผสมผสานเข้ากัน ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มประสบการณ์เพิ่มเติมในขณะที่อยู่ในสถานที่ทางกายภาพ เช่น พิพิธภัณฑ์ และมีการทับซ้อนแบบดิจิทัลให้บริบทและข้อมูลเพิ่มเติม

พื้นที่แบ่งปันเสมือนจริงแบบองค์รวม (Integrated Virtual Shared Space) เป็นการโต้ตอบทางสังคม โดยการพัฒนาแพลตฟอร์มโซเชียลที่ซับซ้อนมากขึ้นภายในโลกเสมือนจริง เช่น การนำเที่ยวแบบกลุ่ม กิจกรรมแสดงสด และประสบการณ์การทำงานร่วมกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรม มีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นและผู้นำเที่ยว เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับชุมชนท้องถิ่น

การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ลดความจำเป็นในการเดินทาง ลดการสร้างคาร์บอน (Carbon Footprint) และช่วยรักษาพื้นที่ทางธรรมชาติ และการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อรับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผ่านช่องทางการตลาดแบบกำหนดเป้าหมาย และบริการที่ได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355–385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Bloomberg Intelligence. (2022, December 1). *Metaverse may be \$800 billion market, next tech platform*. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/professional/blog/metaverse-may-be-800-billion-market-next-tech-platform/>
- Chittrakorn, L., Srisattarat, S., Phetphanom, H., & Chaturongkakul, M. (2023). Communication of metaverse innovation policy for Koh Samui tourism. *Journal of Social Science and Culture*, 7(6), 354–367. [in Thai]

- Choi, J. W., Park, J. J., & Jun, H. J. (2024). An interactive virtual reality approach to understanding cultural heritage through storyliving: A case study of Seoul city wall (hanyangdoseong) in South Korea. *Applied Sciences*, 14(23), 11348. <https://doi.org/10.3390/app142311348>
- Flavián, C., Ibáñez-Sánchez, S., Orús, C., & Barta, S. (2024). The dark side of the metaverse: The role of gamification in event virtualization. *International Journal of Information Management*, 75, 102726. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102726>
- Fransisco, T. A. (2024). The Impact of Virtual Reality (VR) Technology on Enhancing Customer Engagement in the Online Travel Industry. *Cebong Journal*, 3(3), 122–130.
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637-651. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003>
- Homburg, C., Jozić, D., & Kuehn, C. (2017). Customer experience management: Toward implementing an evolving marketing concept. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45, 377-401. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0460-7>
- HTN Staff. (2019, November 5). More hotels embrace immersive visuals and virtual reality for groups sales and direct booking. *Hotel Technology News*. <https://hoteltechnologynews.com/2019/11/more-hotels-embrace-immersive-visuals-and-virtual-reality-for-groups-sales-and-direct-booking/>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- MarketPlus Magazine. (2023, August 7). Don't overlook the metaverse: How tourism and service businesses can seize opportunities from this trend. *MarketPlus*. <https://www.marketplus.in.th/content/detail.php?id=20031> [in Thai]
- McColl-Kennedy, J. R., Cheung, L., & Ferrier, E. (2015). Co-creating service experience practices. *Journal of Service Management*, 26(2), 249-275. <https://doi.org/10.1108/JOSM-08-2014-0204>
- Munawar, M. (2025). Ethical Considerations and Privacy in Metaverse. In B. Gupta (Ed.), *Unveiling Social Dynamics and Community Interaction in the Metaverse* (pp. 159-182). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8628-6.ch008>
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*, 25(3), 243–254. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0182-1>
- Slater, M., & Sanchez-Vives, M. V. (2016). Enhancing our lives with immersive virtual reality. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 74. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074>
- Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the annals of tourism research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>
- Upavinee, P. (2022, February 25). *9 things to know about the metaverse: The virtual world of the future*. NECTEC: National Electronics and Computer Technology Center. <https://www.nectec.or.th/news/news-article/9about-metaverse.html> [in Thai]

การเกษตรแบบหมุนเวียนเพื่อความยั่งยืนและความเป็นกลางทางคาร์บอน: ถอดบทเรียนจากจีนเพื่อการประยุกต์ใช้ในประเทศไทยและอาเซียน

Circular Agriculture for Sustainability and Carbon Neutrality: Learning from China's Experience for Application in Thailand and ASEAN

เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Kiatanantha Lounkaew

Faculty of Economics, Thammasat University

E-mail: klounkaew@econ.tu.ac.th, Ph: 098-252-5263

วรฤทธิ นัยพิน

บริษัท ไมล์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

Worakrit Nuypin

Miles Consulting Group Co. Ltd.

E-mail: worakrit15@gmail.com

จิรภัทร บุญอาจ

บริษัท ไมล์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

Jirapat Boonart

Miles Consulting Group Co. Ltd.

E-mail: firjirapat@gmail.com

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 7 พฤศจิกายน 2567
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 24 มกราคม 2568
ครั้งที่ 2	: 12 เมษายน 2568
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 25 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการวิเคราะห์การพัฒนาการเกษตรแบบหมุนเวียนและยั่งยืนในประเทศจีน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาภาคเกษตรที่ยั่งยืนในประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการวิเคราะห์แบบองค์รวมที่บูรณาการมิติทางนโยบาย เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในการพัฒนาการเกษตรแบบหมุนเวียนของจีน ประกอบด้วย (1) การสนับสนุนอย่างเข้มแข็งจากรัฐบาลผ่านนโยบายและแผนพัฒนาที่ชัดเจน (2) การลงทุนในนวัตกรรมและเทคโนโลยีการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (3) การสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่เหมาะสม รวมถึงจากการศึกษาพบว่า การนำแนวคิดการเกษตรแบบหมุนเวียนมาใช้ส่งผลให้ลดการใช้สารเคมีและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงได้ร้อยละ 6.47 ในพื้นที่ทดลอง ขณะที่เกษตรกรได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการลดต้นทุนการผลิตร้อยละ 20-30 และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์การเกษตร อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายสำคัญในการขยายผลแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรรายย่อยและในพื้นที่ห่างไกล และข้อเสนอแนะหลักสำหรับประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ (1) การพัฒนานโยบายแบบบูรณาการที่สร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (2) การลงทุนวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น และ (3) การสร้างระบบตลาดและแรงจูงใจทางเศรษฐกิจสำหรับผลิตภัณฑ์การเกษตรที่ยั่งยืน นอกจากนี้การวิจัยในอนาคตควรมุ่งศึกษาผลกระทบระยะยาวและพัฒนาตัวชี้วัดความยั่งยืนที่ครอบคลุมสำหรับภาคการเกษตร

คำสำคัญ: การเกษตรแบบหมุนเวียน การเกษตรอย่างยั่งยืน ความเป็นกลางทางคาร์บอน นโยบายการเกษตรของจีน การเกษตรเชิงนิเวศคาร์บอนต่ำ

Abstract

This article analyzes the development of circular and sustainable agriculture in China, providing a guideline for the sustainable agricultural development in Thailand and Southeast Asia. The analysis utilizes a holistic approach that integrates policy, technology, economics, and environmental dimensions. The results indicate that key success factors in China's circular agriculture development include (1) strong government support through clear policies and development plans; (2) investment in environmentally friendly agricultural innovation and technologies; and (3) appropriate economic incentives. A case study reveals that the adoption of circular agriculture resulted in a 6.47% reduction in chemical use and greenhouse gas emissions in a pilot area, while farmers experienced economic benefits of a 20-30% reduction in production costs and increased value creation from agricultural products. However, significant challenges remain in scaling up sustainable practices, particularly among small-scale farmers and those in remote areas. Key recommendations for Thailand and Southeast Asia include (1) developing integrated policies that balance economic, social, and environmental dimensions; (2) investing in research and development of technologies appropriate to the local context; and (3) establishing market systems and economic incentives for sustainable agricultural products. Future research should focus on examining the long-term impacts and developing comprehensive sustainability indicators for the agricultural sector.

Keywords: Circular Agriculture, Sustainable Agriculture, Carbon Neutrality, Agricultural Policy in China, Ecological Low-Carbon Agriculture

บทนำ

การเกษตรเป็นภาคส่วนสำคัญของเศรษฐกิจโลกที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตอาหารและการพัฒนาชนบท อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา การเกษตรแบบเข้มข้นได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การเสื่อมโทรมของดิน และการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ (Ungor, 2024) ความท้าทายเหล่านี้เป็นแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบการเกษตรที่ยั่งยืนมากขึ้น โดยมีเป้าหมายในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการรักษาผลผลิตทางการเกษตร

ประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศเกษตรกรรมขนาดใหญ่กำลังเผชิญกับความท้าทายด้านความยั่งยืนทางการเกษตรอย่างมาก เพราะแม้ว่าในช่วงสี่ทศวรรษที่ผ่านมา การผลิตทางการเกษตรของจีนเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยการผลิตรายพืชเพิ่มขึ้น 2.5 เท่า และการผลิตเนื้อสัตว์เพิ่มขึ้น 5.4 เท่า (Asian Development Bank, 2022) แต่การเติบโตนี้มาพร้อมกับต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมที่สูง รวมถึงการเสื่อมโทรมของดิน มลพิษทางน้ำ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมาก

เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ รัฐบาลจีนได้ริเริ่มนโยบายและโครงการต่างๆ หลายอย่างเพื่อส่งเสริมการเกษตรแบบหมุนเวียนและยั่งยืน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2564-2568) ของจีนให้ความสำคัญกับการพัฒนาสีเขียวและการลดการปล่อยคาร์บอนในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจ รวมถึงภาคการเกษตร (Guo & Guo, 2024) นอกจากนี้ จีนยังได้ประกาศเป้าหมายการปล่อยคาร์บอนสูงสุดภายในปี พ.ศ. 2573 และความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี พ.ศ. 2603 ซึ่งเป็นการกำหนดทิศทางสำหรับการพัฒนาภาคการเกษตรอย่างยั่งยืนในอนาคต

การเกษตรแบบหมุนเวียนเป็นแนวคิดสำคัญในการบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนทางการเกษตรของจีน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างระบบแบบปิดที่นำของเสียจากกระบวนการผลิตทางการเกษตรกลับมาใช้เป็นปัจจัยการผลิตในส่วนอื่น แนวทางนี้ช่วยลดการใช้ทรัพยากร ลดมลพิษ และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ในพื้นที่ชนบท (Chung et al., 2024) ตัวอย่างของการเกษตรแบบหมุนเวียนในจีน ได้แก่ การบูรณาการระหว่างการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์ การใช้ประโยชน์จากฟางข้าวอย่างครอบคลุม และการผลิตพลังงานชีวมวลจากของเสียทางการเกษตร

การศึกษาครั้งนี้นำเสนอการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านของจีนสู่การเกษตรแบบหมุนเวียนและยั่งยืน โดยการเลือกศึกษาประเทศจีนมีเหตุผลสำคัญหลายประการ ประการแรก จีนเป็นประเทศเกษตรกรรมขนาดใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีพื้นที่เพาะปลูกกว่า 166 ล้านเฮกตาร์และมีเกษตรกรมากกว่า 200 ล้านคน ทำให้การปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการเกษตรของจีนมีผลกระทบในระดับโลก ประการที่สอง จีนได้พัฒนานโยบายการเกษตรแบบหมุนเวียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 และ 14 (พ.ศ. 2559-2568) ทำให้มีกรณีศึกษาที่เป็นรูปธรรมจำนวนมาก นอกจากนี้จีนมีความคล้ายคลึงกับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในแง่ของระบบเกษตรกรรมที่มีเกษตรกรรายย่อยจำนวนมาก และการประกาศเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี พ.ศ. 2603 ได้นำไปสู่การปฏิรูปนโยบายด้านการเกษตรที่สามารถเป็นแบบอย่างให้กับประเทศกำลังพัฒนาได้ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ครอบคลุมเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรแบบหมุนเวียนและยั่งยืนในประเทศจีน ที่ตีพิมพ์ในช่วงปี พ.ศ. 2562-2567 (ค.ศ. 2019-2024) รวมทั้งสิ้น 35 บทความ

การศึกษาครั้งนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาในหลายประเด็น โดยในขณะที่งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาแง่มุมเฉพาะด้านของการเกษตรแบบหมุนเวียนในจีน เช่น งานของ Zhu et al. (2019) ที่ศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจหรืองานของ Koondhar et al. (2021) ที่ศึกษาการผลิตพลังงานชีวภาพ งานนี้นำเสนอการวิเคราะห์แบบองค์รวมที่บูรณาการมิติทางนโยบาย เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน อีกทั้งยังมุ่งเน้นการถอดบทเรียนจากประสบการณ์ของจีนเพื่อการประยุกต์ใช้ในบริบทของประเทศไทยและอาเซียนโดยเฉพาะ และนำเสนอกรอบแนวคิดการเกษตรเชิงนิเวศคาร์บอนต่ำ (Ecological Low-Carbon Agriculture) ซึ่งเป็นการบูรณาการแนวคิดการเกษตรแบบหมุนเวียน การเกษตรยั่งยืน และความเป็นกลางทางคาร์บอนเข้าด้วยกัน งานนี้อธิบายถึงนโยบาย แนวปฏิบัติ และโครงการสำคัญ พร้อมนำเสนอกรณีศึกษาความท้าทาย โอกาสในการดำเนินการ และผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ โดยมุ่งถอดประสบการณ์ของจีนเพื่อนำมาปรับใช้กับประเทศไทยและประเทศอื่นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนในภูมิภาค

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำความเข้าใจแนวคิดพื้นฐานของการเกษตรแบบหมุนเวียน การเกษตรยั่งยืน และความเป็นกลางทางคาร์บอนเป็นพื้นฐานสำคัญในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของภาคการเกษตรในประเทศจีน แนวคิดเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นพื้นฐานสำหรับนโยบายและการปฏิบัติในจีนเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนทั่วโลก เนื้อหาส่วนนี้เป็นการสำรวจแนวคิดหลักเหล่านี้อย่างละเอียด รวมถึงการอธิบายความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดเหล่านี้ และการประยุกต์ใช้ในบริบทของจีน

หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนในการเกษตร

เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแนวคิดในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการลดของเสียให้เหลือน้อยที่สุดโดยมีเป้าหมายในการสร้างระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับภาคการเกษตร หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในวิธีการผลิตอาหารและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

Selvan et al. (2023) อธิบายว่าการเกษตรแบบหมุนเวียนเป็นการสร้างระบบการผลิตแบบปิดที่มีการนำของเสียและผลพลอยได้จากกระบวนการหนึ่งมาใช้เป็นปัจจัยการผลิตในอีกกระบวนการหนึ่ง แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนหลักการ 5R ได้แก่ การลด (Reduce) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) การรีไซเคิล (Recycle) การปฏิเสธ (Refuse) และการทดแทน (Replace) การนำหลักการเหล่านี้มาใช้ในภาคการเกษตรสามารถช่วยลดการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอก ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในบริบทของจีน การเกษตรแบบหมุนเวียนได้รับการส่งเสริมผ่านนโยบายและโครงการหลายประเภท Bleischwitz et al. (2022) รายงานว่าจีนได้พัฒนาโมเดลการเกษตรแบบหมุนเวียนหลายรูปแบบ เช่น การบูรณาการระหว่างการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นการใช้เศษพืชเป็นอาหารสัตว์และนำมูลสัตว์มาใช้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ นอกจากนี้ ยังมีการใช้ประโยชน์จากฟางข้าวอย่างครอบคลุม โดยนำมาใช้เป็นอาหารสัตว์ ปุ๋ย พลังงาน และวัตถุดิบอุตสาหกรรม

การนำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ในภาคการเกษตรของจีนยังรวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตพลังงานชีวมวลจากของเสียทางการเกษตร Koondhar et al. (2021) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการผลิตพลังงานชีวภาพจากของเสียทางการเกษตรไม่เพียงแต่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่านั้น แต่ยังสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจชีวภาพของภาคการเกษตรอีกด้วย การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มการบริโภคพลังงานชีวภาพร้อยละ 10 นำไปสู่การเติบโตที่สำคัญในผลผลิตทางการเกษตรชีวภาพ

อย่างไรก็ตาม การนำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ในภาคการเกษตรของจีนยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ Zhu et al. (2019) ระบุว่าอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ การขาดความรู้ทางเทคนิค ข้อจำกัดทางการเงิน และการสนับสนุนทางนโยบายที่ไม่เพียงพอ นอกจากนี้ ความแตกต่างระหว่างภูมิภาคในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานยังส่งผลต่อการนำแนวคิดการเกษตรแบบหมุนเวียนไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดการเกษตรยั่งยืน

การเกษตรยั่งยืนเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมกว้างขวาง โดยให้ความสำคัญกับการผลิตอาหารด้วยวิธีการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความเป็นไปได้อย่างยั่งยืน แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนหลักการของการรักษามูลค่าระหว่างความต้องการอาหารของประชากรที่เพิ่มขึ้นกับความจำเป็นในการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติสำหรับคนรุ่นต่อไป

Plumecocq et al. (2018) เสนอว่าการเกษตรยั่งยืนประกอบด้วยหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบมีค่านิยมและโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างกัน ในบริบทของจีน การเกษตรยั่งยืนได้รับการพัฒนาผ่านแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เช่น การเกษตรเชิงนิเวศ (Ecological Agriculture) และการเกษตรสีเขียว (Green Agriculture) ที่ให้ความสำคัญกับการลดการใช้สารเคมี การปรับปรุงคุณภาพดิน และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ

Guo and Guo (2024) อธิบายแนวคิดการเกษตรเชิงนิเวศคาร์บอนต่ำ (Ecological Low-Carbon Agriculture หรือ ELA) ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะของการเกษตรยั่งยืนที่พัฒนาขึ้นในจีน ELA ให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยคาร์บอน เพิ่มการกักเก็บคาร์บอน และส่งเสริมความยั่งยืนเชิงนิเวศของวิถีปฏิบัติทางการเกษตร แนวคิดนี้เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างเข้มข้น การลดปัจจัยการผลิตทางการเกษตร และการพัฒนาโมเดลอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ

การเกษตรอินทรีย์เป็นอีกองค์ประกอบสำคัญของการเกษตรยั่งยืนในจีน Glockow et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่าการเกษตรอินทรีย์เน้นการใช้ปัจจัยการผลิตตามธรรมชาติ เช่น ปุ๋ยหมักและปุ๋ยคอก แทนการใช้ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลง วิธีการนี้ช่วยลดรอยเท้าคาร์บอนของการทำฟาร์มโดยการกำจัดปัจจัยการผลิตที่ใช้พลังงานเข้มข้นและส่งเสริมวิถีปฏิบัติที่ปรับปรุงสุขภาพของดิน

นอกจากนี้การเกษตรยั่งยืนในจีนยังรวมถึงแนวคิดการเกษตรอัจฉริยะด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-Smart Agriculture) ซึ่งบูรณาการกลยุทธ์การปรับตัวและการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเข้ากับระบบการเกษตร แนวทางนี้รวมถึงการใช้พันธุ์พืชที่ทนต่อสภาพภูมิอากาศ เทคโนโลยีการชลประทานประหยัดน้ำ และวนเกษตรเพื่อกักเก็บคาร์บอน

อย่างไรก็ตาม การนำแนวคิดการเกษตรยั่งยืนไปปฏิบัติในจีนยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ Bian and Liu (2024) ระบุว่าอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ ความไม่สมดุลระหว่างภูมิภาค การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในระดับต่ำ และช่องว่างทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบทที่ห่างไกล การเอาชนะความท้าทายเหล่านี้จำเป็นต้องมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องในการวิจัยและพัฒนา การให้ความรู้แก่เกษตรกร และการสนับสนุนทางการเงินสำหรับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ยั่งยืน

ความเป็นกลางทางคาร์บอนในบริบทของการเกษตร

ความเป็นกลางทางคาร์บอนหมายถึงการบรรลุสมดุลระหว่างการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกับการดูดซับก๊าซเรือนกระจกในบริบทของการเกษตร แนวคิดนี้เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมทางการเกษตรและการเพิ่มการกักเก็บคาร์บอนในดินและมวลชีวภาพ

Wang et al. (2021) อธิบายว่าภาคการเกษตรของจีนเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญ โดยมีสาเหตุหลักมาจากการใช้ปุ๋ยเคมี การจัดการมูลสัตว์ และการปลูกข้าว การบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนในภาคการเกษตรของจีนจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญ แต่ก็มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบรรลุเป้าหมายการปล่อยคาร์บอนสูงสุดภายในปี พ.ศ. 2573 และความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี พ.ศ. 2603 ของประเทศ

การบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนในภาคการเกษตรของจีนต้องอาศัยวิธีการที่หลากหลาย Geng et al. (2024) เสนอว่าบริการการผลิตทางการเกษตร (Agricultural Productive Services หรือ APS) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเกษตรคาร์บอนต่ำ APS รวมถึงบริการที่เพิ่มผลผลิตทางการเกษตรในขณะที่ผนวกกรรมแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เทคโนโลยีการเกษตรแม่นยำ การจัดการดินและน้ำอย่างยั่งยืน และการใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ การกักเก็บคาร์บอนในภาคการเกษตรยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน Du et al. (2023) ศึกษาผลกระทบของนโยบายเขตทดลองสาธิตการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนแห่งชาติ (National Agricultural Sustainable Development Experimental Demonstration Zone หรือ NASDEDZ) ต่อการลดการปล่อยคาร์บอนทางการเกษตร ผลการศึกษาพบว่านโยบายนี้นำไปสู่การลดการปล่อยคาร์บอนทางการเกษตรทั้งหมดร้อยละ 6.47 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของนโยบายที่ให้น้ำหนักกับการส่งเสริมแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ยั่งยืน

การใช้พลังงานหมุนเวียนในภาคการเกษตรเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญในการบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน Thamarai et al. (2024) เน้นย้ำถึงความสำคัญของการบูรณาการพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลมในการทำฟาร์ม รวมถึงการผลิตก๊าซชีวภาพจากของเสียทางการเกษตร การใช้แหล่งพลังงานหมุนเวียนเหล่านี้สามารถลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการเกษตรได้อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม การบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนในภาคการเกษตรของจีนยังคงเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ Zhang and Drury (2024) ชี้ให้เห็นว่านโยบายการเกษตรของจีนยังคงให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งอาจขัดแย้งกับเป้าหมายการลดการปล่อยคาร์บอน นอกจากนี้ ความแตกต่างระหว่างภูมิภาคในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานยังส่งผลต่อความสามารถในการนำเทคโนโลยีและแนวปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปใช้

แนวคิดการเกษตรเชิงนิเวศคาร์บอนต่ำ (Ecological Low-Carbon Agriculture : ELA)

การเกษตรเชิงนิเวศคาร์บอนต่ำ (ELA) เป็นกรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นในจีนเพื่อบูรณาการหลักการของการเกษตรยั่งยืน เศรษฐกิจหมุนเวียน และความเป็นกลางทางคาร์บอนเข้าด้วยกัน สาระสำคัญของแนวคิดนี้คือการสร้างสมดุลระหว่างการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

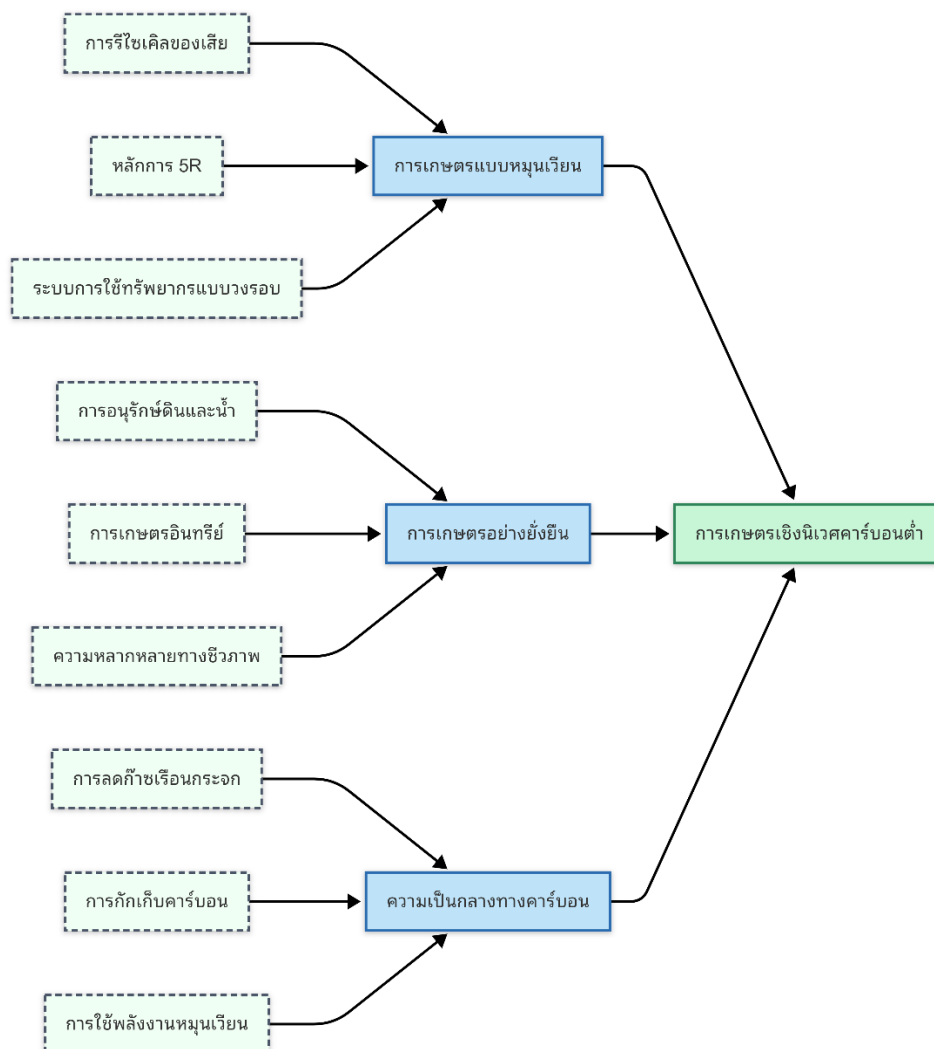
Guo and Guo (2024) อธิบายลักษณะสำคัญของ ELA ดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรอย่างเข้มข้น ELA เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ดินและน้ำ เพื่อให้มั่นใจว่าการผลิตทางการเกษตรจะยั่งยืน เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบชลประทานประหยัดน้ำและการทำเกษตรอินทรีย์ ได้รับการส่งเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร
2. การลดปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ELA มุ่งลดการใช้ปัจจัยการผลิตภายนอก เช่น ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลง โดยส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และสารควบคุมศัตรูพืชชีวภาพ วิธีการนี้ช่วยลดมลพิษและปรับปรุงสุขภาพของดิน
3. โมเดลอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ELA ส่งเสริมการบูรณาการการพัฒนาสีเขียวในกระบวนการทางการเกษตรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมถึงการนำโมเดลการเกษตรแบบหมุนเวียนที่ผสมผสานการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์ การส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์ และการสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอย่างยั่งยืน
4. การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป้าหมายสำคัญของ ELA คือการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมทางการเกษตร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรที่ประหยัดพลังงาน การส่งเสริมพลังงานหมุนเวียน และการลดการปล่อยมีเทนจากปศุสัตว์
5. การใช้ประโยชน์จากของเสียทางการเกษตร ELA เน้นการรีไซเคิลของเสียทางการเกษตร เช่น การใช้เศษพืชเป็นปุ๋ยอินทรีย์และการแปลงมูลสัตว์เป็นพลังงาน

การนำกรอบแนวคิด ELA ไปปฏิบัติในจีนได้นำไปสู่การพัฒนานโยบายและโครงการที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาการเกษตรสีเขียวฉบับที่ 14 ซึ่งเน้นการส่งเสริมการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยคาร์บอน นอกจากนี้ รัฐบาลจีนยังได้นำมาตรการจูงใจทางการเงินมาใช้ เช่น การให้เงินอุดหนุนสำหรับการใช้เทคโนโลยีสีเขียวและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาในด้านเทคโนโลยีการเกษตรที่ยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม การนำ ELA ไปปฏิบัติยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ Huo and Chen (2024) ชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างระหว่างภูมิภาคในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานส่งผลต่อการนำแนวคิด ELA ไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การขาดความรู้ทางเทคนิคและทรัพยากรทางการเงินยังเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับเกษตรกรรายย่อยในการนำแนวปฏิบัติ ELA มาใช้

เพื่อสรุปความเชื่อมโยงของแนวคิดสำคัญที่เป็นพื้นฐานของการเปลี่ยนผ่านภาคเกษตรกรรมของจีน ผู้เขียนได้จัดทำแผนภาพที่แสดงการบูรณาการแนวคิด “การเกษตรแบบหมุนเวียน” “การเกษตรอย่างยั่งยืน” และ “ความเป็นกลางทางคาร์บอน” ซึ่งหลอมรวมกันเป็นกรอบแนวคิด “การเกษตรเชิงนิเวศคาร์บอนต่ำ” รายละเอียดตามที่ได้แสดงไว้ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแบบบูรณาการของการเกษตรแบบหมุนเวียน การเกษตรยั่งยืน และความเป็นกลางทางคาร์บอน นำไปสู่การเกษตรเชิงนิเวศคาร์บอนต่ำ (ELA) ในประเทศจีน

โดยสรุปแล้ว กรอบแนวคิด ELA นำเสนอวิธีการแบบองค์รวมในการจัดการความท้าทายด้านความยั่งยืนในภาคการเกษตรของจีน โดยบูรณาการหลักการของการเกษตรยั่งยืน เศรษฐกิจหมุนเวียน และความเป็นกลางทางคาร์บอน แม้จะมีความท้าทายในการนำไปปฏิบัติ แต่ ELA มีศักยภาพที่สำคัญในการปรับปรุงความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมของภาคการเกษตรของจีน ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษามลพิษและความมั่นคงทางอาหาร การศึกษาเพิ่มเติมและการปรับปรุงนโยบายอย่างต่อเนื่องจะเป็นสิ่งสำคัญในการเอาชนะอุปสรรคที่มีอยู่และทำให้เกิดการนำ ELA ไปใช้อย่างกว้างขวางทั่วประเทศจีน

สาระในประเด็นต่างๆ

การเดินทางสู่การเกษตรยั่งยืนของจีน

การเปลี่ยนผ่านไปสู่การเกษตรยั่งยืนของจีนเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งถูกหล่อหลอมโดยปัจจัยทางประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ส่วนนี้จะสำรวจวิวัฒนาการของวิถีปฏิบัติและนโยบายทางการเกษตรของจีน ตั้งแต่วิธีการทำฟาร์มแบบดั้งเดิมในอดีตจนถึงการผลักดันการเกษตรแบบยั่งยืนและแบบหมุนเวียนในปัจจุบัน โดยมีการกล่าวถึงเหตุการณ์สำคัญ นโยบายริเริ่ม และความท้าทายที่เป็นลักษณะเฉพาะของการเดินทางครั้งนี้

1. บริบททางประวัติศาสตร์ของวิถีปฏิบัติทางการเกษตรในจีน

การเกษตรเป็นรากฐานสำคัญของอารยธรรมจีนมาเป็นเวลาหลายพันปี โดยวิธีการทำฟาร์มแบบดั้งเดิมมีรากฐานมายาวนานดังจะเห็นได้จากประเพณีทางวัฒนธรรมและปรัชญาของจีน Ungor (2024) บันทึกไว้ว่าการเกษตรของจีนในอดีตมีลักษณะเฉพาะคือวิธีการเพาะปลูกแบบเข้มข้น ระบบชลประทานที่ซับซ้อน และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับระบบนิเวศท้องถิ่น วิถีปฏิบัติแบบดั้งเดิมเหล่านี้มีกรรมหลักการของความยั่งยืน เช่น การหมุนเวียนพืช การปลูกพืชแซม และการใช้ปุ๋ยอินทรีย์

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็วและการเพิ่มขึ้นของประชากรในศตวรรษที่ 20 นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในภูมิทัศน์ทางการเกษตรของจีน Chung et al. (2024) อธิบายว่าช่วงเวลาหลังการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีนในปี พ.ศ. 2492 เกิดการผลักดันให้เพิ่มผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเลี้ยงประชากรที่เพิ่มขึ้น สิ่งนี้นำไปสู่การนำเทคนิคการทำฟาร์มสมัยใหม่มาใช้อย่างแพร่หลาย รวมถึงการใช้ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง และพันธุ์พืชที่ให้ผลผลิตสูง

การแนะนำระบบความรับผิดชอบของครัวเรือนในช่วงปลายทศวรรษ 1970 เป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในนโยบายการเกษตรของจีน ระบบนี้ซึ่งอนุญาตให้เกษตรกรขายผลผลิตส่วนเกินในตลาดเสรี นำไปสู่การเพิ่มขึ้นอย่างมากของผลผลิตทางการเกษตร อย่างไรก็ตาม Koondhar et al. (2021) ชี้ให้เห็นว่าช่วงเวลานี้ยังเห็นการเพิ่มขึ้นของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร รวมถึงการเสื่อมโทรมของดิน มลพิษทางน้ำ และการเพิ่มขึ้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

2. วิวัฒนาการของนโยบายสิ่งแวดล้อม

เมื่อตระหนักถึงความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการเกษตรแบบเข้มข้น รัฐบาลจีนได้ทยอยแนะนำนโยบายที่มุ่งส่งเสริมวิธีการทำฟาร์มที่ยั่งยืนมากขึ้น วิวัฒนาการนี้สามารถติดตามได้ผ่านเอกสารนโยบายสำคัญหลายฉบับ

2.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2554-2558) แผนนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในแนวทางการพัฒนาของจีนโดยการแนะนำแนวคิด "อารยธรรมเชิงนิเวศ" Wang et al. (2021) อธิบายว่าแนวคิดนี้เน้นความจำเป็นในการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนระหว่างกิจกรรมของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ในภาคการเกษตร สิ่งนี้แปลเป็นการเน้นย้ำเพิ่มเติมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรและการปกป้องสิ่งแวดล้อม

2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2559-2563) ต่อยอดจากแนวคิดอารยธรรมเชิงนิเวศ แผนนี้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสีเขียว Geng et al. (2024) บันทึกว่าแผนนี้กำหนดเป้าหมายเฉพาะสำหรับการลดการใช้ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลง การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำชลประทาน และการส่งเสริมการใช้เชื้อเพลิงชีวภาพทางการเกษตร

2.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2564-2568) แผนห้าปีปัจจุบันแสดงถึงการเพิ่มความมุ่งมั่นของจีนต่อการเกษตรที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น ตาม Guo and Guo (2024) แผนนี้เน้นการพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่ที่มีประสิทธิภาพเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้ยังแนะนำแนวคิด "เป้าหมายคู่คาร์บอน" โดยมีเป้าหมายที่จะทำให้การปล่อยคาร์บอนถึงจุดสูงสุดก่อนปี พ.ศ. 2573 และบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี พ.ศ. 2603

3. นโยบายและโครงการริเริ่มที่สำคัญ

นโยบายและโครงการริเริ่มเฉพาะหลายประการมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางของจีนสู่การเกษตรยั่งยืน

3.1 แผนการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนแห่งชาติ (พ.ศ. 2558-2573) แผนนี้ครอบคลุมนี้กำหนดกลยุทธ์ระยะยาวสำหรับการเปลี่ยนแปลงภาคการเกษตรของจีน Zhang and Drury (2024) เน้นย้ำว่าแผนนี้ครอบคลุมด้านที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรยั่งยืน รวมถึงการอนุรักษ์ดิน การจัดการน้ำ การปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ และการพัฒนาเทคนิคการทำฟาร์มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.2 แผนพัฒนาการเกษตรแบบหมุนเวียน แผนนี้ซึ่งแนะนำในปี พ.ศ. 2563 มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมหลักการของเศรษฐกิจหมุนเวียนในภาคการเกษตร ตามที่อธิบายโดย Bleischwitz et al. (2022) แผนนี้ส่งเสริมการปฏิบัติสำคัญ เช่น การใช้ประโยชน์จากฟางข้าวอย่างครอบคลุม การรีไซเคิลของเสียทางการเกษตร และการบูรณาการระบบการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์

3.3 นโยบายการอินสทิที่นที่ดิน Huo and Chen (2024) อภิปรายถึงความสำคัญของนโยบายการอินสทิที่นที่ดินของจีนในการส่งเสริมการเกษตรยั่งยืน นโยบายนี้อนุญาตให้มีการรวมที่ดินขนาดเล็กเป็นฟาร์มขนาดใหญ่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสามารถนำวิธีการทำฟาร์มที่ทันสมัยและยั่งยืนมาใช้ได้ง่ายขึ้น

3.4 แผนพัฒนาการเกษตรสีเขียว แผนนี้ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของการเกษตรในขณะที่ยังคงรักษาผลิตภาพ Thamarai et al. (2024) บันทึกว่าแผนนี้รวมถึงมาตรการส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์ ปรับปรุงสุขภาพของดิน และลดการปล่อยคาร์บอนทางการเกษตร

4. ความท้าทายในการดำเนินการนโยบายการเกษตรยั่งยืน

แม้ว่าจีนจะมีความก้าวหน้าอย่างมากในการพัฒนานโยบายเพื่อส่งเสริมการเกษตรยั่งยืน แต่การนำนโยบายเหล่านี้ไปปฏิบัติยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ

4.1 ความแตกต่างระหว่างภูมิภาค Bian and Liu (2024) ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการเกษตรยั่งยืนในจีนยังคงไม่สม่ำเสมอทั่วประเทศ พื้นที่ชายฝั่งตะวันออกและภูมิภาคที่ผลิตธัญพืชมีความก้าวหน้ามากกว่าพื้นที่ภายในประเทศและพื้นที่ภูเขา ภูมิภาคที่มีโครงสร้างพื้นฐานน้อยกว่าและมีภูมิประเทศที่ยากลำบากมักประสบปัญหาในการบูรณาการเครื่องจักรขนาดใหญ่ ซึ่งจำกัดประโยชน์ด้านประสิทธิภาพและสิ่งแวดล้อมที่การเกษตรยั่งยืนสามารถนำมาให้

4.2 การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในระดับต่ำ Yang and Jiang (2022) พบว่าเกษตรกรรายย่อยจำนวนมากลังเลที่จะนำวิธีปฏิบัติทางการเกษตรยั่งยืนมาใช้ เนื่องจากต้นทุนเริ่มต้นที่สูงและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน นอกจากนี้ยังมีการขาดความตระหนักและความเชี่ยวชาญทางเทคนิคในหมู่เกษตรกร ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมมากขึ้น

4.3 ช่องว่างทางเทคโนโลยี Geng et al. (2024) เน้นย้ำว่าการพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรยั่งยืนในจีนยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น จำเป็นต้องมีการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญในการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของวิธีปฏิบัติทางการเกษตรยั่งยืน และลดต้นทุน

4.4 การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศ หนึ่งในอุปสรรคสำคัญต่อความสำเร็จของการเกษตรยั่งยืนคือความยากลำบากในการรับรู้คุณค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศ Zhu et al. (2019) ชี้ให้เห็นว่าตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และยั่งยืนในจีนยังไม่พัฒนาเต็มที่ และมีแรงจูงใจน้อยสำหรับเกษตรกรในการนำวิธีปฏิบัติทางการเกษตรยั่งยืนมาใช้โดยไม่มีการรับประกันผลตอบแทนทางการเงิน

5. ความสำเร็จและผลกระทบของนโยบายการเกษตรยั่งยืน

แม้จะมีความท้าทาย แต่นโยบายการเกษตรยั่งยืนของจีนได้ส่งผลกระทบเชิงบวกที่สำคัญต่อภาคการเกษตรและสิ่งแวดล้อม

5.1 การลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร Du et al. (2023) รายงานว่านโยบายเขตทดลองสาธิตการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนแห่งชาติ (NASDEDZ) นำไปสู่การลดการปล่อยคาร์บอนทางการเกษตรทั้งหมดร้อยละ 6.47 นโยบายนี้มีผลกระทบที่สำคัญที่สุดในการลดการปล่อยมลพิษจากการใช้ยาฆ่าแมลง ตามด้วยการลดการปล่อยมลพิษจากปุ๋ยเคมีและการไถพรวนดิน

5.2 การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร Koondhar et al. (2021) พบว่าการเพิ่มการบริโภคพลังงานชีวภาพร้อยละ 10 นำไปสู่การเติบโตที่สำคัญในผลผลิตทางการเกษตรชีวภาพ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการเกษตรแบบหมุนเวียนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5.3 การเพิ่มการกักเก็บคาร์บอนในภาคการเกษตร Thamarai et al. (2024) เน้นย้ำถึงบทบาทของการเกษตรในการกักเก็บคาร์บอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการปฏิบัติเช่นการทำฟาร์มอินทรีย์และวนเกษตร การปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่ยังช่วยปรับปรุงสุขภาพของดินและความหลากหลายทางชีวภาพ

5.4 การปรับปรุงรายได้ของเกษตรกร Zhu et al. (2019) แสดงให้เห็นว่าการนำวิธีปฏิบัติการเกษตรแบบหมุนเวียนมาใช้สามารถนำไปสู่การปรับปรุงผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจของฟาร์ม กรณีศึกษาของฟาร์มเลี้ยงสุกรในมณฑลเจียงซี แสดงให้เห็นว่าการนำหลักการเกษตรแบบหมุนเวียนมาใช้ เช่น การผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลสุกรและการทำฟาร์มอินทรีย์ ไม่เพียงแต่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังปรับปรุงผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ

5.5 การส่งเสริมนวัตกรรมทางเทคโนโลยี Geng et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่านโยบายการเกษตรยั่งยืนของจีนได้กระตุ้นการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เช่น เกษตรกรรมแม่นยำ การใช้พลังงานหมุนเวียนในการเกษตร และระบบการจัดการของเสียขั้นสูง นวัตกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ปรับปรุงความยั่งยืนของภาคการเกษตร แต่ยังมีศักยภาพในการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่

6. บทเรียนสำหรับประเทศอื่น

ประสบการณ์ของจีนในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การเกษตรยั่งยืนให้บทเรียนที่มีคุณค่าสำหรับประเทศอื่น โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาที่เผชิญกับความท้าทายด้านความยั่งยืนที่คล้ายคลึงกัน

6.1 ความสำคัญของการสนับสนุนของรัฐบาล Zhang and Drury (2024) เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของนโยบายและการสนับสนุนของรัฐบาลในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในภาคการเกษตร การให้แรงจูงใจทางการเงิน การลงทุนในการวิจัยและพัฒนา และการสร้างกรอบกฎหมายที่เอื้ออำนวยเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการส่งเสริมการเกษตรยั่งยืน

6.2 แนวทางแบบองค์รวม ประสบการณ์ของจีนแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้แนวทางแบบองค์รวมต่อการเกษตรยั่งยืน ซึ่งพิจารณาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม Guo and Guo (2024) เน้นย้ำว่าการบูรณาการหลักการของเศรษฐกิจหมุนเวียน การเกษตรยั่งยืน และความเป็นกลางทางคาร์บอนสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

6.3 การปรับแต่งนโยบายให้เข้ากับบริบทท้องถิ่น Bian and Liu (2024) ชี้ให้เห็นความสำคัญของการปรับแต่งนโยบายการเกษตรยั่งยืนให้เข้ากับสภาพท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

6.4 การส่งเสริมนวัตกรรมและการถ่ายทอดเทคโนโลยี ประสบการณ์ของจีนแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา และการส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยี Glockow et al. (2024) เสนอแนะว่าการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันวิจัย ภาคเอกชน และเกษตรกรสามารถเร่งการพัฒนาและการนำเทคโนโลยีการเกษตรยั่งยืนไปใช้

6.5 การสร้างตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ยั่งยืน Yang and Jiang (2022) เน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนาตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรยั่งยืน รวมถึงการสร้างระบบการรับรองและการเพิ่มความตระหนักของผู้บริโภค

โดยสรุป เส้นทางการพัฒนาการเกษตรยั่งยืนของจีนแสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของการเปลี่ยนแปลงระบบเกษตรกรรมขนาดใหญ่ ในขณะที่ยังคงมีความท้าทายอยู่ แต่ความก้าวหน้าของจีนในการพัฒนานโยบายและการนำไปปฏิบัติให้บทเรียนที่มีคุณค่าสำหรับประเทศอื่นที่ต้องการสร้างสมดุลระหว่างการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรกับความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ของจีนสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของความมุ่งมั่นทางการเมือง การลงทุนในนวัตกรรม และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบเกษตรกรรมที่ยั่งยืนมากขึ้น

กรณีศึกษาการเกษตรแบบหมุนเวียนและยั่งยืนในจีน

เพื่อให้เข้าใจถึงการนำนโยบายและแนวคิดการเกษตรยั่งยืนไปปฏิบัติในจีนอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น ส่วนนี้จะนำเสนอกรณีศึกษาที่เฉพาะเจาะจงจากพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ กรณีศึกษาเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของแนวทางที่ใช้และความท้าทายและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการนำหลักการเกษตรแบบหมุนเวียนและยั่งยืนไปปฏิบัติ

1. ฟาร์มเลี้ยงสุกรในเมืองผิงเสียง มณฑลเจียงซี

Zhu et al. (2019) นำเสนอกรณีศึกษาของฟาร์มเลี้ยงสุกรในเมืองผิงเสียง มณฑลเจียงซี ที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านจากรูปแบบการผลิตแบบเส้นตรงไปสู่รูปแบบแบบหมุนเวียน ฟาร์มนี้ได้นำระบบการผลิตก๊าซชีวภาพมาใช้ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินการ โดยแปลงมูลสุกรเป็นพลังงานที่ใช้ในการผลิตไฟฟ้าและความร้อน

ลักษณะสำคัญของโมเดลนี้ ได้แก่

- 1) การผลิตก๊าซชีวภาพ ระบบการผลิตก๊าซชีวภาพแบบหมุนเวียนของฟาร์มเพิ่มอัตราการหมุนเวียนทรัพยากรขึ้น 30% จากปี 2562 ถึง 2563 โดยคาดการณ์ว่าระบบจะบรรลุการหมุนเวียนเกือบ 100% ภายในปี 2568
- 2) การเกษตรอินทรีย์ ฟาร์มได้เปลี่ยนไปสู่การผลิตสุกรอินทรีย์ซึ่งขายได้ในราคาที่สูงกว่า ภายในปี 2568 คาดว่าฟาร์มจะสร้างกำไรที่สำคัญจากผลิตภัณฑ์อินทรีย์ โดยมีอัตรากำไร 79.8% จากการเลี้ยงสุกรอินทรีย์

- 3) การใช้ประโยชน์จากของเสีย น้ำเสียและกากตะกอนจากกระบวนการผลิตก๊าซชีวภาพถูกนำมาใช้เป็นปุ๋ยอินทรีย์สำหรับการผลิตทางการเกษตร ช่วยให้ฟาร์มประหยัดค่าใช้จ่ายด้านปุ๋ยได้ประมาณ 41,143 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี
- 4) การผลิตไฟฟ้า ฟาร์มขายไฟฟ้าส่วนเกินที่ผลิตจากก๊าซชีวภาพให้กับโครงข่ายไฟฟ้าของรัฐ สร้างรายได้เพิ่มเติม

ผลการศึกษาพบว่าการดำเนินการดังกล่าวส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่รูปแบบการผลิตแบบหมุนเวียนไม่เพียงแต่ปรับปรุงความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมของฟาร์มเท่านั้น แต่ยังเพิ่มความสามารถในการทำกำไรอย่างมีนัยสำคัญ กรณีศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการเกษตรแบบหมุนเวียนในการสร้างผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ร่วมกันทั้งด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

2. การดำเนินการนโยบายการโอนสิทธิ์ในที่ดินในภูมิภาคชายฝั่งตะวันออก

Huo and Chen (2024) ศึกษาผลกระทบของนโยบายการโอนสิทธิ์ในที่ดินต่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนในจีน โดยเน้นที่การดำเนินการในภูมิภาคชายฝั่งตะวันออกที่พัฒนาแล้ว เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และฝูเจี้ยน ลักษณะสำคัญของการดำเนินการ ได้แก่

- 1) การรวมที่ดิน นโยบายอำนวยความสะดวกในการรวมที่ดินขนาดเล็กเป็นหน่วยการผลิตขนาดใหญ่ขึ้น ช่วยให้เกิดการประหยัดต่อขนาดและการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้
- 2) การเกษตรกรรมแบบกลไก การเปลี่ยนจากการทำฟาร์มขนาดเล็กด้วยแรงงานคนไปสู่การดำเนินงานขนาดใหญ่ที่ใช้เครื่องจักรกลเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญของความยั่งยืนในภูมิภาคที่นำนโยบายการโอนสิทธิ์ในที่ดินมาใช้
- 3) การนำเทคโนโลยีที่ยั่งยืนมาใช้ ฟาร์มขนาดใหญ่ที่เกิดจากการโอนสิทธิ์ในที่ดินสามารถ ลงทุนในเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น การเกษตรแม่นยำและระบบชลประทานที่มีประสิทธิภาพ

การศึกษานี้พบว่านโยบายการโอนสิทธิ์ในที่ดินมีผลกระทบเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อการส่งเสริมการเกษตรอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคที่มีขนาดการโอนสิทธิ์ในที่ดินสูงกว่า อย่างไรก็ตาม ผลกระทบของนโยบายมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค โดยพื้นที่ผลผลิตธัญพืชหลัก เช่น ข้าว และถั่วเหลือง ซึ่งมีความสำคัญต่อความมั่นคงทางอาหารของประเทศ ล้าหลังในแง่ของการพัฒนาที่ยั่งยืนแม้จะได้รับประโยชน์จากนโยบาย

3. การนำบริการการผลิตทางการเกษตร (Agricultural Productive Services หรือ APS) มาใช้ในพื้นที่ผลผลิตธัญพืช

Geng et al. (2024) ศึกษาผลกระทบของบริการการผลิตทางการเกษตร (Agricultural Productive Services หรือ APS) ต่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเกษตรคาร์บอนต่ำในจีน โดยเน้นที่การนำมาใช้ในพื้นที่ผลผลิตธัญพืชหลัก APS เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมบริการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของการผลิตทางการเกษตร โดยรวมถึงการให้บริการด้านเทคโนโลยีการจัดการ และการสนับสนุนที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถปรับปรุงผลผลิตและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้

ลักษณะสำคัญของ APS ได้แก่

- 1) การเกษตรแม่นยำ APS ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการเกษตรแม่นยำ เช่น การใช้เซ็นเซอร์ การวิเคราะห์ข้อมูลและเทคโนโลยี GPS เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิต เช่น น้ำ ปุ๋ย และยาฆ่าแมลง ตัวอย่างเช่น การใช้โดรนในการฉีดพ่นยาฆ่าแมลงอย่างแม่นยำ หรือการใช้ระบบนำทางอัตโนมัติในรถแทรกเตอร์เพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
- 2) การจัดการดินและน้ำอย่างยั่งยืน APS รวมถึงบริการที่ปรับปรุงสุขภาพของดินและประสิทธิภาพการใช้น้ำ เช่น การทดสอบดินและการชลประทานที่มีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การให้บริการวิเคราะห์คุณภาพดินและให้คำแนะนำในการปรับปรุงดิน หรือการติดตั้งระบบชลประทานหยดที่ช่วยประหยัดน้ำและเพิ่มผลผลิต
- 3) การใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม APS ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และสารควบคุมศัตรูพืชชีวภาพเพื่อลดการพึ่งพาสารเคมี เช่น การให้บริการผลิตและจัดจำหน่ายปุ๋ยหมักคุณภาพสูง หรือการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดการศัตรูพืชแบบผสมผสาน

ผลการศึกษาพบว่า APS มีผลกระทบเชิงบวกต่อการลดความเข้มข้นของการปล่อยคาร์บอนทางการเกษตรโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อ APS เกินขีดจำกัดบางอย่าง นั่นหมายความว่า เมื่อมีการนำ APS มาใช้อย่างกว้างขวางและครอบคลุม จะเกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้นในการลดการปล่อยคาร์บอน ตัวอย่างเช่น เมื่อเกษตรกรในพื้นที่หนึ่งเริ่มใช้บริการเกษตรแม่นยำอย่างแพร่หลาย จะเห็นการลดลงของการใช้ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงที่มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบของ APS แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในภูมิภาคต่างๆ ของจีน โดยจังหวัดทางตะวันออกและตอนกลางซึ่งมีระดับการพัฒนา APS สูงกว่าแสดงความก้าวหน้ามากกว่าในการลดการปล่อยคาร์บอน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภูมิภาคเหล่านี้มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีกว่า มีการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ดีขึ้น และมีทรัพยากรทางการเงินที่มากกว่าในการลงทุนใน APS

การศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นด้วยว่า APS เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการเกษตรคาร์บอนต่ำในจีน แต่ยังมีข้อจำกัดจำเป็นต้องพัฒนานโยบายที่สนับสนุนการนำ APS ไปใช้อย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคที่ยังล้าหลังในการพัฒนาด้านนี้ นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของ APS และลดต้นทุนในการนำไปใช้ เพื่อให้เกษตรกรรายย่อยสามารถเข้าถึงบริการเหล่านี้ได้มากขึ้น

4. โครงการริเริ่มด้านเกษตรนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของเมืองเถิงชง

United Nations Environment Programme (2024) นำเสนอกรณีศึกษาของเมืองเถิงชง จังหวัดยูนนาน ซึ่งได้นำแนวทางการเกษตรนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาใช้ เมืองเถิงชงเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง และมีศักยภาพทางการเกษตรที่สำคัญ การริเริ่มนี้เป็นตัวอย่างที่ดีของการบูรณาการแนวคิดการเกษตรยั่งยืนเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

ลักษณะสำคัญของโครงการริเริ่มนี้ได้แก่

- 1) การเกษตรนิเวศ เมืองเถิงชงได้นำวิถีปฏิบัติทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ เช่น การลดการใช้สารเคมี การอนุรักษ์ดินและน้ำ และการส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ ตัวอย่างเช่น การส่งเสริมการปลูกพืชหมุนเวียน การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ และการปลูกพืชพื้นเมืองที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมท้องถิ่น
- 2) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เมืองได้บูรณาการการท่องเที่ยวเข้ากับการเกษตรโดยสร้างโอกาสสำหรับนักท่องเที่ยวในการสัมผัสกับวิถีปฏิบัติทางการเกษตรที่ยั่งยืนและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น การจัดทัวร์ฟาร์มอินทรีย์ การสาธิตการทำเกษตรแบบดั้งเดิม และการจัดตลาดสินค้าเกษตรท้องถิ่น
- 3) การอนุรักษ์ระบบนิเวศ โครงการริเริ่มนี้ให้ความสำคัญกับการรักษาสสมดุลระหว่างการพัฒนาทางการเกษตรและการอนุรักษ์ระบบนิเวศท้องถิ่น มีการจัดตั้งพื้นที่อนุรักษ์และการส่งเสริมการปลูกป่าเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว
- 4) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าสูง เช่น ชาอินทรีย์ และผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้าน เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่าโครงการริเริ่มนี้ส่งผลกระทบเชิงบวกทั้งในด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- 1) การเพิ่มรายได้ รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างแหล่งรายได้เสริมที่สำคัญให้กับเกษตรกรท้องถิ่น โดยในปี 2565 รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น 30% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า
- 2) การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ การส่งเสริมการเกษตรนิเวศช่วยรักษาและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ โดยพบว่าจำนวนชนิดพันธุ์พืชและสัตว์ในพื้นที่เพิ่มขึ้น 15% ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
- 3) การลดการใช้สารเคมี การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์นำไปสู่การลดการใช้ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลงลง 40% ในพื้นที่โครงการ
- 4) การสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม โครงการนี้ช่วยเพิ่มความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในหมู่เกษตรกรท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว โดยมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม การศึกษายังพบความท้าทายบางประการ เช่น การขาดแคลนแรงงานในภาคการเกษตร เนื่องจากคนรุ่นใหม่มักย้ายไปทำงานในเมือง และความจำเป็นในการลงทุนเพิ่มเติมในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

กรณีศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการบูรณาการแนวคิดการเกษตรยั่งยืนเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นสามารถสร้างผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของโครงการเช่นนี้ขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่นและการมีส่วนร่วมของชุมชน และการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐและภาคเอกชน

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของการเกษตรแบบหมุนเวียนในจีน

การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเกษตรแบบหมุนเวียนในประเทศจีนกำลังส่งผลกระทบที่สำคัญทั้งในมิติสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม Du et al. (2023) รายงานว่านโยบายเขตทดลองสาธิตการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนแห่งชาติ (NASDEDZ) สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนในภาคเกษตรได้ถึงร้อยละ 6.47 ในพื้นที่ทดลอง โดยเฉพาะมลพิษจากยาฆ่าแมลงและปุ๋ยเคมี นอกจากนี้ Koondhar et al. (2021) พบว่าการเพิ่มการใช้พลังงานชีวภาพร้อยละ 10 ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรชีวภาพเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

คุณภาพดินและน้ำได้รับการปรับปรุงอย่างเห็นได้ชัด Glockow et al. (2024) รายงานว่าการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และการหมุนเวียนเศษพืชทำให้ปริมาณอินทรีย์วัตถุในดินเพิ่มขึ้น ในขณะที่วิธีการไถพรวนแบบอนุรักษ์และการปลูกพืชคลุมดินช่วยลดการชะล้างหน้าดินได้ถึงร้อยละ 30 คุณภาพน้ำในพื้นที่ที่ใช้การเกษตรแบบหมุนเวียนดีขึ้นร้อยละ 15-20 และเทคนิคการชลประทานประหยัดน้ำช่วยลดการใช้น้ำได้ถึงร้อยละ 25 ในด้านเศรษฐกิจ Zhu et al. (2019) พบว่าเกษตรกรได้รับประโยชน์จากการลดต้นทุนการผลิตลงร้อยละ 20-30 จากการลดการใช้ปัจจัยการผลิตภายนอก ขณะที่ผลิตภัณฑ์อินทรีย์และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยวิธีการยั่งยืนสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่า เพิ่มรายได้ให้เกษตรกรได้ถึงร้อยละ 40 ในบางกรณี นอกจากนี้ ยังมีแหล่งรายได้ใหม่จากการผลิตพลังงานชีวภาพและการขายคาร์บอนเครดิต สามารถเพิ่มรายได้ได้อีกร้อยละ 15-20 และยังเพิ่มความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจให้เกษตรกรในการรับมือกับความผันผวนของตลาดและสภาพภูมิอากาศ

การเกษตรแบบหมุนเวียนยังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนของจีนภายในปีพ.ศ. 2603 โดย Wang et al. (2021) ระบุว่า การเกษตรแบบหมุนเวียนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตรง เพิ่มการกักเก็บคาร์บอนในดินและมวลชีวภาพ สนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน และส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีคาร์บอนต่ำ แม้ว่ายังมีความท้าทายในการดำเนินการและการวัดผลอย่างแม่นยำ แต่การเกษตรแบบหมุนเวียนมีศักยภาพสูงในการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนและการบรรลุเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศของประเทศจีน

แนวโน้มในอนาคตและประเด็นที่เกี่ยวข้องในระดับโลก

การพัฒนาการเกษตรแบบหมุนเวียนและยั่งยืนในจีนมีความสำคัญไม่เพียงในระดับประเทศแต่ยังส่งผลกระทบในระดับโลก โดยในด้านเทคโนโลยีจีนกำลังก้าวสู่การเป็นผู้นำในหลายด้าน โดย Geng et al. (2024) รายงานว่าการใช้เซ็นเซอร์ IoT ในฟาร์มของจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 200 ในช่วงห้าปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เกษตรกรสามารถติดตามและควบคุมสภาพแวดล้อมการเพาะปลูกได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ Thamarai et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่าจีนกำลังลงทุนอย่างมากในการวิจัยและพัฒนาวัสดุชีวภาพจากของเสียทางการเกษตร โดยเฉพาะการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากฟางข้าวและเศษพืช ในขณะที่ Zhang and Drury (2024) รายงานว่าพื้นที่เกษตรในเมืองของจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ในช่วงสามปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้แล้ว การเปลี่ยนแปลงในภาคการเกษตรของจีนยังส่งผลกระทบต่อตลาดสินค้าเกษตรของโลกอย่างมีนัยสำคัญ Ungor (2024) คาดการณ์ว่าจีนอาจลดการนำเข้าปุ๋ยเคมีและเพิ่มการนำเข้าเทคโนโลยีการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ Wang et al. (2021) ชี้ให้เห็นว่าการลดการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยวในจีนร้อยละ 10 อาจส่งผลให้ราคาธัญพืชในตลาดโลกลดลงร้อยละ 3-5 นอกจากนี้ มาตรฐานการผลิตที่ยั่งยืนของจีนยังอาจส่งผลต่อมาตรฐานการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรในระดับโลก โดยเฉพาะในประเทศคู่ค้าหลัก

จีนมีส่วนร่วมสำคัญในการแก้ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ Du et al. (2023) รายงานว่านโยบายการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนของจีนสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการเกษตรได้ถึงร้อยละ 6.47 ซึ่งมีส่วนสนับสนุนเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโลก รวมถึงการลงทุนอย่างมากในการพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรคาร์บอนต่ำ ซึ่งอาจถ่ายทอดไปสู่ประเทศอื่น โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา

การพัฒนาการเกษตรแบบหมุนเวียนในจีนยังเปิดโอกาสสำหรับการแบ่งปันความรู้และเทคโนโลยีระหว่างประเทศ ผ่านการถ่ายทอดเทคโนโลยี การวิจัยร่วม และการแลกเปลี่ยนนโยบาย อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายสำคัญในอนาคต ทั้งการขยายการใช้เทคโนโลยีสู่เกษตรกรรายย่อยจำนวนมาก โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรน้ำ ในบริบทของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การพัฒนาตลาดคาร์บอนสำหรับภาคการเกษตร และการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

กล่าวโดยสรุป ประสพการณ์ของจีนในการพัฒนาการเกษตรแบบหมุนเวียนและยั่งยืนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาภาคการเกษตรในระดับโลก การติดตามและถอดบทเรียนจากประสบการณ์ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับประเทศไทยและประเทศอื่นในการพัฒนาภาคการเกษตรให้มีความยั่งยืนและพร้อมรับมือกับความท้าทายในอนาคต

บทเรียนและข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย

ประเทศไทยสามารถนำบทเรียนจากประสบการณ์ของจีนมาปรับใช้ได้ โดยเริ่มจากการกำหนดนโยบายระดับชาติที่ชัดเจนและบูรณาการเข้ากับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกระทรวงพลังงาน

ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ควรมีการจัดตั้งกองทุนวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรแบบหมุนเวียนโดยเฉพาะเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยเน้นเทคโนโลยีที่มีต้นทุนไม่สูงและเกษตรกรรายย่อยสามารถเข้าถึงได้ รวมถึงควรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย และภาคเอกชน เพื่อพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เกษตรกรอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านแรงจูงใจ รัฐบาลไทยควรพิจารณาการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและการสนับสนุนทางการเงินสำหรับเกษตรกรที่นำแนวปฏิบัติการเกษตรแบบหมุนเวียนมาใช้ เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำและการประกันราคาผลผลิตที่ยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาตลาดเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และยั่งยืน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับเกษตรกรในการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิต

สำหรับการยกระดับทักษะของเกษตรกร ควรการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและฝึกอบรมเกี่ยวกับการเกษตรแบบหมุนเวียนในทุกระดับ ตั้งแต่โรงเรียนจนถึงมหาวิทยาลัย และการฝึกอบรมเกษตรกร รวมถึงการจัดตั้งแปลงสาธิตในชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของการเกษตรแบบหมุนเวียนอย่างเป็นรูปธรรม และการส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และทรัพยากร

ด้านนโยบายและการกำกับดูแล ควรพัฒนารอบกฎหมายและระเบียบที่สนับสนุนการเกษตรแบบหมุนเวียน เช่น การกำหนดมาตรฐานการผลิตที่ยั่งยืน และการสร้างระบบการรับรองที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับเกษตรกร โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย รวมถึงการบูรณาการนโยบายด้านการเกษตร พลังงาน และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน

สำหรับพลังงานหมุนเวียนในภาคการเกษตร ควรส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์และชีวมวลในฟาร์ม โดยให้การสนับสนุนทางการเงินสำหรับการติดตั้งระบบพลังงานหมุนเวียน และการพัฒนาระบบการซื้อขายไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานหมุนเวียนในภาคการเกษตร

นอกจากนี้แล้ว ประเทศไทยควรพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนและกับจีน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เทคโนโลยี และประสบการณ์ในการพัฒนาการเกษตรแบบหมุนเวียน รวมถึงการร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ และการพัฒนามาตรฐานการผลิตที่ยั่งยืนในระดับภูมิภาค

การนำแนวทางเหล่านี้มาปรับใช้ในประเทศไทยจำเป็นต้องคำนึงถึงบริบทเฉพาะของประเทศ โดยเฉพาะลักษณะของภาคการเกษตรที่ประกอบด้วยเกษตรกรรายย่อยจำนวนมาก ความหลากหลายของระบบนิเวศเกษตร และศักยภาพด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรของประเทศ

บทเรียนและข้อเสนอแนะสำหรับประเทศอื่นในอาเซียน

นอกจากประเทศไทย บทเรียนจากประสบการณ์ของจีนยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับประเทศอื่นในอาเซียนซึ่งเผชิญความท้าทายคล้ายคลึงกัน Glockow et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่าประเทศที่มีพื้นที่เกษตรกรรมขนาดใหญ่อย่างอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม กำลังประสบปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับการเกษตรแบบหมุนเวียน โดยเฉพาะระบบการผลิตก๊าซชีวภาพขั้นสูงและเทคโนโลยีการรีไซเคิลน้ำที่มีต้นทุนสูงและยังอยู่ในขั้นพัฒนา ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงของเกษตรกรรายย่อย

ในด้านเศรษฐกิจ Zhu et al. (2019) พบว่าประเทศกำลังพัฒนาในอาเซียนอย่างลาว กัมพูชา และเมียนมาร์ กำลังเผชิญกับความท้าทายด้านต้นทุนเริ่มต้นสูงและระยะเวลาคืนทุนที่ยาวนาน เช่นเดียวกับที่จีนเคยประสบ ประเทศเหล่านี้สามารถเรียนรู้แนวทางการแก้ปัญหาจากจีนในการพัฒนานโยบายสนับสนุนทางการเงิน เช่น เงินอุดหนุนและสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ โดยปรับให้เหมาะสมกับบริบทและข้อจำกัดทางงบประมาณของแต่ละประเทศ

Zhang and Drury (2024) อธิบายว่าปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง การขาดความตระหนักรู้ และการขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตร เป็นความท้าทายร่วมกันของหลายประเทศในอาเซียน ประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์สามารถนำแนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของจีน มาปรับใช้ เพื่อช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงความรู้และความเชี่ยวชาญได้ง่ายขึ้น

Guo and Guo (2024) เสนอว่าในด้านนโยบายและการกำกับดูแล อาเซียนสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของจีน ในการจัดการกับความไม่สอดคล้องของนโยบาย การบังคับใช้กฎระเบียบที่มีประสิทธิภาพ และการลดความซับซ้อนของระบบ การให้ใบอนุญาตและการรับรอง หลายประเทศในอาเซียนจำเป็นต้องพัฒนาระบบการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสร้างความสมดุลระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมและการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม

Thamarai et al. (2024) ระบุว่า การบูรณาการพลังงานหมุนเวียนเข้ากับภาคการเกษตรเป็นโอกาสสำคัญสำหรับ อาเซียน โดยเฉพาะอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ซึ่งมีศักยภาพสูงด้านพลังงานแสงอาทิตย์ ลม และชีวมวล แม้จะเผชิญความท้าทาย ด้านต้นทุนเริ่มต้นสูงและข้อจำกัดทางเทคนิค แต่ประเทศเหล่านี้สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของจีน ในการพัฒนานโยบาย สนับสนุนที่ช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียนได้มากขึ้น ซึ่งนอกจากจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว ยังสร้างรายได้เสริมจากการขายไฟฟ้าส่วนเกินอีกด้วย

Ungor (2024) เน้นย้ำว่าความร่วมมือระดับภูมิภาคในอาเซียนเป็นกุญแจสำคัญในการเร่งการเปลี่ยนแปลงสู่การเกษตร แบบหมุนเวียนและยั่งยืน โดยอาเซียนควรเรียนรู้จากแนวโน้มในอนาคตของจีน ทั้งการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนา วัสดุชีวภาพ และการขยายตัวของตลาดคาร์บอน ประเทศสมาชิกควรส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีระหว่างกัน พัฒนามาตรฐานร่วมสำหรับผลิตภัณฑ์การเกษตรยั่งยืน และสร้างกลไกสนับสนุนทางการเงินสำหรับโครงการด้านการเกษตร ยั่งยืน การจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาด้านการเกษตรแบบหมุนเวียนร่วมกันในภูมิภาคจะช่วยแก้ไขปัญหและความท้าทาย ข้ามพรมแดน เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มลพิษทางน้ำ และการแพร่ระบาดของโรคพืชและแมลงศัตรูพืช

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับการเกษตรแบบหมุนเวียนในจีนและการประยุกต์ใช้ในอาเซียนสามารถวิเคราะห์ผ่านกรอบทฤษฎี ทางบริหารธุรกิจได้หลายประการ การเปลี่ยนผ่านจากระบบเกษตรแบบเส้นตรงไปสู่ระบบแบบหมุนเวียนสอดคล้องกับทฤษฎี การจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management Theory) ซึ่ง Lewin (1947) เสนอกระบวนการเปลี่ยนแปลง 3 ขั้นตอน ได้แก่ การละลายพฤติกรรมเดิม (Unfreezing) การเปลี่ยนแปลง (Change) และการทำให้การเปลี่ยนแปลงคงอยู่ (Refreezing) ในกรณีของจีน กระบวนการเหล่านี้ผ่านการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการเกษตรแบบเข้มข้น (Unfreezing) การนำเทคโนโลยีและแนวปฏิบัติใหม่มาใช้ (Change) และการสร้างระบบสนับสนุนทางนโยบายและเศรษฐกิจ เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงยั่งยืน (Refreezing)

ทฤษฎีพฤติกรรมองค์กร (Organizational Behavior Theory) โดยเฉพาะแนวคิดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Resistance to Change) ของ Kotter and Schlesinger (1989) มีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่ง เนื่องจากการนำแนวคิดการเกษตร แบบหมุนเวียนมาใช้เผชิญกับการต่อต้านจากเกษตรกรหลายราย ประสบการณ์ของจีนแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การให้การศึกษา และการสื่อสาร (Education and Communication) การมีส่วนร่วม (Participation) และการสนับสนุน (Facilitation and Support) เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการลดการต่อต้านและส่งเสริมการยอมรับแนวปฏิบัติใหม่เหล่านี้

ในมุมมองของทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management Theory) การเกษตรแบบหมุนเวียน เป็นตัวอย่างของการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบปิด (Closed-Loop Supply Chain) ตามที่ Guide Jr and Van Wassenhove (2009) เสนอไว้ โดยมุ่งเน้นการหมุนเวียนวัสดุและทรัพยากรกลับมาใช้ในระบบ แทนการทิ้งเป็นของเสีย กรณีศึกษาของฟาร์ม เลี้ยงสุกรในเมืองผิงเฉิง มณฑลเจียงซี แสดงให้เห็นการบูรณาการห่วงโซ่อุปทานแบบปิดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการนำของเสีย จากการเลี้ยงสุกรมาผลิตก๊าซชีวภาพ และนำกากตะกอนมาใช้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ตามที่ Mehrotra and Jaladi (2022) ได้เสนอไว้

ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) ของ Porter (1985) มีความเกี่ยวข้องกับการเกษตรแบบหมุนเวียน ในแง่ของกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง (Differentiation Strategy) และการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนช่วยให้เกษตรกรสามารถสร้างแตกต่างและขายผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงขึ้น ในขณะที่การลดการใช้ปัจจัยการผลิตภายนอกและการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรช่วยลดต้นทุนการผลิตในระยะยาว

นอกจากนี้ ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรม (Innovation Management Theory) โดยเฉพาะแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ของ Rogers (2003) มีความเกี่ยวข้องกับการเผยแพร่เทคโนโลยีและแนวปฏิบัติทางการเกษตรแบบหมุนเวียน ตามทฤษฎีนี้ การยอมรับนวัตกรรมเกิดขึ้นผ่านกลุ่มผู้ยอมรับเริ่มต้น (Early Adopters) ซึ่งจะเป็นอย่างให้กับผู้อื่น กรณีของจีนแสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนเกษตรกรผู้นำและการจัดตั้งฟาร์มสาธิตเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการแพร่กระจายของนวัตกรรม

ในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเหล่านี้กับบริบทของประเทศไทยและอาเซียน จำเป็นต้องคำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม แนวคิดการบริหารเชิงวัฒนธรรม (Cross-Cultural Management) ของ Hofstede (2001) เสนอว่า วัฒนธรรมที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับและการนำแนวปฏิบัติใหม่เหล่านี้ไปใช้ ในประเทศที่มีลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนสูง (High Uncertainty Avoidance) เช่น ไทย เวียดนาม และญี่ปุ่น การเปลี่ยนแปลงอาจเผชิญกับการต่อต้านมากกว่า จึงอาจต้องเน้นการให้ข้อมูลและการสาธิตผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น

ทฤษฎีการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Theory) ตามที่ World Commission on Environment and Development (1987) เสนอไว้ ให้กรอบแนวคิดที่ครอบคลุมสำหรับการพัฒนาการเกษตรแบบหมุนเวียนในภูมิภาคอาเซียน โดยเน้นความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การเกษตรแบบหมุนเวียนสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 2 (ความมั่นคงทางอาหาร) เป้าหมายที่ 12 (การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน) และเป้าหมายที่ 13 (การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ)

การประยุกต์ใช้ทฤษฎีบริหารธุรกิจในการวิเคราะห์การเกษตรแบบหมุนเวียนช่วยให้เห็นมุมมองที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงนี้ และให้แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการส่งเสริมการเกษตรแบบหมุนเวียนในประเทศไทยและอาเซียน การบูรณาการทฤษฎีเหล่านี้กับประสบการณ์ของจีนสามารถช่วยให้ประเทศในภูมิภาคเรียนรู้จากความสำเร็จและข้อผิดพลาดที่ผ่านมา และพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของตนเอง นี่ไม่เพียงแต่นำไปสู่การพัฒนาภาคเกษตรที่ยั่งยืนเท่านั้น แต่ยังสนับสนุนการสร้างธุรกิจเกษตรที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดโลกอีกด้วย

โดยสรุป การศึกษาการเกษตรแบบหมุนเวียนในจีนให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเกษตรที่ยั่งยืน โดยพบปัจจัยสำคัญประการแรก คือ นโยบายและการสนับสนุนจากรัฐบาลที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 14 ที่กำหนดเป้าหมายและมาตรการชัดเจน ปัจจัยที่สองคือ นวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำที่ช่วยลดการใช้ปุ๋ยเคมีได้ถึงร้อยละ 30 ในบางพื้นที่ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อผลผลิต ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของภาคเกษตร

ปัจจัยที่สามคือ การบูรณาการระบบการผลิต เช่น การผสมผสานการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ซึ่งพบว่ามีส่วนสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและลดของเสีย โดยฟาร์มที่ใช้ระบบการผลิตแบบบูรณาการสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ถึงร้อยละ 20-30 ปัจจัยที่สี่คือ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ ซึ่งพบว่าการเกษตรแบบหมุนเวียนสามารถลดการปล่อยคาร์บอนในภาคการเกษตรได้ถึงร้อยละ 6.47 ในพื้นที่ทดลอง ขณะเดียวกันก็ช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรผ่านการลดต้นทุนการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์การเกษตร

ปัจจัยสุดท้ายที่ค้นพบคือ ความท้าทายในการขยายผล แม้จะประสบความสำเร็จในหลายด้าน แต่การขยายผลการเกษตรแบบหมุนเวียนไปสู่เกษตรกรรายย่อยจำนวนมากยังคงเป็นความท้าทายสำคัญ โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างภูมิภาค ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายผลนโยบายการเกษตรยั่งยืน ความท้าทายนี้ต้องได้รับการแก้ไขผ่านมาตรการที่ครอบคลุมและเฉพาะเจาะจงสำหรับพื้นที่และกลุ่มเกษตรกรที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนานโยบายหลายประการ ดังนี้

1. การพัฒนานโยบายแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกันโดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงระหว่างภาคการเกษตรกับภาคส่วนอื่นของเศรษฐกิจ
2. ควรเพิ่มการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรยั่งยืน โดยเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทของเกษตรกรรายย่อย เพื่อให้เกิดการยอมรับและนำไปใช้อย่างแพร่หลาย
3. ควรพัฒนาระบบจูงใจทางเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพ เช่น การให้เงินอุดหนุนสำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาตลาดคาร์บอนสำหรับภาคการเกษตร
4. ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
5. ควรพัฒนาระบบการศึกษาและฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะของเกษตรกรในด้านการเกษตรยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Bian, L., & Liu, Z. (2024). Sustainable rural economy and food security: An integrated approach to the circular agricultural model. *Quality Assurance and Safety of Crops & Foods*, 16(2), 65-80.
<https://doi.org/10.15586/qas.v16i2.1450>
- Bleischwitz, R., Yang, M., Huang, B., Xu, X., Zhou, J., McDowall, W., ... & Yong, G. (2022). The circular economy in China: Achievements, challenges and potential implications for decarbonisation. *Resources, Conservation and Recycling*, 183, 106350. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2022.106350>
- Chung, D. K., Duy, L. V., & Loan, L. T. (2024). Circular agriculture: A general review of theories, practices, and policy recommendations. *Vietnam Journal of Agricultural Sciences*, 7(2), 2173-2184.
<https://doi.org/10.31817/vjas.2024.7.2.07>
- Du, Y., Liu, H., Huang, H., & Li, X. (2023). The carbon emission reduction effect of agricultural policy—Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 406, 137005.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137005>
- Geng, N., Zheng, X., Han, X., & Li, X. (2024). Towards sustainable development: The impact of agricultural productive services on China's low-carbon agricultural transformation. *Agriculture*, 14(7), 1033.
<https://doi.org/10.3390/agriculture14071033>
- Glockow, T., Kaster, A. K., Rabe, K. S., & Niemeyer, C. M. (2024). Sustainable agriculture: Leveraging microorganisms for a circular economy. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 108(1), 452-465.
<https://doi.org/10.1007/s00253-024-13294-0>
- Guide Jr, V. D. R., & Van Wassenhove, L. N. (2009). The evolution of closed-loop supply chain research. *Operations Research*, 57(1), 10-18. <https://doi.org/10.1287/opre.1080.0628>
- Guo, S., & Guo, H. (2024). Development of ecological low-carbon agriculture with Chinese characteristics in the new era: Features, practical issues, and pathways. *Sustainability*, 16(17), 7844.
<https://doi.org/10.3390/su16177844>
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. (2nd ed.). Sage Publications.
- Huo, C., & Chen, L. (2024). The impact of land transfer policy on sustainable agricultural development in China. *Scientific Reports*, 14(1), 7064. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-57284-8>

- Koondhar, M. A., Tan, Z., Alam, G. M., Khan, Z. A., Wang, L., & Kong, R. (2021). Bioenergy consumption, carbon emissions, and agricultural bioeconomic growth: A systematic approach to carbon neutrality in China. *Journal of Environmental Management*, 296, 113242. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113242>
- Kotter, J. P., & Schlesinger, L. A. (1989). Choosing Strategies for Change. In D. Asch & C. Bowman (Eds.), *Readings in Strategic Management* (pp. 294–306). Macmillan Education UK. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20317-8_21
- Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: Concept, method and reality in social science; social equilibria and social change. *Human Relations*, 1(1), 5–41. <https://doi.org/10.1177/001872674700100103>
- Mehrotra, S., & Jaladi, S. R. (2022). How start-ups in emerging economies embrace circular business models and contribute towards a circular economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(5), 727–753. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2021-0410>
- Plumecocq, G., Debril, T., Duru, M., Magrini, M. B., Sarthou, J. P., & Therond, O. (2018). The plurality of values in sustainable agriculture models: Diverse lock-in and coevolution patterns. *Ecology and Society*, 23(1), 21. <https://doi.org/10.5751/ES-09881-230121>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Selvan, T., Panmei, L., Murasing, K. K., Guleria, V., Ramesh, K. R., Bhardwaj, D. R., Thakur, C. L., Kumar, D., Sharma, P., & Deshmukh, H. K. (2023). Circular economy in agriculture: Unleashing the potential of integrated organic farming for food security and sustainable development. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 7, 1170380. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2023.1170380>
- Thamarai, P., Deivayanai, V. C., Saravanan, A., Vickram, A. S., & Yaashikaa, P. R. (2024). Carbon mitigation in agriculture: Pioneering technologies for a sustainable food system. *Trends in Food Science & Technology*, 147, 104477. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2024.104477>
- Ungor, M. (2024, April 19). *The green dragon? Charting a path to sustainable agriculture in China*. Newsroom. <https://newsroom.co.nz/2024/04/19/the-green-dragon-charting-a-path-to-sustainable-agriculture-in-china/>
- United Nations Environment Programme (2024). *Promoting a sustainable agriculture and food sector in China*. UNEP. <https://doi.org/10.59117/20.500.11822/45552>
- Wang, Y., Guo, C. H., Chen, X. J., Jia, L. Q., Guo, X. N., Chen, R. S., Zhang, M. S., Chen, Z. Y., & Wang, H. D. (2021). Carbon peak and carbon neutrality in China: Goals, implementation path and prospects. *China Geology*, 4(4), 720–746. <https://doi.org/10.31035/cg2021043>
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford University Press.
- Yang, M., & Jiang, S. (2022). *Sustainable agricultural mechanization in China: A comprehensive review* (FAO Investment Centre Country Investment Highlights No. 21). Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). <https://doi.org/10.4060/cc2867en>
- Zhang, J., & Drury, M. (2024). Sustainable agriculture in the EU and China: A comparative critical policy analysis approach. *Environmental Science & Policy*, 157, 103789. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2024.103789>
- Zhu, Q., Jia, R., & Lin, X. (2019). Building sustainable circular agriculture in China: Economic viability and entrepreneurship. *Management Decision*, 57(4), 1108–1122. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2018-0639>

ปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง

The causal factors of academic personnel competencies influencing performance of Rajabhat Universities in the Central Region

คณิต เรืองขจร

นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Khanit Ruengkajhon

Doctoral Student of Business Administration in Management,
North Bangkok University

E-mail: Khanit.rue@nortbkk.ac.th; Phone: 081-000-3997

ดร. อนันต์ ธรรมชาลย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Dr. Anan Thamchalai

Assistance Professor of Philosophy Program in Public Administration, North Bangkok University

E-mail: Anan.ta@nortbkk.ac.th ; Phone: 081-864-5860

ดร. พิศมัย จารุจิตติพันธ์

รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Dr. Pissamai Jarujittipan

Associate Professor of Philosophy Program in Management, North Bangkok University

E-mail: Pissamai.jar@nortbkk.ac.th; Phone: 087-030-2496

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 31 ตุลาคม 2567
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 20 ธันวาคม 2567
ครั้งที่ 2	: 30 มีนาคม 2568
ครั้งที่ 3	: 14 เมษายน 2568
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 30 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง และ 2) ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ประชากรในการวิจัยคือ บุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยความน่าจะเป็นทางสถิติ ด้วยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของบุคลากรสายวิชาการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.44) 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านของบุคลากรสายวิชาการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.62) 3) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.42) และ 4) ปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านปัจจัยเชิงสาเหตุและปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะบุคลากร และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โดยที่ Chi-square/df = 1.106, GFI = 0.982, CFI = 0.999, RMSEA = 0.007 ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ให้มีความสอดคล้องกับบริบทของมหาวิทยาลัยเพื่อให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะสังคม

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ สมรรถนะบุคลากรสายวิชาการ ผลการดำเนินงาน

Abstract

This research aimed to 1) study the causal factors of academic personnel competencies influencing performance of Rajabhat Universities in the Central Region, and 2) examine the consistency of the structural equation model of the causal factors of academic personnel competencies influencing performance of Rajabhat Universities in the Central Region. The population of the research was academic personnel of Rajabhat Universities in the Central Region. Data were collected from a sample of 400 people using the statistical probability selection method with stratified random sampling. The instrument used for data collection was a questionnaire. Data analysis was performed by calculating percentages, means, and standard deviations, and using the structural equation modeling technique. The results of the study found that 1) the level of opinions on motivating factors of academic personnel in general was at a high level ($\bar{X}$ =4.50, S.D. = 0.44), 2) the level of opinions on supporting factors of academic personnel in general was at a high level ($\bar{X}$ =4.33, S.D. = 0.62), 3) the level of opinions on competency of academic personnel in general was at a high level ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.42, and) 4) The causal factors, motivating factors and supporting factors, had a direct and positive influence on personnel competency and had a positive indirect influence on the performance of the Central Region Rajabhat Universities. The model was consistent with the empirical data, with Chi-square/df = 1.106, GFI = 0.982, CFI = 0.999, RMSEA = 0.007. The results of the study can be used as a guideline for developing personnel competence of the Central Region Rajabhat Universities to be consistent with the university context for the performance to be efficient and effective in supporting the changes in social conditions.

Keywords: Causal factors, Academic personnel competencies, Performance

บทนำ

จากบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ประกอบกับอัตราการเกิดที่ลดลงต่อเนื่อง ทำให้จำนวนผู้สมัครและนักศึกษาลดลง ส่งผลต่อสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ขณะเดียวกัน ระบบคัดเลือก TCAS ทำให้นักศึกษามีทางเลือกมากขึ้น จึงเกิดการแข่งขันสูงขึ้น โดยสถาบันที่มีชื่อเสียงมักได้รับความสนใจมากกว่า อีกทั้งนโยบายการออกนอกระบบเพิ่มแรงกดดันด้านการบริหารจัดการจนหลายสถาบันเผชิญปัญหา “นักศึกษาลดลงแต่การแข่งขันเพิ่มขึ้น” และบางกรณีอาจนำไปสู่การปรับโครงสร้างควบรวม หรือยุบรวม โดยเฉพาะกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ดังนั้นจึงควรเปรียบเทียบศักยภาพของมหาวิทยาลัยราชภัฏกับมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนในมิติต่าง ๆ เช่น ความเข้มข้นของหลักสูตรและความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสะท้อนแนวทางพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันและความยั่งยืนของสถาบันในระยะยาว

มหาวิทยาลัยราชภัฏมีการน้อมนำพระราชโองบายด้านการศึกษามาจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 – 2579 (Office of the Presidents' Council, Rajabhat Universities, 2018) ที่สอดคล้องกับภารกิจการจัดตั้งมหาวิทยาลัย และได้มีการทบทวนแผนฯ ฉบับดังกล่าว เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2561 ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งเป้าหมาย กลยุทธ์ และตัวชี้วัดที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพและพร้อมด้วยคุณลักษณะทั้ง 4 ประการ เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาตามพระบรมราโชบาย มุ่งผลิตครูคุณภาพและพัฒนาท้องถิ่นทางด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการศึกษา ตามสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน โดยมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ พื้นฐานศักยภาพ และบริบทของแต่ละมหาวิทยาลัยนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ พร้อมทั้งกำหนดตัวชี้วัดโครงการหลักอย่างชัดเจน

จากการทบทวนแผนดังกล่าวร่วมกับคำอธิบายสำคัญ และแนวทางการดำเนินงาน จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ของสถาบันร่วมกันคือ “มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันที่ผลิตบัณฑิต ที่มีอัตลักษณ์มีคุณภาพมีสมรรถนะและเป็นสถาบันหลักที่บูรณาการองค์ความรู้สู่นวัตกรรมในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ”

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจตามกรอบแนวคิดของ Seneevong Na Ayuthtaya and Udompanich (2019) ประกอบด้วย ด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ซึ่งทฤษฎีปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน จะมีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะบุคลากร และผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏและส่งผลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ อีกแนวคิดและทฤษฎีสมรรถนะบุคลากร มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาบุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภาคกลาง โดยผลการวิจัยที่ได้คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการให้สามารถพัฒนาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การยกระดับผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง
- 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดปัจจัยจูงใจ

เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงปัจจัยที่มากระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆ โดยอาศัยความต้องการแรงปรารถนาความคาดหวังพลังกดดันและสิ่งล่อใจ มาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง English and English (1958) ปัจจัยนั้นอาจเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นได้ทั้งภายในหรือเกิดขึ้นได้ทั้งภายนอกของตัวบุคคลก็ได้ ในขณะที่ Herzberg et al. (1959) ได้อธิบายว่า ปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจภายใน ที่เกิดขึ้นจากงานที่ทำ เช่น ความสำเร็จในหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบต่องาน และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ปัจจัยจูงใจเหล่านี้ทำให้บุคคลเกิดความชื่นชม ยินดีในผลงานและความสามารถของตน ในขณะที่ Mongkolwanich (2013) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรให้เป็นผลสำเร็จออกมา ซึ่งจะได้ผลดีมาน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับว่าผู้บริหารจะสามารถจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทให้ได้ผลงานที่ดีอย่างไร หรือมาน้อยเพียงใด ในขณะที่ Rattanit (2017) กล่าวว่า แรงจูงใจหมายถึง ความปรารถนาที่จะกระทำกิจกรรมใดๆ ที่คิดว่ามีคุณค่าด้วยความเต็มใจของบุคคล ในการที่จะอุทิศกายและใจในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยได้รับรางวัลเป็นผลตอบแทนกระหน่ำนั้น ๆ เป็นสิ่งจูงใจที่เป็นสิ่งเร้าที่มากระตุ้นหากบุคคลมีเจตคติที่ดีต่องานนั้นเพื่อนร่วมงาน

แนวคิดปัจจัยค้ำจุน

ปัจจัยค้ำจุน มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมภายนอกของงาน เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในงาน อันจะเป็นสิ่งที่ให้บุคลากรปฏิบัติงานในองค์กรด้วยความจงรักภักดีและมีส่วนช่วยให้คนปฏิบัติงานมีความสุข สบายมากยิ่งขึ้น เช่น นโยบายการบริหาร การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ในองค์กร สภาพการทำงานและความมั่นคง และผลประโยชน์ตอบแทน ในขณะที่ Chamnan (2011) กล่าวว่า การจำแนกประเภทของการจูงใจโดยใช้แหล่งที่ทำให้เกิดการจูงใจในบุคคล จำแนกได้ 2 ประเภท 1) การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) คือสิ่งผลักดันที่อยู่ภายนอก ตัวบุคคล เนื่องจากเป็นการจูงใจที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวกับงาน ซึ่งปกติมีบุคคลอื่นเป็นผู้กำหนดมากกว่าการจูงใจที่กำหนดโดยบุคคลนั่นเอง การจูงใจภายนอกมักใช้สิ่งจูงใจเป็น 2 ลักษณะคือ สิ่งจูงใจที่เป็นเงินและสิ่งจูงใจที่ไม่ใช่เงิน เช่น การกำหนดเงินค่าตอบแทน โบนัส เงินรางวัลจากการทำงาน การให้ผลประโยชน์ต่าง ๆ นโยบายของหน่วยงาน การใช้วิธีการนิเทศ ติดตาม ตรวจสอบประเมินผลการทำงานที่เหมาะสม การให้ความรู้สึกรับรู้มั่นคง ปลอดภัย การจัดให้มีสวัสดิการของหน่วยงาน การให้การยอมรับบุคคลให้มีฐานะทางสังคม เป็นต้น

2) การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นการจูงใจที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างงานกับผู้ปฏิบัติงาน โดยบุคคลผู้นั้นเป็นผู้กำหนดขึ้นมาเอง เช่น เกิดแรงจูงใจเพราะเห็นคุณค่าและความสำคัญของงาน การต้องการความสำเร็จในงาน ทำงานนั้นเพราะเป็นงานที่ตนเองชอบ การอยากทำงานเพราะอยากท้าทายความสามารถของตนเอง หรือกิจกรรมนอกเหนือจากงาน เช่น การร่วมกิจกรรมด้านกีฬา หรือทำงานอดิเรกของแต่ละคนล้วนเกิดขึ้นจากการจูงใจภายในทั้งสิ้น

แนวคิดสมรรถนะบุคลากร

Boyatzis (1991) ได้อธิบายว่า สมรรถนะ คือกลุ่มของความสามารถที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งกำหนดพฤติกรรมของบุคคล เพื่อให้บรรลุความต้องการของงานภายใต้ปัจจัยสภาวะแวดล้อมขององค์การทำให้บุคคลมุ่งมั่นไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ ในขณะที่แนวคิดของ McClelland (1940) กล่าวว่า สมรรถนะ หรือขีดความสามารถของบุคคล ส่งผลต่อการปฏิบัติงานมากกว่า IQ (Intelligence Quotient) การวางหลักการและแนวทางในการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลบนพื้นฐานของสมรรถนะ (Competency) เพื่อให้กำลังคนในราชการมีขีดความสามารถ ในการขับเคลื่อนภารกิจของส่วนราชการให้บรรลุผลมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล โดยที่สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน แบ่งสมรรถนะออกเป็น 3 กลุ่ม 1) สมรรถนะหลัก (Core Competency) ประกอบด้วย การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม และจริยธรรม และการทำงานเป็นทีม 2) สมรรถนะประจำกลุ่มงาน คือ สมรรถนะที่กำหนดเฉพาะสำหรับแต่ละกลุ่มงาน เพื่อสนับสนุนให้ข้าราชการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสม ตามแต่ละหน้าที่และส่งเสริมให้สามารถปฏิบัติภารกิจหน้าที่ ได้ดียิ่งขึ้น 3) สมรรถนะการบริหาร หมายถึงความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะด้านการบริหารจัดการที่จำเป็นสำหรับพนักงานที่มีหน้าที่ในระดับบริหารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (Office of the Civil Service Commission, 2010)

แนวคิดผลการดำเนินงาน

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในงานวิจัยนี้ สืบเคราะห์มาจากแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 (Office of the Presidents' Council, Rajabhat Universities (2018) ซึ่งระบุกรอบการประเมินผลการปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่สามารถวัดจากการดำเนินงานได้ 4 ด้าน ประกอบด้วย การพัฒนาท้องถิ่น การพัฒนาและผลิตครู การยกระดับคุณภาพการศึกษา และการพัฒนาระบบบริหารจัดการ

ปัจจัยจูงใจและสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการ

งานของ Seneevong Na Ayuthtaya and Udompanich (2019) ได้ศึกษา แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามสมรรถนะหลัก และงานของ Kotsombutt (2023) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน กับสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีคุณภาพ รวมถึงงานวิจัยของ Saiyaros and Sontorn (2018) ได้วิเคราะห์แรงจูงใจที่ส่งผลต่อสมรรถนะ พบว่า ตัวแปรแรงจูงใจกับสมรรถนะมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ผลการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า ปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการ ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

H1: ปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง

ปัจจัยค่าจูงและสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการ

Muangngam et al. (2024) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลของจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยค่าจูงมีอิทธิพลทางบวกกับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลของจังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกับการศึกษาของ Kotsombutt (2023) ซึ่งวิเคราะห์ปัจจัยค่าจูงกับสมรรถนะบุคลากร พบว่าปัจจัยค่าจูงมีผลต่อสมรรถนะบุคลากร ผลการศึกษา ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมสนับสนุนการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ภาพรวมอยู่ในระดับสูง ปัจจัยค่าจูง ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญนำไปสู่ความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน และการดัดศักยภาพ ความสามารถได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดผลงานที่มีประสิทธิภาพผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

H2: ปัจจัยค่าจูงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง

ปัจจัยคำจูนและผลการดำเนินงาน

การศึกษาของ Keardkouwong (2020) พบว่า ปัจจัยคำจูนส่งผลไปในทิศทางเดียวกับผลการดำเนินงาน และงานของ Buaprommee et al. (2021) ได้ศึกษาผลกระทบเชิงสาเหตุของปัจจัยจูงใจ ปัจจัยคำจูน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคำจูน) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน สัมพันธ์กับงานวิจัยของ ผลการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า ปัจจัยคำจูนมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

H3: ปัจจัยคำจูนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกผลการดำเนินการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง

ปัจจัยจูงใจและผลการดำเนินงาน

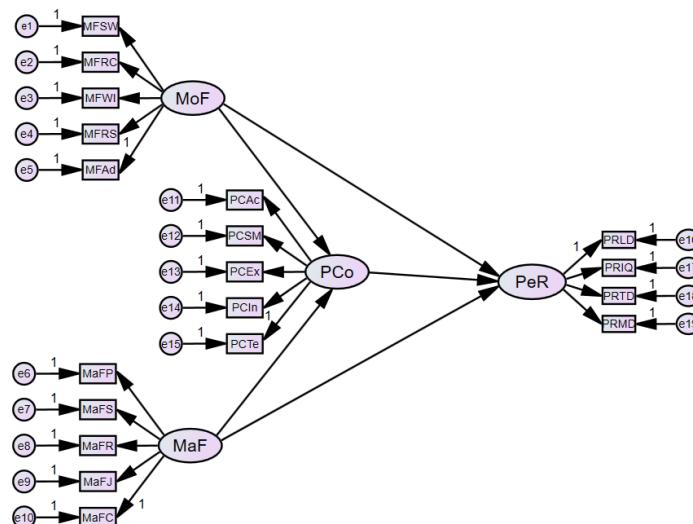
จากการศึกษาของ Thitipong and Phasunon (2016) เรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน พบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจกับประสิทธิภาพการทำงาน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และงานของ Tiacam (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลในการดำเนินงาน ผลการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า ปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานที่ 4 ดังนี้

H4: ปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการและผลการดำเนินงาน

งานของ Jantakat (2019) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของอาจารย์สถาบันอุดมศึกษา พบว่า ปัจจัยสมรรถนะหลักและปัจจัยสมรรถนะประจำหน้าที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน และงานของ Arsasuk et al. (2023) ศึกษา ปัจจัยสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน พบว่าปัจจัยสมรรถนะบุคลากรมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ ผลการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า สมรรถนะบุคลากรสายวิชาการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

H5: สมรรถนะบุคลากรสายวิชาการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง
จากการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำเสนอกรอบแนวคิดงานวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยในการทำการปรับปรุงจากแนวคิดปัจจัยจูงใจ (MoF) ของ McClelland (1940) และ Herzberg et al. (1959) และทฤษฎี Maslow (1970) ด้านปัจจัยค้ำจุน (MaF) ตามแนวคิดของ McClelland (1940) และ Herzberg et al. (1959) และ Maslow (1970) งานวิจัยนี้ยังนำแนวคิด สมรรถนะบุคลากร (PCo) โดยสังเคราะห์มาจากแนวคิดของ Office of the Civil Service Commission (2010) และนำแนวคิดผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (PeR) ของ Office of the Presidents' Council, Rajabhat Universities (2018) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง โดย 1) ปัจจัยจูงใจ (MoF) สามารถวัดได้จาก MFSW ความสำเร็จในหน้าที่การงาน, MFRC การได้รับการยอมรับนับถือ, MFWI ลักษณะงาน, MFRS ความรับผิดชอบต่องาน, MFAด ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 2) ด้านปัจจัยค้ำจุน (MaF) สามารถวัดได้จาก MaFP นโยบายและการบริหาร, MaFS การบังคับบัญชา, MaFR ความสัมพันธ์ในองค์กร MaFS สภาพการทำงานและความมั่นคง, MaFC ผลประโยชน์ตอบแทน 3) สมรรถนะบุคลากร(PCo) สามารถวัดได้จาก PCAc การมุ่งผลสัมฤทธิ์, PCSM การบริการที่ดี, PCEx การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงาน, PCIn การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม, PCTe การทำงานเป็นทีม 4) ผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (PeR) สามารถวัดได้จาก PRLD การพัฒนาท้องถิ่น, PRTD การพัฒนาและผลิตครู, PRIQ การยกระดับคุณภาพการศึกษาและ PRMD การพัฒนาระบบบริหารจัดการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้มีประชากร คือ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ทั้งหมด 14 มหาวิทยาลัย จำนวน 5,680 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน รายละเอียดดังตาราง 1 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เพื่อแบ่งสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของประชากรในแต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling, SEM) ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างต้องมีขนาดใหญ่กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 100 และอัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับตัวแปรควรจะเป็น 20 ต่อ 1 (Angsupachoti et al., 2011) นอกจากนี้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ตามข้อเสนอของ Schumacher & Lomax (1996) และ Hair et al. (2010) ที่ นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยมใช้คือใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10-20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร (Schumacher & Lomax, 1996; Hair et al., 2010) ส่วนการกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมของ Comrey and Lee (2013) ในงานวิจัยที่มีการวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์เส้นทางและโมเดลสมการโครงสร้างได้ให้ข้อเสนอแนะขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมของจำนวนตัวอย่างไว้ดังนี้ 50 ตัวอย่างถือว่าแย่ 100 ตัวอย่างถือว่าพอใช้ 200 ตัวอย่างถือว่าดี 300 ตัวอย่างถือว่าดีมาก 500 ตัวอย่างขึ้นไปยอดเยี่ยม 1000 ตัวอย่างขึ้นไปเหมาะสมในระดับสูงมาก

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง 14 แห่งเครื่องมือการวิจัย

ที่	สถาบัน	จำนวนประชากร สายวิชาการ	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง
1	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี	244	17
2	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม	317	22
3	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี	308	22
4	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี	270	19
5	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	477	34
6	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	587	41
7	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	421	30

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง 14 แห่งเครื่องมือการวิจัย (ต่อ)

ที่	สถาบัน	จำนวนประชากร สายวิชาการ	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง
8	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	331	23
9	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	385	27
10	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์	356	25
11	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี	404	28
12	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	566	40
13	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	712	50
14	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	302	21
รวมจำนวนทั้งสิ้น		5,680	400

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะบริหารธุรกิจ และได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพแล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง จำนวน 6 ข้อ มีลักษณะใช้เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close ended Question) แบบตรวจสอบรายการเลือกตอบ (Check-list) ส่วนที่ 2 ปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากร ประกอบด้วย 1) ปัจจัยจิตใจ ได้แก่ ความสำเร็จในหน้าที่การงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ ต่องาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 2) ปัจจัยคำจูน ได้แก่ นโยบายและการบริหาร การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ในองค์กร สภาพการทำงานและความมั่นคง ผลประโยชน์ตอบแทน ลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close ended Question) มีคำถามจำนวน 42 ข้อ ส่วนที่ 3 สมรรถนะบุคลากร ประกอบด้วย การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารที่ดี การส่งมอบความเชี่ยวชาญในงาน การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม และการทำงานเป็นทีม ลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close ended Question) มีคำถามจำนวน 27 ข้อ และส่วนที่ 4 ผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคกลาง ประกอบด้วย การพัฒนาท้องถิ่น การพัฒนาและผลิตครู การยกระดับคุณภาพการศึกษา และการพัฒนาระบบบริหารจัดการ ลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close ended Question) มีคำถามจำนวน 19 ข้อ โดยส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และ ส่วนที่ 4 ใช้เป็นมาตราส่วนประมาณค่าระดับ 1-5 (Rating scale)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) (n=30) โดยดำเนินการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่น α ตั้งแต่ 0.826 ถึง 0.875 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง โดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาตจากมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏที่อยู่ในพื้นที่ภาคกลาง จำนวน 14 แห่ง เพื่อขอเก็บข้อมูลบุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัย ตามสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละมหาวิทยาลัย โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลา 3 เดือน (ช่วงเดือน ธันวาคม 2565 – กุมภาพันธ์ 2566) เมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลครบจำนวน 400 ชุดแล้ว จึงทดสอบความเที่ยงตรงทางโครงสร้าง (Construct Validity) จากการทดสอบโมเดลการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีทางสถิติโดยพิจารณา ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Coefficient of reliability) โดยใช้สูตรการคำนวณค่า แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's alpha) ซึ่งค่าที่คำนวณได้ต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.7 (Burstein & Nunnally, 1994) ค่าความน่าเชื่อถือได้ (Reliability test) ของแต่ละข้อคำถามในแต่ละตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร จำนวนข้อคำถาม 88 ข้อ ดังนี้ 1) ปัจจัยจิตใจ (Motivation Factors) มีค่า 0.866 2) ปัจจัยคำจูน (Maintenance Factors) มีค่า 0.873 3) สมรรถนะบุคลากร (Personnel Competency) มีค่า 0.875 4) ผลการดำเนินงาน (Performance) มีค่า 0.875 หมายความว่า ค่าความน่าเชื่อถือได้ (Reliability test) ของแต่ละข้อคำถามในแต่ละตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปรมีความสอดคล้องภายในดีมาก (Excellent) ดังตารางที่ 2

การทดสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยใช้ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยนำเสนอแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขจำนวน 5 ท่าน ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยใช้เกณฑ์พิจารณา ดังนี้ ค่า IOC ตั้งแต่ 0.80 – 1.00 หมายถึง นำไปใช้ได้ โดยผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญได้ค่า IOC มากกว่า 0.50 โดยมีคะแนน IOC รวม 0.97 หมายถึง คำถามทุกข้อคำถามสามารถนำไปใช้ได้

ตารางที่ 2 แสดงค่าความเชื่อมั่น และความสอดคล้องของตัวแปร

ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกต	Cronbach's Alpha	แปลผล
ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors)	0.866	ค่าความสอดคล้องภายในดีมาก (Excellent)
ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factors)	0.873	ค่าความสอดคล้องภายในดีมาก (Excellent)
สมรรถนะบุคลากร (Personnel Competency)	0.875	ค่าความสอดคล้องภายในดีมาก (Excellent)
ผลการดำเนินงาน (Performance)	0.826	ค่าความสอดคล้องภายในดีมาก (Excellent)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในรูปแบบความถี่ ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน สมรรถนะบุคลากร และผลการดำเนินงาน ในรูปแบบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง นำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

1) ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรสายวิชาการที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า บุคลากรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน (ร้อยละ 51.50) รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 194 คน (ร้อยละ 48.50) มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 173 คน (ร้อยละ 43.30) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30-40 ปี จำนวน 167 คน (ร้อยละ 41.80) โดยผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท มากที่สุด จำนวน 209 คน (ร้อยละ 52.30) รองลงมาคือ ปริญญาเอก จำนวน 191 คน (ร้อยละ 47.80) ส่วนใหญ่บุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จำนวน 50 คน (ร้อยละ 12.50) รองลงมา สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 40 คน (ร้อยละ 10.00) และผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งทางวิชาการมากที่สุด คือ อาจารย์ จำนวน 214 คน (ร้อยละ 53.50) รองลงมาคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน 174 คน (ร้อยละ 43.50) และรองศาสตราจารย์ จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.00)

ด้านปัจจัยจูงใจ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปต่ำที่สุด พบว่า ความสำเร็จในหน้าที่การงาน (Success in Work) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.46) ลักษณะงาน (Work Itself) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.57, S.D. = 0.48) ความรับผิดชอบต่องาน (Responsibility) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.49) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Advancement) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.62) การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.36, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

ด้านปัจจัยค่าจุน

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยค่าจุนของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปต่ำที่สุด พบว่า ความสัมพันธ์ในองค์กร (Relationship in Organization) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.58) การบังคับบัญชา (Supervision) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.69) นโยบายและการบริหาร (Policy and administration) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.73) สภาพการทำงานและความมั่นคง (Job Security) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.76) ผลประโยชน์ตอบแทน (Compensation) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

ด้านสมรรถนะบุคลากร

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปต่ำที่สุด พบว่า การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (Integrity) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.45) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.48) การบริการที่ดี (Service Mind) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.48) การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงาน (Expertise) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.51) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Achievement) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ด้านผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับ ภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปต่ำที่สุด พบว่า การพัฒนาระบบบริหารจัดการ (Management System Development) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.51) การพัฒนาและผลิตครู (Teacher Development and Production) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.58) การพัฒนาท้องถิ่น (Local Development) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.58) การยกระดับคุณภาพการศึกษา (Improving the Quality of Education) มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง มีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์สถิติขั้นพื้นฐานของตัวแปร

การวิเคราะห์สถิติบรรยายลักษณะของตัวแปร โดยตัวแปรด้านสมรรถนะบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.44) ลำดับที่ 2 คือ ด้านปัจจัยจูงใจ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.44) อันดับที่ 3 คือ ผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.56) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านปัจจัยค่าจุน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.61) ตามลำดับ โดยทั้ง 4 ตัวแปร อยู่ในระดับ มากที่สุด ผลการวิเคราะห์การแจกแจงของตัวแปรสังเกตมีความเบ้ (Skewness) อยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3 และมีค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 10 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่าข้อมูลมีลักษณะแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2016) แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของตัวแปรในการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

ตัวแปร	$\bar{X}$	ระดับ	S.D.	MIN	MAX	ความเบ้ (SK)	ความโด่ง (KU)
1. ด้านปัจจัยจูงใจ	4.50	มากที่สุด	0.43	2.90	5.00	-0.52	0.08
2. ด้านปัจจัยค่าจุน	4.33	มากที่สุด	0.62	1.98	5.00	-0.57	0.06
3. ด้านสมรรถนะบุคลากร	4.53	มากที่สุด	0.44	3.00	5.00	-0.40	-0.01
4. ด้านผลการดำเนินงาน	4.42	มากที่สุด	0.56	2.50	5.00	-0.70	0.13

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

การวิเคราะห์โมเดลการวัดสำหรับการศึกษานี้ พบว่า โมเดลการวัดมีค่าดัชนีกลมกลืนกับข้อมูล เชิงประจักษ์ และสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด โดยพบว่า P-Value = 0.264 , ค่า Chi-square/df = 1.106, ค่า CFI = 0.999, ค่า GFI = 0.982, ค่า AGFI = 0.946, และค่า RMSEA = 0.016

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด พบว่า 1) ตัวแปรปัจจัยจิตใจ (MoF) มีตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดได้แก่ ความรับผิดชอบ ต่องาน (MFRS) (Beta = 0.93) เนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คะแนนมาตรฐานมากที่สุด 2) ตัวแปรปัจจัยคำจูน (MaF) มีตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดได้แก่ สภาพการทำงานและความมั่นคง (MaFJ) (Beta = 0.83) เนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คะแนนมาตรฐานมากที่สุด 3) ตัวแปรสมรรถนะบุคลากร (PCo) มีตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดได้แก่ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ (PCAc) (Beta = 0.89) เนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คะแนนมาตรฐานมากที่สุด และ 4) ตัวแปรผลการดำเนินงาน (PeR) มีตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดได้แก่ การยกระดับคุณภาพการศึกษา (PRIQ) (Beta = 0.94) เนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คะแนนมาตรฐานมากที่สุด ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปร	B	Beta	Standard Error	p-value
MFAAd <--- MoF	1.00	0.72	0.05	0.001***
MFRS <--- MoF	1.04	0.93	0.05	0.001***
MFWI <--- MoF	0.89	0.81	0.05	0.001***
MFRC <--- MoF	0.91	0.69	0.06	0.001***
MFSW <--- MoF	0.68	0.67	0.05	0.001***
MaFC <--- MaF	1.00	0.81	0.04	0.001***
MaFJ <--- MaF	1.06	0.83	0.04	0.001***
MaFR <--- MaF	0.78	0.81	0.04	0.001***
MaFS <--- MaF	0.92	0.81	0.05	0.001***
MaFP <--- MaF	1.12	0.91	0.05	0.001***
PCTe <--- PCo	1.00	0.87	0.04	0.001***
PCIn <--- PCo	0.87	0.80	0.04	0.001***
PCEX <--- PCo	0.99	0.80	0.05	0.001***
PCSM <--- PCo	0.95	0.83	0.05	0.001***
PCAc <--- PCo	1.08	0.89	0.06	0.001***
PRLD <--- PeR	1.00	0.76	0.06	0.001***
PRIQ <--- PeR	1.35	0.94	0.06	0.001***
PRTD <--- PeR	1.13	0.86	0.04	0.001***
PRMD <--- PeR	1.39	0.93	0.06	0.001***

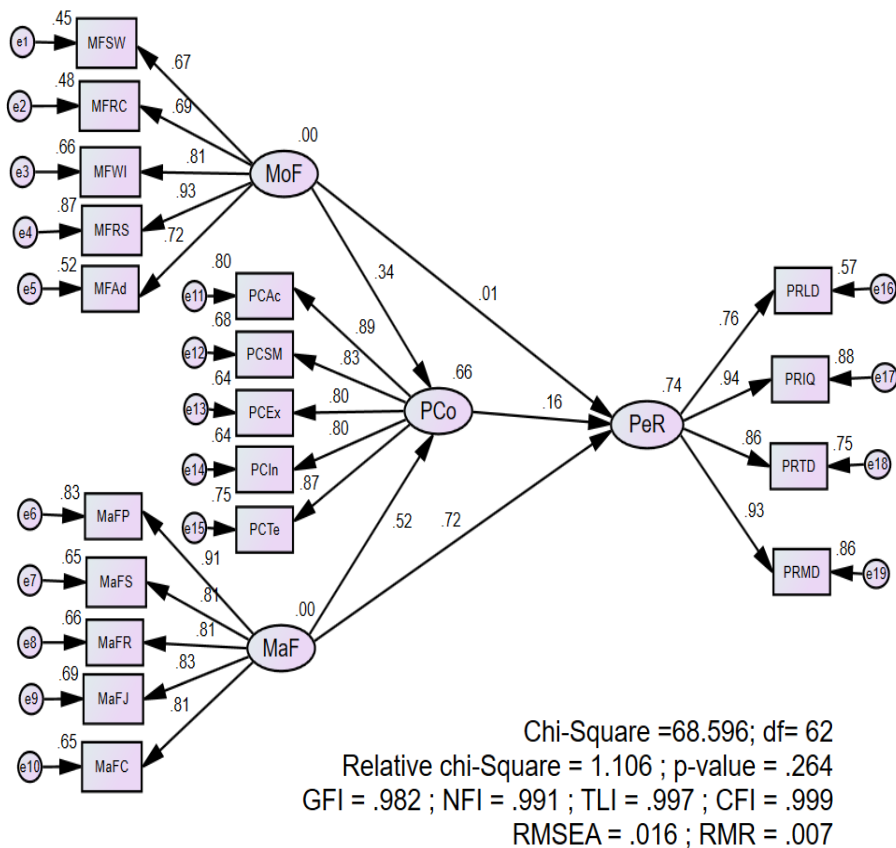
***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Estimation) (Hair et al., 2010) พบว่าค่าดัชนีที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งก่อนปรับแบบจำลอง และหลังปรับแบบจำลอง โดยพิจารณาคำแนะนำจากโปรแกรมเพิ่มเติม (Modification Indices) จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า p-value = 0.264, ค่า Chi-Square/df = 1.106, ค่า CFI = 0.99, ค่า GFI = 0.98, ค่า AGFI = 0.94, และค่า RMSEA = 0.007 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	อ้างอิง	ค่าดัชนีที่วัดได้ก่อนปรับแบบจำลอง	ค่าดัชนีที่วัดได้หลังปรับแบบจำลอง
P-Value	>.05	Hair et al., 2010	.000	0.264
Chi-square/df	<2.00	Byrne, 2013	8.917	1.106
CFI	0.95 or Better	Hair et al., 2010	.838	0.999
GFI	Close to .90 or .95	Schumacker and Lomax, 2016	.804	0.982
AGFI	Close to .90 or .95	Schumacker and Lomax, 2016	.701	0.946
RMSEA	<0.07	Hair et al., 2010	.141	0.007



ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างหลังปรับแบบจำลอง

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรงทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร

ตัวแปรผลลัพธ์	(PCo)			(PeR)		
ตัวแปรสาเหตุ	DE	IE	TE	DE	IE	TE
(MoF)	0.34**	-	0.34**	0.01**	0.05**	0.06**
(MaF)	0.52**	-	0.52**	0.72**	0.08**	0.80**
(PCo)	-	-	-	0.16**	-	0.16**
R ²	0.66			0.74		

หมายเหตุ : TE = อิทธิพลรวม DE = อิทธิพลทางตรง IE= อิทธิพลทางอ้อม

** ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 6 การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรงทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยจิตใจ (MoF) มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะบุคลากร (PCo) (DE=0.34) และมีค่าผลรวมอิทธิพล (TE=0.34) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 2) ปัจจัยจิตใจ (MoF) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (PeR) (DE=0.01) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (PeR) (IE=0.05) และมีค่าผลรวมอิทธิพล (TE=0.06) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 3) ปัจจัยค้ำจุน (MoF) มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะบุคลากร (PCo) (DE=0.52) และมีค่าผลรวมอิทธิพล (TE=0.52) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 4) ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance factors; MaF) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (PeR) (DE=0.72) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (PeR) (IE=0.08) และมีค่าผลรวมอิทธิพล (TE=0.80) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 5) สมรรถนะบุคลากร (PCo) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (PeR) (DE=0.16) และมีค่าผลรวมอิทธิพล (TE=0.16) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยจิตใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยค้ำจุนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยค้ำจุนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 : ปัจจัยจิตใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 : สมรรถนะบุคลากรสายวิชาการมีอิทธิพลทางตรง เชิงบวกต่อผลการดำเนินการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง	ยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยจิตใจ (MoF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะบุคลากร (PCo) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ปัจจัยค้ำจุน (MaF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะบุคลากร (PCo) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ปัจจัยค้ำจุน (MaF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินการ (PeR) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง ปัจจัยจิตใจ (MoF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินการ (PeR) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง และ สมรรถนะบุคลากร (PCo) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินการ (PeR) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง จึงยอมรับสมมติฐาน H1, H2, H3, H4 และ H5

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรสายวิชาการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30-40 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท มากที่สุด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ ปริญญาเอก จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ส่วนใหญ่บุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมา สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งทางวิชาการ มากที่สุด คือ อาจารย์ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และตำแหน่งรองศาสตราจารย์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

2. การทดสอบความกลมกลืนภายในโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การทดสอบไคว์-สแควร์ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยดัชนีชี้วัดทุกตัวเป็นไปตามเกณฑ์ (GFI = 0.982 , AGFI = 0.946, NFI = 0.991, CFI = 0.999, RMR = 0.016, RMSEA = 0.007)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง โดยบุคลากรสายวิชาการให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในฐานะปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพส่วนบุคคล และช่วยผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Poompoo et al. (2022) ที่ระบุว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ และมีบทบาทเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้บุคลากรสายวิชาการสามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้

ในทำนองเดียวกัน ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยค้ำจุน มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยเฉพาะในเขตภาคกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยมีปัจจัยค้ำจุนที่มีความแข็งแกร่ง อันประกอบด้วย นโยบายและการบริหาร การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ภายในองค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความมั่นคงในอาชีพ และผลประโยชน์ตอบแทน ทั้งหมดนี้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการดำเนินงานและการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Marquis and Huston (2006) ที่เสนอว่า ปัจจัยค้ำจุนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยค้ำจุนมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบุคลากรสายวิชาการสูงถึงร้อยละ 80 (0.80) ในขณะที่ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีอิทธิพลเพียงร้อยละ 6 (0.06) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลางมีระบบนโยบายและการบริหารจัดการที่เข้มแข็งและสอดคล้องกับบริบทการทำงานของบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น เพื่อยกระดับสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการให้สูงขึ้น มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายที่เน้นการเสริมสร้างแรงจูงใจควบคู่กับการพัฒนาระบบสนับสนุนในด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยรวมของการดำเนินงานในระดับมหาวิทยาลัย

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า สมรรถนะของบุคลากร (Personnel Competency: PCo) ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงาน การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม และจริยธรรม และการทำงานเป็นทีม ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจรรยาบรรณ 52 (0.52) และปัจจัยด้านแรงจูงใจร้อยละ 34 (0.34) ซึ่งมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภาคกลาง โดยครอบคลุมการพัฒนาท้องถิ่น การพัฒนาและผลิตครู การยกระดับคุณภาพการศึกษา และการพัฒนาระบบบริหารจัดการ

โดยภาพรวม แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยมีปัจจัยด้านจรรยาบรรณที่มีความเข้มแข็งและสามารถส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ ที่เป็นรูปธรรมในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม หากมหาวิทยาลัยมีการเสริมสร้าง ปัจจัยด้านแรงจูงใจ เพิ่มเติมควบคู่กันไปจะสามารถกระตุ้นศักยภาพและสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลทางอ้อม ต่อการยกระดับผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยให้สูงขึ้นในระยะยาว โดยการพัฒนามิตติดังกล่าวควรดำเนินการ ผ่านการจัดทำแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ ได้แก่ แนวทางการ ส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการที่ตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการส่งเสริมกิจกรรมการทำงานเป็นทีมภายในองค์กร ทั้งนี้ ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับงานศึกษาของ Asfaw et al. (2015) ที่พบว่า การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในประเทศเอธิโอเปีย เช่นเดียวกับการศึกษาของ Mahmood et al. (2018) ที่พบว่า ความต้องการในการฝึกอบรมพัฒนา และประสิทธิภาพของการฝึกอบรม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญ เช่นกัน ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Spencer and Spencer (1993) ที่อธิบายว่า สมรรถนะของบุคลากรเกิดจากองค์ประกอบ ของความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1. นักวิจัย นักวิชาการ และผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยที่ค้นพบไปใช้พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเกี่ยวกับ สมรรถนะบุคลากรสายวิชาการหรือบุคลากรสายสนับสนุนได้ต่อไป
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏควรกำหนดนโยบายสำหรับการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการที่จะส่งผลถึงการดำเนินงาน ของมหาวิทยาลัย ที่มีเป้าหมายชัดเจน และส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการด้วยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ สามารถวัดผลการดำเนินงานได้ และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยและบุคลากรที่มีเป้าหมายชัดเจนได้ ได้แก่ การให้รางวัลเชิดชูเกียรติแก่บุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายของมหาวิทยาลัย เป็นต้น
3. กำหนดแนวทางการกระตุ้นการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการให้เป็นระบบมากขึ้น เพื่อให้ผลการดำเนินงาน เป็นไปตามเป้าหมายที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยควรจัดให้มีกิจกรรมโดยเฉพาะการสร้างปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ การให้รางวัลเชิดชูเกียรติสำหรับบุคลากรสายวิชาการ ทั้งด้านการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และด้านอื่น ๆ เพื่อสร้างขวัญ กำลังใจ และสร้างความผูกพันต่อองค์กรให้เกิดขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Asfaw, A. M., Argaw, M. D., & Bayissa, L. (2015). The impact of training and development on employee performance and effectiveness: A case study of District Five Administration Office, Bole Sub-City, Addis Ababa, Ethiopia. *Journal of human resource and sustainability studies*, 3(4), 188–202.
- Angsupachoti, S., Wichitwanna, S., & Phinyonyo, R. (2011). *Statistical analysis for social science and behavioral research: Techniques for using the LISREL program* (3rd ed.). Charoen Mungkong Printing. [in Thai]
- Arsasuk, C., Chotiwanich, P., & Suntramethakul, A. (2023). Competency elements influencing personnel working performance at Provincial Cultural Office Locating in the Lower Northeastern Region II. *Journal of Management Science Chiang Rai Rajabhat University*, 18(2), 55-82. [in Thai]
- Bernstein, I., & Nunnally, J. (1994). The assessment of reliability. *Psychometric Theory*, 3(1), 248-292.

- Boyatzis, R. E. (1991). *The competent manager: A model for effective performance*. John Wiley & Sons.
- Buaprommee, N., Virojatum, D., & Sukriket, P. (2021). The causal effect of motivation factors, hygiene factors and perceived organizational support on work performance of a bank employee in Bangkok. *Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal*, 4(1), 56-66. [in Thai]
- Byrne, B. M. (2013). *Structural equation modeling with EQS: Basic concepts, applications, and programming*. Routledge.
- Chamnan, S. (2011). *Educational leadership: Theory and practice*. P.S. Printing. [in Thai]
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (2013). *A first course in factor analysis*. Psychology Press.
- English, H.B., & English, A.C. (1958). *A comprehensive dictionary of psychological and psychoanalytical terms: A guide to usage*. Longmans, Green & Co.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The Motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Jantakat, C. (2019). Competencies factors affecting work efficiency of lecturers in higher education institution, Nakhonratchasima province. *Journal of Business Administration, The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 7(1), 162-177. [in Thai]
- Kerdkou Wong, W. (2020). Factors affecting the performance affected of the personnel in Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. *Journal of Business and Technology Management*, 3(1), 58-66. [in Thai]
- Mahmood, R., Hee, O. C., Yin, O. S., & Hamli, M. S. H. (2018). The mediating effects of employee competency on the relationship between training functions and employee performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(7), 664-676.
- Marquis, B. L., & Huston, C. J. (2006). *Leadership roles and management functions in nursing: Theory and application* (5th ed.). Lippincott Williams & Wilkins.
- Maslow, A. (1970). Human needs theory: Maslow's hierarchy of human needs. In R. F. Craven & C. J. Hirnle (Eds.), *Fundamentals of nursing: Human health and function* (3rd ed., pp. 324 - 356). Lippincott.
- McClelland, D. C. (1940). *Motivation: Theory and research*. John Wiley & Sons.
- Mongkolwanich, J. (2013). *Administration of educational organizations and personnel*. Thaweeprint (1991) Co., Ltd. [in Thai]
- Muangngam, N., Tadadej, J., & Sillabutra, J. (2024). Factors influencing the core competencies of public health personnel in Sub-district Health Promoting Hospitals, Suphanburi Province. *Journal of Council of Community Public Health*, 6(3), 163-177. [in Thai]
- Office of the Civil Service Commission. (2010). *Manual for developing civil servants based on core competencies* (1st ed.). Airborne Print Co., Ltd.
- Office of the Presidents' Council, Rajabhat Universities. (2018, October 11). *The 20-year strategy of Rajabhat Universities for local development (2017–2036)*. Office of the Presidents' Council, Rajabhat Universities. https://plan.vru.ac.th/wp-content/uploads/2024/03/Plan-rdi1_1.pdf
- Poompoo, A., Swasthaisong, S., & Romyen, L. (2022). Work motivation affecting the competencies of personnel of Subdistrict Administrative Organization in Plapak District, Nakhon Phanom Province. *Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University*, 2(2), 17-33. [in Thai]

- Tiacam, S. (2020). Motivation influencing the efficiency of the performance of Chum Phae Hospital officers, Khon Kaen Province. *Academic Journal of Mahasarakham Provincial Public Health Office*, 5(9), 195–208. [in Thai]
- Thitipong, P., & Phasunon, P. (2016). Motivation which affects the efficiency in operation of the personnel towards the construction company: Inter Expert Construction, Ltd. *Viridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 1275–1292. [in Thai]
- Rattanit, S. (2017). *Principles, theories, and practices of educational administration* (4th ed.). Pimdee Co., Ltd. [in Thai]
- Saiyaros, R., & Sontorn, S. (2018). Motivation affecting the competencies of teachers and educational personnel in the office of Roi-et Primary Educational Service Area 3. *Mahamakut Graduate School Journal*, 16(1), 31-40. [in Thai]
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Seneevong Na Ayuthtaya, T., & Udompanich, S. (2019). Motivation affecting the performance of public health officers at sub-district health promotion hospitals in Roi Et Province. *KKU Journal for Public Health Research*, 12(2), 42-51. [in Thai]
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. John Wiley & Sons.
- Kotsombutt, S. (2023). The correlation between work motivation and performance competency of personnel for developing organization to be quality. *Department of Health Service Support Journal*, 19(1), 29-36. [in Thai]

ต้นทุนและผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง

Costs and Return of Investment on Hand-Crafted Candle Trays of Ban San Klang Community, Bo Haeo Subdistrict, Mueang District, Lampang Province

จิรนนท์ บุพพณสมัย

อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Jiranun Buppunhasamai

Lecturer in The Bachelor of Accountancy Program

Lampang Inter-Tech College

E-mail: jiranun_lit@outlook.com; Ph: 085-037-6854

ดร. อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Dr. Anongwan Upradit

Assistant Professor in The Bachelor of Accountancy Program

Lampang Inter-Tech College

E-mail: anongwan@lit.ac.th; Ph: 081-289-4422

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 20 มีนาคม 2568
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 11 เมษายน 2568
ครั้งที่ 2	: 20 เมษายน 2568
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 1 พฤษภาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง และ 2) วิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการทำผางประทีปแบบปั้นมือ ชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 7 ราย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและทำการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนรายได้จากการจำหน่าย กำไรขั้นต้นและจุดคุ้มทุน ผลการศึกษาพบว่าต้นทุนการทำผางประทีปแบบปั้นมือต่อหน่วยเท่ากับ 2.22 บาท ซึ่งประกอบด้วย วัสดุดิบ 1.60 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 72.07 ค่าแรงงาน 0.34 บาทต่อหน่วยคิดเป็นร้อยละ 15.31 และค่าใช้จ่ายการผลิต 0.28 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 12.61 โดยมีรายได้จากการจำหน่ายผางประทีปแบบปั้นมือต่อปี คิดเป็นเงินเท่ากับ 52,500.00 บาท ต้นทุนการทำผางประทีปแบบปั้นมือต่อปี เท่ากับ 46,620.00 บาท กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายเท่ากับ 5,880.00 บาท คิดเป็นอัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 11.20 โดยมีจุดคุ้มทุนของการจำหน่ายผางประทีปแบบปั้นมืออยู่ที่ 4,714.28 หน่วย คิดเป็นเงิน 11,785.70 บาท ซึ่งจำนวนที่ผลิตและจำหน่ายมีราคาสูงกว่าจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้ แสดงถึงความสามารถในการขายผางประทีปแบบปั้นมือและมีความคุ้มทุน ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งเพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ต้นทุน ผลตอบแทน ผางประทีปแบบปั้นมือ

Abstract

This research aimed to 1) study the costs and return on investment of hand-molded lanterns in Ban San Klang community, Bo Haeo sub-district, Mueang district, Lampang province, and 2) analyze the cost structure and return on investment of hand-molded lanterns in Ban San Klang community, Bo Haeo sub-district, Mueang district, Lampang province. This research was qualitative research. The sample consisted of 7 hand-molded lantern entrepreneurs in Ban San Klang community, Bo Haeo sub-district, Mueang district, Lampang province. The research instrument was a structured interview form and analyzed cost data, sales revenue, gross profit, and break-even points. The results showed that the cost of hand-molded lanterns per unit was 2.22 baht, consisting of 1.60 baht per unit, accounting for 72.07 percent, labor costs 0.34 baht per unit, accounting for 15.31 percent, and production costs 0.28 baht per unit, accounting for 12.61 percent. The annual income from hand-molded lanterns sales was equivalent to 52,500.00 baht. The cost of making hand-molded lanterns per year is 46,620.00 baht. The gross profit from sales is 5,880.00 baht, which is a gross profit to sales ratio of 11.20 percent. The break-even point of selling hand-molded lanterns is 4,714.28 units, which is 11,785.70 baht. The amount produced and sold is higher than the calculated break-even point. This shows the ability to sell hand-molded lanterns and be cost-effective. The results of this research can be used as a part to promote the development of community products with sustainable costs and return on investment management.

Keywords: Costs, Return on Investment, Hand-Crafted Candle Trays

บทนำ

ผางประทีป คือประทีปที่เป็นเครื่องจุดตามไฟเป็นพุทธบูชาหรือบูชาสืบทอดอายุ หรืออีกนัยหนึ่งคือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ใช้จุดเทียนในเวลากลางคืน โดยประทีป หมายถึงแสงไฟ ผาง หมายถึงภาชนะรองรับน้ำมันหรือไขที่เป็นเชื้อเพลิงของประทีป รวมความผางประทีป คือเครื่องจุดตามไฟที่ได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาพราหมณ์ (Thitamethi, 2022) ผางประทีปเป็นเครื่องสักการะพระรัตนตรัย บูชารอยพระพุทธรูปและพระเศียรแก้วจุฬามณี รวมทั้งเป็นการบูชาพระพุทธเจ้าในวันเสด็จกลับจากเทวโลกด้วย ชาวล้านนามีความเชื่อเรื่องการถวายประทีปจากวรรณกรรมที่จารึกไว้บนใบลาน 2 คัมภีร์ คือ ธรรมกาเผือก และธรรมอันสงส์ การถวายทานผางประทีป สาระธรรมที่ปรากฏในความเชื่อเรื่องการถวายทานประทีปของชาวพุทธในล้านนา ได้แก่ 1) หลักการบูชา เพราะการถวายประทีปจัดเป็นอามิสบูชาในพระพุทธศาสนาอันส่งผลไปสู่การปฏิบัติบูชาด้วย 2) หลักกตัญญูตเวที เนื่องจากการถวายประทีปเป็นสัญลักษณ์แห่งความกตัญญู ดังที่ปรากฏใน เรื่องแม่กาเผือก และ 3) หลักศรัทธาเพราะการถวายประทีปเป็นการแสดงออกถึงความศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างลึกซึ้งของชาวล้านนา นอกจากนี้การถวายประทีปยังมีคุณค่าในด้านความเป็นประเพณีที่งดงาม การท่องเที่ยว การอนุรักษ์วัฒนธรรม การส่งเสริมพระพุทธศาสนาอันส่งผลต่อความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจอีกด้วย

ผางประทีปส่วนใหญ่จะเป็นถ้วยเล็กๆ ที่ทำด้วยดินเผารูปลักษณะแตกต่างกันตามฝีมือช่างแต่ละยุคสมัย นอกจากถ้วยประทีปแล้ว สิ่งที่สำคัญคู่กันก็คือ น้ำมัน และเทียนหรือสียาย ซึ่งน้ำมันที่ใช้เติมลงในถ้วยอาจเป็นน้ำมันถั่ว น้ำมันมะพร้าว น้ำมันละหุ่ง น้ำมันงา รวมถึงน้ำมันที่ได้จากสัตว์อีกด้วย ปัจจุบันนิยมใช้ขี้ผึ้ง (พาราฟิน) แต่ไม่พบว่านิยมน้ำมันจากสัตว์ในประทีปที่บูชาพระสียาย ในช่วงเทศกาลยี่เป็งตรงกับวันเพ็ญเดือนสิบสอง จะมีการประดับประทีปโคมไฟกันทั่วไป นอกจากการประดับส่วนนี้แล้ว ยังใช้เป็นจุดบูชาพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ ส่วนหนึ่งตามอายุของแต่ละคน ในการตั้งธัมมหลวงหรือฟังเทศน์มหาชาตินั้นเจ้าของกัณฑ์เทศน์กัณฑ์ใดในมหาเวสสันดรชาดกก็จะจุดประทีปตามจำนวนคาถา เช่น กัณฑ์กุมาร 101 คาถาก็จุดประทีป 101 ดวง เป็นต้น (Panthian, 1999) ผางประทีปเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในภาคเหนือเป็นอย่างมาก เนื่องจากมักจะใช้ในงานประเพณีลอยกระทง หรือใช้ในโอกาสต่างๆ บ้านสันกลาง ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เป็นชุมชนหนึ่งที่ยังคงมีการทำผางประทีปอยู่โดยจะมีผู้สูงอายุที่จะเป็นผู้ผลิต ผางประทีปเป็นภาชนะดินเผาที่ตรงกลางมีลักษณะเป็นหลุมลงไปไม่ลึกมาก เพื่อให้เพียงพอต่อการใส่ไส้เทียนที่ทำมาจากฝ้ายและขี้ผึ้ง ซึ่งมักจะพบเห็นการทำได้ตั้งแต่ช่วงเดือนพฤษภาคม

ถึงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี โดยในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคมจะเป็นช่วงของการทำตัวผางประทีปที่เป็นภาระดินเผา เริ่มต้นจากการนำดินเหนียวที่มีการหมักเรียบร้อยแล้วนั้นมาปั้นขึ้นรูปเป็นตัวผางประทีป จากนั้นก็ฝังลงถังไว้ให้พอหมาดแล้วนำไปเผา ซึ่งการเผานั้นเป็นการเผาโดยใช้ฟางข้าวเป็นเชื้อเพลิงตามภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวบ้าน ตัวผางประทีปที่เป็นภาระดินเผา นั้นจะมีการทำสะสมและเก็บไว้ใกล้ถึงช่วงเทศกาลลอยกระทงก็จะมีใส่เทียนและหล่อขี้ผึ้งลงไป แล้วฝังไว้ให้แห้ง จากนั้นก็นำไปจำหน่ายต่อไปในชุมชนแห่งนี้เดิมก่อนจะมีการทำผางประทีปนั้นก็มีการทำหม้อดินเผามาก่อนและทำควบคู่กันมา โดยที่จะมีพ่อค้าคนกลางมารับหม้อดินเผาไปจำหน่าย รวมถึงชุมชนใกล้เคียงจะมารับหม้อดินเผาไปใช้ใส่น้ำตาลจากต้นตาลหาบเร่ไปขายในพื้นที่อำเภอเมืองอีกที แต่ต่อมาเมื่อต้นตาลเริ่มลดน้อยจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม อีกทั้งการใช้หม้อดินเผา ก็เริ่มมีจำนวนน้อยลงจึงทำให้หม้อดินเผาลดกำลังการผลิตลง ชาวบ้านซึ่งเป็นผู้ผลิตทั้งหม้อดินเผา และผางประทีปนั้นก็ได้นำมาทำผางประทีปเป็นส่วนใหญ่ที่ส่งผลให้การทำหม้อดินเผาได้หายไปมากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันนี้เหลือเพียงการทำผางประทีปเพียงอย่างเดียว (Museum Thailand, 2024)

การทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง อยู่คู่กับชุมชนมา 50 ปี มีการเรียนรู้การปั้นจากครอบครัวและคนในชุมชน ลวดลายที่ปั้นเป็นลวดลายแบบดั้งเดิมตามแบบของบรรพบุรุษ ช่างปั้นมีองค์ความรู้เป็นปราชญ์ของชุมชนด้านการผลิตผางประทีปแบบปั้นมือ สามารถฝึกฝนคนรุ่นต่อไป แต่ปัจจุบันคนรุ่นหลังไม่สนใจที่จะยึดอาชีพปั้นผางประทีป เนื่องจากรายได้น้อย (Junruan & Namboonruang, 2023) ทำให้ปัจจุบันอาชีพการทำผางประทีปแบบปั้นมือของคนในชุมชนบ้านสันกลาง อำเภอเมืองลดน้อยลง เหลือเพียง 7 ท่าน ที่ยังยึดเป็นอาชีพและยังเป็นเพียงแค่อาชีพเสริมมีใช้อาชีพหลักของครอบครัว ทั้งนี้สืบเนื่องจากมาหลายสาเหตุ ทั้งนี้มาจากการที่กระแสความนิยมต่างๆได้เปลี่ยนไป ไม่มีการทำผางประทีปด้วยการหล่อเข้ามาแทนที่การทำผางประทีปแบบปั้นด้วยมือ อีกทั้งผู้ที่สืบทอดในรุ่นใหม่ๆก็ไม่มีแล้วนั้น ทำให้เหลือเพียงผู้สูงอายุที่ยังสืบทอดอยู่ ทำให้เห็นถึงการสูญหายของวัฒนธรรมรวมถึงภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวบ้านในชุมชนแห่งนี้ ถ้าหากคนในชุมชนรวมถึงเยาวชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ใกล้จะสูญหายไปกับผู้ที่สืบทอดรุ่นก่อนที่ในปัจจุบันเริ่มมีอายุมากแล้วนั้น ก็อาจจะส่งผลให้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนได้สูญหายไปมากที่สุด

คณะผู้วิจัย เห็นว่าองค์ความรู้ท้องถิ่นนี้ ควรได้รับการอนุรักษ์เพื่อรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำผางประทีปแบบปั้นมือเพื่อจัดเก็บความรู้ไว้อย่างเป็นระบบ และมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นฐานข้อมูลของชุมชน แล้วสามารถนำความรู้เหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ ในการปรับปรุงกระบวนการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถรักษาภูมิปัญญาอันมีค่านี้ไว้ได้ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น พึ่งตนเองได้เกิดความภาคภูมิใจ และทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2. วิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้กรอบแนวคิดต้นทุนประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิต รวมถึงแนวคิดรายได้จากการจำหน่าย การวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนทำผางประทีป ได้วิเคราะห์แยกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร โดยพิจารณาจากอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย และ 2) จุดคุ้มทุนเป็นเกณฑ์ในการศึกษากับผู้ประกอบการทำผางประทีปแบบปั้นมือชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปางจำนวน 7 คน ใช้ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่พฤษภาคม – ตุลาคม พ.ศ. 2567

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

Makcharoen (2017) ให้ความหมายว่า ต้นทุนการผลิตถือเป็นต้นทุนที่จำแนกตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนประกอบของต้นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เมื่อมีสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว ต้นทุนดังกล่าวเรียกว่า ต้นทุนการผลิตหรือต้นทุนผลิตภัณฑ์ เมื่อจำหน่ายออกไปต้นทุนของสินค้าส่วนที่จำหน่ายออกไปเรียกว่า ต้นทุนขาย แสดงในงบกำไรขาดทุนและยังมีค่าใช้จ่ายอีกจำนวนหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการบริหารงานเรียกว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หรือเรียกว่าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ดังนั้นในงบบัญชีจึงแบ่งต้นทุน ออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้ 1) ต้นทุนผลิตภัณฑ์ คือ ต้นทุนที่ประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ไป ค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิต 2) ต้นทุนตามงวดเวลา คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการบริหารงาน ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

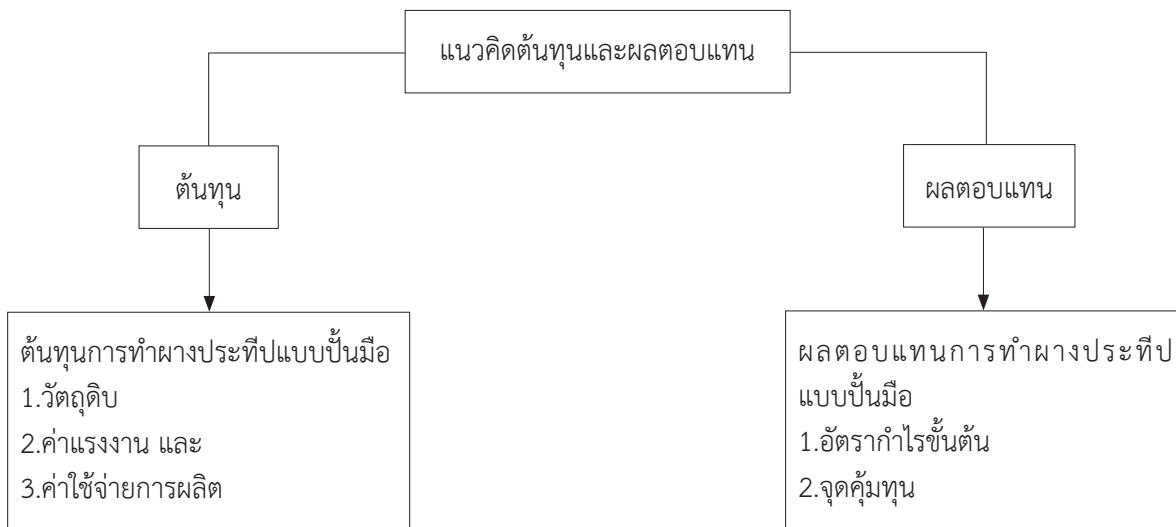
แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน

Kiattikulwattana (2018) ได้ให้ความหมายว่าก็คืออัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร จะใช้ในการวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงานในกิจการ อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไรต่อยอดขาย โดยใช้อัตราส่วนกำไรขั้นต้น ต่อยอดขาย อัตราส่วนนี้จะแสดงให้เห็นว่ากิจการมีความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นเป็นสัดส่วนเท่าใดเมื่อเทียบกับยอดขายสุทธิ นอกจากนี้ถ้าอยากทราบว่าขายจำนวนเท่าใดถึงจะคุ้มทุนในแต่ละเดือน ความจำเป็นในการคำนวณจุดคุ้มทุนจึงมีความจำเป็น เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบว่าในแต่ละเดือนจะต้องขายสินค้าในปริมาณเท่าไรถึงไม่ขาดทุน ดังนั้น จุดคุ้มทุน คือ ระดับการขาย ที่ทำให้กำไรเท่ากับศูนย์ หรือรายได้เท่ากับค่าใช้จ่าย หรือกำไรส่วนเกินเท่ากับต้นทุนคงที่ อาจกล่าวได้ว่า เมื่อกิจการสามารถขายสินค้าจนถึงระดับจุดคุ้มทุนแล้ว กำไรส่วนเกินของจำนวนขายที่เกินจุดคุ้มทุน คือกำไรจากการดำเนินกิจการนั่นเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ Upradit et al. (2021) ได้ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระถางเซรามิก กลุ่มบ้านป่าเยะ ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระถางเซรามิก กลุ่มบ้านป่าเยะ ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาและเก็บรวบรวม ข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้างจากผู้ทำกระถางเซรามิก กลุ่มบ้านป่าเยะ ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 20 ราย ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนของการทำกระถางเซรามิกต่อหน่วย ประกอบด้วย วัตถุดิบ 2 บาท ต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 5.53 ค่าแรงงาน 31.50 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 87.14 ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ 0.36 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 1.00 และค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร 2.29 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 6.33 รวมต้นทุนการทำกระถางเซรามิกต่อหน่วยเท่ากับ 36.15 บาท โดยรายได้จากการจำหน่ายกระถาง เซรามิกต่อวัน 2,360 บาท ต้นทุนในการทำต่อวัน 1,446 บาท คิดเป็นกำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายต่อวัน เท่ากับ 914 บาท อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 38.73 ทำให้การลงทุนทำกระถางเซรามิก มีจุดคุ้มทุนต่อวัน 36.60 บาท มีจุดคุ้มทุนต่อเดือน 805.31 บาท มีจุดคุ้มทุน ต่อปี 9,663.69 บาท ดังนั้นหากผู้ลงทุนทำกระถางเซรามิกสามารถจำหน่ายกระถางเซรามิก ได้เป็นจำนวนมากขึ้น ก็จะทำให้ผู้ลงทุนมีกำไรสูงขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phetra (2023) ที่ผลการวิจัยพบว่า มีแนวทางในการลดต้นทุนคือทำประมาณการยอดขายสำหรับวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อลดรอบการจัดซื้อ รวบรวมคำสั่งซื้อแล้วจัดส่ง เป็นล็อตที่ใหญ่ขึ้นเพื่อลดรอบการจัดส่งสินค้า และคิดค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรตามชั่วโมงการใช้งานจริง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phurahong et al. (2021) ที่พบว่า กลุ่มผู้ผลิตปลาสดส่วนใหญ่คำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการต้นทุนรวมไม่ครบทุกประเภท ซึ่งต้นทุนที่ไม่ได้นำมาคำนวณเป็นค่าใช้จ่ายการผลิต เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่ทางผู้ผลิตปลาสด ไม่ทราบว่าต้องนำมาคำนวณ เพราะทางผู้ผลิตระบุว่า เป็นต้นทุนเพียงเล็กน้อยและส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในบ้านของผู้ผลิต หรือตัวแทนที่เป็นประธานกลุ่ม ทำให้ไม่ได้แยกค่าใช้จ่ายเหล่านั้นมาใช้ในการคำนวณต้นทุน จึงไม่ได้นำค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นมาคำนวณเป็นต้นทุนการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่ถูกต้องครบถ้วน ไม่สะท้อนต้นทุนการผลิตที่แท้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonyoo et al. (2023) ที่ข้อค้นพบที่ได้ทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดต้นทุนการผลิต และผลตอบแทนของเครื่องปั้นดินเผาที่ชัดเจนมากขึ้น สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนและการกำหนดกระบวนการผลิตที่สามารถลดต้นทุน และเพิ่มผลตอบแทนในการผลิตที่สูงขึ้น

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่ได้ศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ โดยนำแนวคิดต้นทุน ประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิต แนวคิดผลตอบแทน ประกอบด้วย อัตรากำไรขั้นต้น และจุดคุ้มทุน นำมาใช้ในการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผางประทีปแบบปั่นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการทำผางประทีปแบบปั่นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง จำนวนทั้งหมด 7 ราย ใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ช่องทางในการจำหน่าย ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการทำผางประทีปแบบปั่นมือ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั่นมือ และ ส่วนที่ 4 ปัญหาหรือข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและขอคำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิและนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย และทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ หลังจากตรวจสอบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง และนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาดำเนินการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อสรุปผลและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิจัยที่เหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยหาค่าร้อยละและนำเสนอข้อมูลในลักษณะบรรยายผล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการทำผางประทีปแบบปั่นมือ ใช้แนวคิดของ Makcharoen (2017) ดังนี้ ต้นทุนการทำผางประทีปแบบปั่นมือ = วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต + ค่าแรงงานการผลิต + ค่าใช้จ่ายการผลิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือ ใช้แนวคิดและสูตรการคำนวณของ Kiattikulwattana (2018) ดังนั้นอัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios) โดยใช้อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย ซึ่งสามารถที่จะคำนวณได้จาก

$$\text{อัตรากำไรขั้นต้น (\%)} = \frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{ยอดขายสุทธิ}}$$

และจุดคุ้มทุน (Break-Even Point) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร ในวิเคราะห์หาจุดที่ปริมาณขายของกิจการมีรายได้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมดเพื่อไม่ให้ขาดทุนและใช้ในการวางแผนระยะสั้น สามารถที่จะคำนวณได้ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน}}$$

$$\text{โดยที่ อัตรากำไรส่วนเกิน} = \frac{\text{ยอดขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร}}{\text{ยอดขาย}}$$

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการลงทุนทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยการสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลโดยการลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์และศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวนทั้งหมด 7 ราย สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 50-60 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 มีสถานภาพสมรส จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และทั้งหมดมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำผางประทีป มากกว่า 20 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ตามลำดับ และมีช่องทางในการจำหน่าย โดยทั้งหมดจำหน่ายด้วยตนเอง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ส่วนที่ 2 ต้นทุนการทำผางประทีปแบบปั้นมือ

ในการทำผางประทีป ผู้ประกอบการได้ซื้อดินเหนียวสำเร็จรูปนำมาผสมกับน้ำ นวดให้เหนียวเข้ากันแล้วนำดินที่ผสมปั้นขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 นิ้ว มาวางบนแท่นปั้นดิน แล้วปั้นตามขนาด ลักษณะคล้ายถ้วย และใส่ขอบลายหยัก โดยใช้ฝากระป๋องน้ำอัดลมแบบจิบประกบกันทาบกับขอบผางประทีป เมื่อปั้นและใส่ขอบลายเรียบร้อยแล้ว นำมาผึ่งแดดให้แห้ง ก่อนนำเข้าเตาเผา เมื่อเผาผางประทีปสุกได้ที่ รอให้เย็นก่อน แล้วนำออกจากเตา มาล้างฝุ่นขี้เถ้าและผึ่งให้แห้ง

การทำไส้ดินกา ทำได้โดยนำฝ้ายเกลียวสีขาว มาทำให้เป็นสามแฉกแบบตีนกา ให้ขนาดพอดีกับผางประทีป ใส่ไส้ดินกา วางลงตรงกลางถ้วย โดยให้ฝ้ายสามแฉกเป็นฐาน และแกนตั้งขึ้น

นำขี้ผึ้งไปต้มในกระทะจนเหลวเป็นน้ำเทียน ตักใส่กาน้ำ แล้วหยอดเทียนเหลวลงในผางประทีปจากนั้นผึ่งในที่ร่มให้แห้ง

ในการคำนวณต้นทุนการทำผางประทีปแบบปั้นมือ ซึ่งประกอบด้วยวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิต แสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1. วัตถุดิบ ประกอบด้วย ดินเหนียวสำเร็จรูป ฝ้ายเกลียว ขี้ผึ้ง

ดินเหนียวสำเร็จรูป จำนวน 1 ถัง ราคาถังละ 50 บาท ผลิตถ้วยประทีปได้จำนวน 1,000 หน่วย คิดเป็นต้นทุนต่อหน่วย เท่ากับ 0.05 บาท (50/1,000)

ฝ้ายเกลียวเบอร์ 30 ขนาด 2.5 มิลลิเมตร ยาว 700 เซนติเมตร ราคา 55 บาท ผลิตไส้ตีนกา ได้จำนวน 100 เส้น คิดต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 0.55 บาท (55/100)

ขี้ผึ้ง 1 กิโลกรัม ราคา 75 บาท ผลิตผางประทีปแบบปั่นมือ ได้จำนวน 75 หน่วย คิดต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 1.00 บาท (75/75)

รวมต้นทุนต่อหน่วยของวัตถุดิบในการทำผางประทีปแบบปั่นมือ คิดเป็นเงิน 1.60 บาท

2. ค่าแรง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า การผลิตผางประทีปแบบปั่นมือ ใช้แรงงานต่อการผลิต 1 ครั้ง จำนวน 1 คน สามารถผลิตได้จำนวน 3,000 หน่วย ต้นทุนค่าแรงต่อการทำผางประทีปแบบปั่นมือ คิดเป็นเงินเท่ากับ 1,020 บาท (340 บาท * 3 วัน) โดยผู้วิจัยใช้อัตราค่าแรงงานขั้นต่ำตามอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของจังหวัดลำปาง เท่ากับ 340 บาท ตามประกาศคณะกรรมการค่าจ้าง เรื่อง อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 12) (Office of Permanent Secretary, 2023) คิดเป็นต้นทุนต่อหน่วยเป็นเงิน 0.34 บาท (1,020 บาท/3,000 หน่วย)

3. ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ค่าใช้จ่ายในการผลิตผางประทีปแบบปั่นมือใช้ระยะเวลา 21 วัน ผลิตได้จำนวน 7 ครั้ง ผลิตผางประทีปแบบปั่นมือได้ครั้งละ 3,000 หน่วย รวมการผลิตได้ทั้งหมด 21,000 หน่วย ค่าใช้จ่ายในการผลิตผางประทีปแบบปั่นมือประกอบด้วยค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่และค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปรดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่

ประกอบด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำผางประทีปแบบปั่นมือที่นำมาคิดค่าเสื่อมราคา รายละเอียดดังต่อไปนี้

- ค่าโรงเรือน ราคา 20,000 บาท อายุการใช้งาน 20 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 1,000 บาท
- แป้นหมุนมือ ขนาด 8 นิ้ว ราคา 2,000 บาท อายุการใช้งาน 10 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 200 บาท
- โต๊ะวางแป้นหมุนมือ ราคา 2,500 บาท อายุการใช้งาน 10 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 250 บาท
- ตะแกรงตากประทีป ขนาดกว้าง 1.50 ซม. ยาว 2.50 ซม. ราคา 900 บาท อายุการใช้งาน 10 ปี คิดเป็นค่าเสื่อม

ราคาปีละ 90 บาท

- กระดาษขนาด 32 นิ้ว จำนวน 1 ใบ ราคาใบละ 1,500 บาท อายุการใช้งาน 10 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 300 บาท
 - กะละมัง ขนาด 50 เซนติเมตร ราคาอันละ 150 บาท อายุการใช้งาน 3 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 50 บาท
 - เตาอังไล่ ขนาด 30 เซนติเมตร ราคา 150 บาท อายุการใช้งาน 3 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 50 บาท
 - กระบวยอลูมิเนียม ขนาด 5 นิ้ว ราคาอัน 62 บาท อายุการใช้งาน 1 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 62 บาท
 - กาน้ำ ขนาด 12 เซนติเมตร ราคา 160 บาท อายุการใช้งาน 3 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 53.33 บาท
 - มีดพร้า ขนาด 15 นิ้ว จำนวน 1 เล่ม ราคาเล่มละ 120 บาท อายุการใช้งาน 1 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 120 บาท
- รวมค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ต่อหน่วย คิดจากค่าเสื่อมราคาต่อปี 2,175.33 บาท ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.10 บาท

ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร

ประกอบด้วย วัสดุในการทำผางประทีปแบบปั่นมือ และค่าสาธารณูปโภค รายละเอียดดังนี้

- ค่าฟืนในการต้มเทียนต่อครั้ง ราคา 100 บาทต่อการต้มขี้ผึ้ง ทั้งหมดจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นค่าใช้จ่ายรวม 700 บาท
- ค่าเช่าเตาเผาต่อครั้ง 900 บาท เผาจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นค่าใช้จ่ายรวม 2,700 บาท
- ค่าน้ำประปา ปีละ 200 บาท สำหรับทำการเผา 7 ครั้ง จำนวน 21 วัน
- ถังบรรจุภัณฑ์ ขนาดกว้าง 8 นิ้ว สูง 12 นิ้ว ราคาห่อละ 100 บาท มีจำนวน 200 ใบ บรรจุผางประทีปแบบปั่นมือ

ถูละ 50 หน่วย คิดเป็นค่าใช้จ่ายรวม 210 บาท $(21,000/50) \times (100/200)$

รวมค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปรต่อหน่วย คิดจากค่าใช้จ่ายต่อปี 3,810 บาท ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.18 บาท และเมื่อนำค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่รวมกับค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร ทำให้มีค่าใช้จ่ายการผลิตทั้งสิ้นต่อหน่วยเท่ากับ 0.28 บาท

สรุปได้ว่าต้นทุนของการทำผางประทีปแบบปั่นมือ ประกอบด้วย วัตถุดิบ 1.60 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 72.07 ค่าแรงงาน 0.34 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 15.31 และค่าใช้จ่ายการผลิต 0.28 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 12.61 รวมเป็นต้นทุนของผางประทีปแบบปั่นมือต่อหน่วยเท่ากับ 2.22 บาท

ส่วนที่ 3 ผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือ

ในการคำนวณผลตอบแทน คณะผู้วิจัยได้แยกการคำนวณออกเป็น 2 ส่วนคือ

3.1 อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร

จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการทำผางประทีปแบบปั้นมือ ทำให้ทราบว่าจำนวนที่ขายเฉลี่ยต่อวัน เท่ากับจำนวนที่ผลิต คือ 3,000 หน่วยต่อรอบการผลิต 1 ครั้ง/3วัน และพบว่าราคาจำหน่ายต่อหน่วย 2.50 บาท รายได้จากการจำหน่ายผางประทีปแบบปั้นมือต่อครั้งเท่ากับ 7,500 บาท (2.50 บาท * 3,000 หน่วย) ต้นทุนในการทำผางประทีปแบบปั้นมือต่อครั้ง เท่ากับ 6,660 บาท กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายต่อครั้ง เท่ากับ 840 บาท

3.2 จุดคุ้มทุน (Break-Even Point)

จากการคำนวณรายได้ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร กำไรขั้นต้นและจุดคุ้มทุนของการทำผางประทีปแบบปั้นมือ ของชุมชนบ้านสันกลาง พบว่า มีจุดคุ้มทุนของการจำหน่ายผางประทีปแบบปั้นมืออยู่ที่ 4,714.28 หน่วย คิดเป็นเงิน 11,785.70 บาท โดยจำนวนที่ผลิตและจำหน่ายได้ และรายได้จากการจำหน่ายต่อครั้ง สูงกว่าจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้ แสดงถึงกิจการมีความสามารถในการจำหน่ายผางประทีปแบบปั้นมือและมีความคุ้มทุน แสดงรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงรายได้ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร กำไรขั้นต้นและจุดคุ้มทุนการทำผางประทีปแบบปั้นมือ

รายการ	ต่อหน่วย	ครั้ง/3 วัน	ต่อปี/7 ครั้ง
จำนวนที่ผลิตและจำหน่าย (ลูก)	1	3,000.00	21,000
รายได้จากการจำหน่าย	2.50	7,500.00	52,500
ต้นทุนคงที่			
ค่าแรงงาน	0.34	1,020.00	7,140.00
ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่	0.10	300.00	2,100.00
รวมต้นทุนคงที่	0.44	1,320.00	9,240.00
ต้นทุนผันแปร			
วัตถุดิบ	1.60	4,800.00	33,600.00
ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร	0.18	540.00	3,780.00
รวมต้นทุนผันแปร	1.78	5,340.00	37,380.00
รวมต้นทุนการผลิต	2.22	6,660.00	46,620.00
กำไรขั้นต้น	0.28	840.00	5,880.00
อัตรากำไรขั้นต้น	11.20	11.20	11.20
จุดคุ้มทุน (หน่วย)			4,714.28
จุดคุ้มทุน (บาท)			11,785.70

ส่วนที่ 4 ปัญหาหรือข้อเสนอแนะ

การทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลางประสบกับปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการขาดผู้ที่มีความรู้ทางด้านบัญชีในการจัดทำบัญชี มีผลทำให้การเก็บข้อมูลต้นทุนและค่าใช้จ่ายไม่ถูกต้อง
2. ขาดการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ลดต้นทุนการผลิต และการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนบ้านสันกลาง ผู้ประกอบการจะทำเป็นอาชีพเสริม ต้นทุนของการทำประกอบด้วย วัสดุดิบ 1.60 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 72.07 ค่าแรงงาน 0.34 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 15.31 และค่าใช้จ่ายการผลิต 0.28 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 12.61 รวมเป็นต้นทุนของผางประทีปแบบปั้นมือต่อหน่วยเท่ากับ 2.22 บาท ในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการไม่ได้นำต้นทุนการผลิตมาคำนวณอย่างครบถ้วน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ทราบว่าค่าใช้จ่ายต้องนำมาคำนวณเป็นต้นทุน เช่น ค่าน้ำมันรถ ค่าขนส่ง ค่าโทรศัพท์ เพราะผู้ประกอบการคิดว่าเป็นต้นทุนเพียงเล็กน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phurahong et al. (2021) ที่พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการประกอบธุรกิจในบ้านของผู้ผลิต ทำให้ไม่ได้แยกค่าใช้จ่ายที่นำมาใช้ในการคำนวณต้นทุน จึงไม่ได้นำค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นมาคำนวณเป็นต้นทุนการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่ถูกต้องครบถ้วน ส่งผลให้กลุ่มกำหนดราคาขายไม่สะท้อนต้นทุนการผลิตที่แท้จริง ดังนั้นทางกลุ่มจึงมีการปรับราคาจำหน่ายโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ทำให้ราคาจำหน่ายของทางกลุ่มไม่สูงจนเกินไปกว่าคู่แข่ง และถือว่าเป็นการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม

สำหรับผลตอบแทนของการทำผางประทีปแบบปั้นมือ พบว่ามียอดที่ผลิตเท่ากับยอดขาย รายได้จากการจำหน่ายผางประทีปต่อปีอยู่ที่ 21,000 หน่วย คิดเป็นเงิน 52,500 บาท ซึ่งจำนวนที่ผลิตและจำหน่ายได้รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายสูงกว่าจุดคุ้มทุน แต่ต่อราคารั้วขึ้นต้นต่อยอดขาย มีเพียงร้อยละ 11.20 ซึ่งเกิดจากต้นทุนวัสดุดิบมีมูลค่าจำนวนสูงคิดเป็นร้อยละ 72.07 แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรของผางประทีปแบบปั้นมือมีความคุ้มทุน แต่อย่างไรก็ตามการลดต้นทุนการผลิตโดยใช้เทคโนโลยี และการกำหนดแผนการซื้อวัสดุดิบที่เหมาะสมในการผลิต จะทำให้เกิดการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิตลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phetra (2023) ที่แสดงให้เห็นว่าแนวทางในการลดต้นทุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปถั่วลิสง บ้านป่าน ตำบลงสิงห์ อำเภोजังหาร จังหวัดร้อยเอ็ด คือวางแผนการจัดซื้อวัสดุดิบเพื่อลดรอบการจัดซื้อ รวบรวมคำสั่งซื้อแล้วจัดส่งเป็นล็อตที่ใหญ่ขึ้นเพื่อซื้อวัสดุดิบในปริมาณที่มากขึ้นจะทำให้ซื้อได้ในราคาที่ถูกลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonyoo et al. (2023) ที่พบว่า ต้นทุนการผลิตมีผลต่อผลตอบแทนการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของโรงโองในอำเภอมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี โดยถ้าผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาโรงโองในอำเภอมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี มีการลดต้นทุนการผลิตที่เป็นวัสดุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิตจะส่งผลทำให้ผลตอบแทนที่ได้รับจากการผลิตเครื่องปั้นดินเผามีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นได้

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากปัญหาการทำผางประทีปแบบปั้นมือของชุมชนขาดผู้ที่มีความรู้ทางด้านบัญชีในการจัดทำบัญชี มีผลทำให้การเก็บข้อมูลต้นทุนและค่าใช้จ่ายไม่ถูกต้อง จึงควรมีการส่งเสริมให้สมาชิกในกลุ่มมีการจดบันทึกข้อมูลอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้บันทึกไว้มาใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตได้อย่างต่อเนื่องและสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจได้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมส่งเสริมการให้ความรู้ในการบันทึกบัญชีให้กับทางกลุ่ม รวมถึงต้องมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ให้กับกลุ่มด้านการจัดทำบัญชีที่เป็นระบบและถูกต้องตามหลักบัญชีรับรองทั่วไป ทำให้สามารถเก็บข้อมูลด้านบัญชีได้อย่างครบถ้วนอันจะนำไปสู่การคิดวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจได้อย่างถูกต้องต่อไป

2. โครงสร้างของต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เกิดการวัสดุดิบร้อยละ 72.07 ดังนั้นควรหาแนวทางการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนให้ต่ำสุด โดยการกำหนดแผนการซื้อวัสดุดิบที่เหมาะสมในการผลิต อันจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรและจุดคุ้มทุนที่ลดลงของวิสาหกิจ

3. ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เน้นการรณรงค์ให้คนในท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่า เกิดความภูมิใจ การปลูกจิตสำนึกคนในชุมชนให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น สนับสนุนการจัดกิจกรรมตามประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว การทำหลักสูตรท้องถิ่นร่วมกับคนในชุมชนเพื่อเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการส่งเสริมการทำผางประทีปแบบปั้นมือให้คงอยู่กับชุมชนให้อยู่สืบต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนการทำผางประทีปแบบปั้นมือจากกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น กลุ่มวิสาหกิจที่ประกอบอาชีพผางประทีปแบบปั้นมือในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา เพื่อหาแนวปฏิบัติที่ดีในการลดต้นทุนของกลุ่มอาชีพ

2. ควรมีการวิจัยและพัฒนาแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยในการจัดเก็บข้อมูล และคำนวณต้นทุน เพื่อช่วยวิเคราะห์และลดปัญหาในการคำนวณต้นทุนสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ด้านบัญชี

เอกสารอ้างอิง

- Boonyoo, S., Wattanakanjana, C., Khumruang, P., Boonsuwan, S., Boonyoo, T., Charoensubmechok, P., & Duangjampa, P. (2023). Cost Analysis and Pottery Manufacturing Returns: A Case Study of Jar Factories in Mueang Ratchaburi, Ratchaburi Province. *Journal of Industrial Business Administration*, 5(2), 113-128. [in Thai]
- Junruan, J., & Namboonruang, S. (2023). Guidelines for Preserving Local Wisdom in Making Hand-Crafted Lanterns Case Study: Ban San Klang, Bo Haeo Subdistrict, Mueang District, Lampang Province. *Journal of MCU Nakhondhat*, 10(12), 209-219. [in Thai]
- Kiattikulwattana, P. (2018). *Cost accounting*. Witthayaphat. [in Thai]
- Makcharoen, L. (2017). *Cost Accounting*. Triple Education Co., Ltd. [in Thai]
- Museum Thailand. (2024). *Candle Trays From clay pots to candle trays*.
<https://www.museum-thailand.com/en/3065/storytelling/ผางประทีป>. [in Thai]
- Office of Permanent Secretary. (2023, December 8). *Announcement of the Wage Committee on the minimum wage rate* (No. 12). Ministry of Labour. [in Thai]
- Panthian, Y. (1999). Phangprathit/Phangprathip (Dwng prathip). In *Thailand Cultural Encyclopedia North*. (pp. 4072-4075). Siam Press Management. [in Thai]
- Phetra, D. (2023). The Development of Costing Management by Activity Base Cost Analysis of a Peanut Processing Community Enterprise Group, Bann Phan, Roi Et Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 41(1), 68-80. [in Thai]
- Phurahong, P., Phurahong, T., & Hongma, P. (2021). The Production Cost Calculation with Applications, Case Studies Pickled Fish of Chai Buri Sub-district Tha Uthen District Nakhon Phanom Province. *Journal of Southern Technology*, 14(2), 107-117. [in Thai]
- Thitamethi, P. (2022). Beliefs about offering candles in Buddhism. *Science of Buddhism Journal*, 1(1), 1-15. [in Thai]
- Upradit, A., Haeprakhon, A., Jarupatphokin, P., & Wichitnak, C. (2021). Costs and Return of Ceramic pots of Ban Pa Ya Group, Tambon Bohaeo, Amphoe Maueng, Lampang Province. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 7(7), 29-40. [in Thai]

อิทธิพลของการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการ โครงสร้างเงินทุน และความสามารถในการชำระหนี้ที่มีต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Influence of Intra-group Financing, Capital Structure and Debt Servicing Coverage on the Economic Value Added of Companies in the Real Estate Sector Listed on the Stock Exchange of Thailand

ปวริศา ชนกชนีกุล

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงินประยุกต์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้นิพนธ์หลัก

Pawarisa Chanokchaneekul

Master's Degree Student, Master of Arts Program in Applied Finance
Faculty of Business Administration, Kasetsart University.

Corresponding Author.

E-mail: Pawarisa.chano@ku.th; Ph: 097-479-7474

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 10 พฤษภาคม 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 17 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 20 กรกฎาคม 2568

ดร. พรพรรณ นันทแพศย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงินประยุกต์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Dr. Pornwan Nunthaphad

Assistant Professor of the Master of Arts Program in Applied Finance
Faculty of Business Administration, Kasetsart University.

E-mail: pornwan.n@ku.th; Ph: 085-149-9559

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการ โครงสร้างเงินทุน และความสามารถในการชำระหนี้ที่มีต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลย้อนหลังเป็นรายไตรมาสจากบริษัทจำนวน 21 แห่ง ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2020 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี 2024 ลักษณะข้อมูลแบบ Panel จำนวนข้อมูลทั้งหมด 420 ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการทดสอบทางสถิติด้วยเทคนิค Panel Least Squares (PLS) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป EViews ผลการศึกษาพบว่า การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการในรูปแบบของเงินกู้จากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน (LFRP) ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (ICR) และขนาดของกิจการ (SIZE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ EVA Spread อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งบ่งชี้ว่าบริษัทที่ใช้ประโยชน์จากการระดมทุนจากกิจการที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ มีแนวโน้มที่จะสร้างมูลค่าได้สูงกว่า อีกทั้งบริษัทที่มีขนาดใหญ่และมีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยที่ดีจะมีข้อได้เปรียบในการสร้างมูลค่าได้สูงกว่า ส่วนอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับ EVA Spread อย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าการก่อหนี้ที่สูงจะเป็นการลดทอนมูลค่าของบริษัท ในขณะที่การให้เงินกู้แก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน ไม่พบความสัมพันธ์กับ EVA Spread ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับ ภาครัฐกิจอสังหาริมทรัพย์ ในการจัดหาเงินทุน และการบริหารโครงสร้างทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในบริบทของบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ การตัดสินใจทางการเงินไม่เพียงแต่สะท้อนต่อผลประกอบการ

แต่ยังส่งผลต่อมูลค่ากิจการในระยะยาวด้วย

คำสำคัญ: การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการ โครงสร้างเงินทุน ความสามารถในการชำระหนี้ ส่วนต่างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์
ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

Abstract

This study aimed to analyze the relationship and influence of equity dependence on the group's capital structure, and debt repayment capability on the economic value added of real estate companies listed on the Stock Exchange of Thailand. Quarterly retrospective data were collected from 21 companies, from the first quarter of 2020 to the fourth quarter of 2024. The panel data was used, with a total of 420 records. Descriptive statistics were used for analysis, including minimum, maximum, mean, and standard deviation. The Panel Least Squares (PLS) technique was also used, using the EViews software package. The results revealed that equity dependence on the group's capital in the form of loans from related parties (LFRP), interest coverage ratio (ICR), and firm size (SIZE) were significantly correlated with EVA spread, indicating that companies that effectively utilize equity utilization from related parties tend to create higher value. Furthermore, companies with larger sizes and strong interest coverage have an advantage in value creation. Debt-to-equity ratio (DE) was significantly inversely related to EVA spread, indicating that high debt leverage reduces firm value. Furthermore, loans to related parties were not correlated with EVA spread. These findings can serve as guidelines for the real estate sector. Financing and managing financial structure are key factors affecting the company's ability to create sustainable added value, especially in the context of listed companies. Financial decisions not only reflect operating results but also impact on long-term enterprise value.

Keywords: Intra-group Financing, Capital Structure, Debt Servicing Coverage, Economic Value-Added Spread, Property Development

บทนำ

ในโลกธุรกิจปัจจุบัน ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการเงินและบริษัทที่มีการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการ (Intra-group Financing) มักก่อให้เกิดความขัดแย้งที่ซับซ้อน โดยเฉพาะเมื่อสถาบันการเงินแสดงความกังวลต่อธุรกรรมภายในกลุ่ม โดยผลกระทบของความขัดแย้งนี้ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในหลายด้าน นั่นคือ บริษัทที่พึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มมากเกินไปมักถูกจำกัดวงเงินสินเชื่อหรือต้องเผชิญกับเงื่อนไขการกู้ยืมที่เข้มงวดมากขึ้น ขณะเดียวกัน ต้นทุนทางการเงินก็มีแนวโน้มสูงขึ้นเนื่องจากการประเมินความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ธนาคารอาจคิดอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าปกติหรือเรียกร้องหลักประกันที่มากขึ้น นอกจากนี้ กระบวนการตรวจสอบและอนุมัติที่เข้มงวดยังทำให้เกิดความล่าช้าในการทำธุรกรรมทางการเงินซึ่งอาจส่งผลต่อความคล่องตัวในการดำเนินงานของบริษัท

มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added: EVA) และ EVA Spread ถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินประสิทธิภาพการสร้างมูลค่าของบริษัท (Young et al., 2000) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนแบบดั้งเดิม แต่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะคือมีโครงสร้างกลุ่มบริษัทที่ซับซ้อน Verschueren and Deloof (2006) พบว่าการระดมทุนภายในกลุ่มมีผลต่อโครงสร้างการเงินและความสามารถในการสร้างมูลค่าของบริษัท โดยสามารถลดต้นทุนเงินทุนและเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ อีกทั้งในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ไทย การใช้เงินทุนจากกิจการที่เกี่ยวข้องเป็นรูปแบบการระดมทุนที่พบได้บ่อย แต่ยังไม่มีการศึกษาอิทธิพลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม

จากการสำรวจข้อมูลบริษัทในประเทศไทย พบว่าบริษัทอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นกลุ่มธุรกิจที่ประกอบด้วยบริษัทในเครือหลายแห่ง ซึ่งมีการถ่ายเทเงินทุนระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ การใช้เงินทุนจากกิจการที่เกี่ยวข้องจึงเป็นกลยุทธ์ทางการเงินที่สำคัญ ที่อาจส่งผลต่อความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มของบริษัท อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ EVA ในมิติของโครงสร้างเงินทุนแบบดั้งเดิม ที่เกิดจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินภายนอกหรือการออกหุ้นและหุ้นกู้ แต่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของ "การพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการ"

จากการทบทวนวรรณกรรม พบช่องว่างทางวิชาการที่สำคัญ ได้แก่ (1) งานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่ศึกษา EVA ในอุตสาหกรรมอื่น ยังไม่มีการศึกษาเฉพาะในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ไทย (2) งานวิจัยที่ศึกษาโครงสร้างเงินทุนมุ่งเน้นแหล่งเงินทุนภายนอก โดยไม่ได้คำนึงถึงลักษณะเฉพาะของการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการ และ (3) ยังไม่มีการศึกษาผลกระทบรวมของการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่ม โครงสร้างเงินทุน และความสามารถในการชำระหนี้ที่มีต่อ EVA Spread ในบริบทเฉพาะของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ไทย

ดังนั้น เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการ โครงสร้างเงินทุน และความสามารถในการชำระหนี้ที่มีต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และศึกษาอิทธิพลของตัวแปรเหล่านี้ต่อ EVA Spread ในช่วงปี 2020-2024 โดยผลการศึกษาจะช่วยให้นักลงทุนและผู้บริหารเข้าใจถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไทย อันจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการทางการเงินในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของการการพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการ โครงสร้างเงินทุน ความสามารถในการชำระหนี้ และมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ของธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีตลาดทุนภายใน (Internal Capital Market Theory)

ทฤษฎีตลาดทุนภายใน (Internal Capital Market Theory) เป็นแนวคิดทางการเงินที่อธิบายการจัดสรรทุนภายในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีหลายหน่วยงาน ทฤษฎีนี้เสนอว่าบริษัทใหญ่สามารถสร้างตลาดทุนภายในเพื่อจัดสรรทรัพยากรการเงินระหว่างหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ต้องพึ่งพาตลาดทุนภายนอกเสมอไป (O'Brien, 1976) แนวคิดหลักอยู่ที่ความได้เปรียบด้านข้อมูลที่ผู้บริหารระดับสูงมีเหนือนักลงทุนภายนอก ผู้บริหารภายในมีข้อมูลที่ละเอียดเกี่ยวกับโอกาสการลงทุนและศักยภาพของแต่ละหน่วยงาน ทำให้สามารถตัดสินใจจัดสรรทุนได้เหมาะสมกว่า ตลาดทุนภายในช่วยให้องค์กรจัดสรรเงินทุนจากหน่วยงานที่มีกระแสเงินสดมากไปยังหน่วยงานที่มีโอกาสการลงทุนที่ดีอย่างรวดเร็ว (Lamont, 1997) อย่างไรก็ตาม ตลาดทุนภายในมีข้อควรระวัง โดย Stein (1997) ชี้ให้เห็นปัญหาการแสวงหาผลประโยชน์ของหน่วยงาน และการลงทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากหน่วยงานต่างๆ อาจแข่งขันกันเพื่อได้รับการจัดสรรทุน โดยไม่คำนึงถึงประสิทธิภาพโดยรวม

ทฤษฎีลำดับขั้นในการจัดหาเงินทุน (Pecking Order Theory)

ทฤษฎีลำดับขั้นในการจัดหาเงินทุน (Pecking Order Theory) ถือเป็นหนึ่งในแนวคิดสำคัญด้านโครงสร้างเงินทุนที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในวงการการเงิน Myers and Majluf (1984) ซึ่งเสนอว่า บริษัทจะเลือกแหล่งเงินทุนตามลำดับขั้นที่ชัดเจน เพื่อลดปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูล (Information Asymmetry) ระหว่างบุคคลภายในองค์กร (เช่น ผู้บริหาร) และบุคคลภายนอก (เช่น นักลงทุน) โดยลำดับความชอบในการจัดหาเงินทุนของบริษัท คือ 1. กำไรสะสม (Retained Earnings) 2. การก่อหนี้ (Debt Financing) 3. การออกหุ้นใหม่ (Equity Issuance) กล่าวคือ บริษัทจะใช้เงินทุนภายในก่อน หากไม่เพียงพอจึงจะกู้ยืม และเลือกออกหุ้นเป็นทางเลือกสุดท้าย เนื่องจากการออกหุ้นอาจส่งสัญญาณลบต่อตลาดเกี่ยวกับมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท (Ahmadimousaab et al., 2013) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ที่ต้องการตรวจสอบว่าการพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการทั้งในแง่ของการกู้ยืมเงินและการให้กู้ยืมเงินมีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการในรูปแบบของมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์หรือไม่

ทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุน (Capital Structure Theory)

ทฤษฎีโครงสร้างเงินทุนเป็นแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญในการบริหารการเงิน โดยเฉพาะในด้านการจัดหาเงินทุนของบริษัท ทฤษฎีคลาสสิกที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายคือ ทฤษฎี Modigliani and Miller (1958) ซึ่งเสนอว่า ภายใต้สมมติฐานของตลาดที่สมบูรณ์แบบ (Perfect Capital Market) เช่น ไม่มีภาษี ค่าธรรมเนียมธุรกรรม หรือปัญหาตัวแทน โครงสร้างเงินทุนไม่มีผลกระทบต่อมูลค่ารวมของกิจการ ไม่ว่าบริษัทจะจัดหาเงินทุนด้วยทุน (Equity) หรือหนี้สิน (Debt) ก็ตาม ซึ่งเรียกว่าทฤษฎี “ความไม่เกี่ยวข้อง” (Irrelevance Theory) ต่อมา Modigliani and Miller (1963) ได้ปรับปรุงทฤษฎีของตนโดยนำประเด็นเรื่องภาษีเงินได้นิติบุคคลเข้ามาพิจารณา ซึ่งนำไปสู่ข้อสรุปว่าดอกเบี้ยที่บริษัทจ่ายจากการกู้ยืมสามารถหักลดหย่อน

ภาษีได้ (Interest Tax Shield) ส่งผลให้การใช้หนี้สินช่วยเพิ่มมูลค่าบริษัทในเชิงภาษี กล่าวคือ บริษัทที่มีหนี้สินจะมีมูลค่าสูงกว่าบริษัทที่ไม่มีหนี้ เพราะได้รับประโยชน์ทางภาษี อย่างไรก็ตาม แม้ในเชิงทฤษฎีจะเสนอว่าการใช้หนี้ทั้งหมด (100%) จะให้ประโยชน์ทางภาษีสูงสุด แต่ในทางปฏิบัติ บริษัทมักจะรักษาสสมดุลระหว่างทุนและหนี้ เพื่อควบคุมความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ และต้นทุนทางการเงินโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ที่ต้องการตรวจสอบว่าโครงสร้างเงินทุนมีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการในรูปแบบของมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์หรือไม่

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนระหว่างผลประโยชน์ทางภาษีกับต้นทุนความล้มละลาย (Trade-off Theory)

Trade-off Theory เป็นหนึ่งในทฤษฎีหลักที่อธิบายการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนของบริษัท ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย โดยเป็นการต่อยอดจากทฤษฎีโครงสร้างเงินทุนของ Modigliani and Miller (1963) จุดกำเนิดของทฤษฎีนี้เกิดขึ้นเมื่อนักวิชาการเริ่มพิจารณาถึงความไม่สมบูรณ์ของตลาดในโลกแห่งความเป็นจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบของภาษีเงินได้นิติบุคคล เมื่อนำปัจจัยนี้มาพิจารณาจึงเกิดความเข้าใจว่าการก่อหนี้มีประโยชน์ทางภาษี เนื่องจากดอกเบี้ยจ่ายสามารถนำไปหักเป็นค่าใช้จ่ายซึ่งช่วยให้กิจการประหยัดภาษีและเพิ่มกระแสเงินสดหลังหักภาษีได้ อย่างไรก็ตาม การก่อหนี้ที่มากเกินไปก็นำมาซึ่งความเสี่ยงและต้นทุนที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะความเสี่ยงทางการเงินที่สูงขึ้นเมื่อบริษัทมีภาระหนี้สินที่สูงเกินไป และหลักการสำคัญของทฤษฎีนี้ คือ การรักษาสมดุลระหว่างประโยชน์จากการก่อหนี้และต้นทุนของการก่อหนี้ บริษัทที่ดำเนินการตามทฤษฎีนี้จะพยายามค้นหาระดับหนี้สินที่เหมาะสมที่สุด (Optimal Point) ซึ่งจะช่วยให้มูลค่าของบริษัทที่สูงที่สุด โดยจุดที่เหมาะสมที่สุดนี้เกิดขึ้นเมื่อประโยชน์จากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินอีก 1 หน่วยพอดีกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการก่อหนี้เพิ่มเติม (Ahmadimousaab et al., 2013) โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ที่ต้องการตรวจสอบว่าโครงสร้างเงินทุนมีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการในรูปแบบของมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์หรือไม่

แนวคิดเกี่ยวกับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added: EVA) และ EVA Spread

มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added: EVA) เป็นเครื่องมือวัดผลการดำเนินงานที่พัฒนาโดยบริษัท Stern Stewart & Co. ในช่วงปี 1980 โดยมีเป้าหมายเพื่อประเมินความสามารถของกิจการในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์อย่างแท้จริง โดยพิจารณาต้นทุนของเงินทุนทั้งหมด (Total Cost of Capital) ซึ่งรวมถึงต้นทุนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) ที่ถือเป็นต้นทุนเชิงโอกาส (Opportunity Cost) แม้จะไม่ได้แสดงในงบการเงิน

EVA สามารถใช้ประเมินได้ว่า กิจการสามารถสร้างผลตอบแทนได้สูงกว่าต้นทุนของเงินทุนหรือไม่ หาก EVA มีค่ามากกว่า 0 แสดงว่า กิจการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ (Stewart, 1991; Young et al., 2000) ในขณะที่ EVA Spread เป็นค่าที่วัดความแตกต่างระหว่างผลตอบแทนจากการดำเนินงาน (Return on Capital) กับต้นทุนของเงินทุน (Cost of Capital) ซึ่งสะท้อนประสิทธิภาพในการใช้ ทุนที่แท้จริง หาก EVA Spread เป็นบวก แสดงว่า กิจการสามารถสร้างผลตอบแทนสูงกว่าต้นทุนของทุนที่ใช้ มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$EVA = NOPAT - (Invested Capital \times WACC)$$

โดยที่	NOPAT	คือ	กำไรจากการดำเนินงานหลังหักภาษี
	Invested Capital	คือ	เงินลงทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน
	WACC	คือ	ต้นทุนเงินทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

EVA ที่เป็นบวกสะท้อนว่า กิจการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นได้ ในทางตรงกันข้าม EVA ที่เป็นลบ แสดงถึงการลดทอนมูลค่าของผู้ถือหุ้น หรือแสดงว่าผลตอบแทนจากการดำเนินงานต่ำกว่าต้นทุนของเงินทุนที่ใช้ EVA ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่

1) กำไรจากการดำเนินงานหลังหักภาษี (Net Operating Profit After Tax: NOPAT) เป็นกำไรที่เกิดจากการดำเนินงานหลักของกิจการ โดยไม่รวมรายการพิเศษและดอกเบี้ยจ่าย ที่สะท้อนความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินงานที่แท้จริง สูตรการคำนวณ มี 2 วิธี ดังนี้

วิธีที่ 1 $NOPAT = (\text{รายได้} - \text{ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน}) \times (1 - \text{อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล})$

วิธีที่ 2 $NOPAT = (\text{กำไรสุทธิ} + \text{ดอกเบี้ยจ่าย} + \text{ภาษี}) \times (1 - \text{อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล})$

2) เงินลงทุน (Invested Capital) คือ การลงทุนที่มาจากทั้งผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้ของบริษัท โดยเป็นแหล่งเงินทุนที่บริษัทใช้เพื่อดำเนินธุรกิจและการขยายกิจการ โดยเงินลงทุนมีการใช้งาน 2 ประเภทหลัก คือ การซื้อสินทรัพย์ถาวรและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีวิธีการคำนวณ 2 แบบ ดังนี้

แบบที่ 1 Operating Approach

Invested Capital = เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ + ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ + ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

โดยที่ เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ = สินทรัพย์ดำเนินงานหมุนเวียน - หนี้สินหมุนเวียนที่ไม่มีภาระดอกเบี้ย

ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน คือ ชื่อเสียงแบรนด์ ลิขสิทธิ์ ฯลฯ

แบบที่ 2 Financing Approach

Invested Capital = หนี้สินรวมและสัญญาเช่า + ส่วนของผู้ถือหุ้น - เงินสดที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานและเงินลงทุน

3) ต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC) คือ ต้นทุนเงินทุนเฉลี่ยของกิจการถ่วงน้ำหนักตามสัดส่วน การคำนวณทำได้ดังนี้

$$WACC = \frac{D}{V} \times K_d \times (1-T) + \left[\left(\frac{E}{V} \right) \times K_e \right]$$

โดยที่ D คือ มูลค่าหนี้สิน

E คือ มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้น

V คือ E + D

T คือ อัตราภาษีเงินได้

K_d คือ ต้นทุนหนี้สิน

K_e คือ ต้นทุนส่วนของผู้ถือหุ้น สามารถคำนวณได้จากสมการ CAPM ดังนี้

$$K_e = R_f + \beta \times \text{Risk premium}$$

โดยที่ R_f คือ อัตราผลตอบแทนโดยปราศจากความเสี่ยง (Risk free Rate)

β คือ ความผันผวนของผลตอบแทนบริษัทเมื่อเทียบกับตลาด

Risk Premium คือ ผลต่างระหว่างอัตราผลตอบแทนของตลาดและอัตราผลตอบแทนโดยปราศจากความเสี่ยง

EVA Spread เป็นตัวชี้วัดทางการเงินที่แสดงถึงความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มของกิจการในรูปแบบอัตราส่วน โดยคำนวณจากผลต่างระหว่าง อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Return on Invested Capital: ROIC) กับ ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (WACC) ซึ่งมีข้อได้เปรียบในการเปรียบเทียบข้ามกิจการที่มีขนาดแตกต่างกัน เนื่องจากใช้หน่วยเป็นอัตราส่วน ไม่ใช่ค่าสัมบูรณ์ เช่นเดียวกับ EVA ค่า EVA Spread ที่เป็นบวก แสดงว่ากิจการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นได้ ในขณะที่ค่า EVA Spread ที่เป็นลบ แสดงว่ามูลค่าของผู้ถือหุ้นมีแนวโน้มลดลง (Maneepreechadeelert et al., 2024) มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$EVA \text{ Spread} = ROIC - WACC$$

โดยที่ ROIC หรือ Return on invested capital คืออัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนสุทธิ

$$ROIC = \frac{NOPAT}{\text{Invested Capital}}$$

ข้อดีของ EVA Spread คือ สามารถเปรียบเทียบประสิทธิภาพของหลายกิจการหรือหลายโครงการได้ โดยไม่ขึ้นอยู่กับขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ ซึ่งต่างจาก EVA ที่อาจแสดงเพียงตัวเลขสูงเพียงเพราะใช้เงินลงทุนมาก แม้ว่า ROIC จะไม่สูงมากก็ตาม ดังนั้น EVA Spread จึงถูกใช้ในเชิงกลยุทธ์เพื่อประเมินศักยภาพของโครงการใหม่ๆ หรือเพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนในสินทรัพย์เพิ่มเติม (Hatane et al., 2023)

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจ (Business Group)

กลุ่มธุรกิจ (Business Group) หมายถึง กลุ่มของบริษัทที่มีความเชื่อมโยงกันทั้งในเชิงการถือหุ้น การบริหารจัดการ และการดำเนินธุรกิจ ภายใต้การควบคุมของครอบครัวหรือกลุ่มผู้ถือหุ้นหลักเดียวกัน (Khanna & Yafeh, 2007) ซึ่งมักประกอบด้วย บริษัทแม่และบริษัทในเครือหลายแห่ง โดยกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่มักมีการดำเนินงานในหลายอุตสาหกรรม ตัวอย่างของกลุ่มบริษัทในเครือ เช่น Sogo Shosha ในประเทศญี่ปุ่น และ Chaebol ในประเทศเกาหลีใต้

แนวคิดการพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการ (Intra-group Financing)

การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการ หมายถึง การที่บริษัทได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากบริษัทในเครือหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน (Related Parties) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรทางการเงินภายในกลุ่มให้เกิดประสิทธิภาพ หรือในบางกรณีอาจเกี่ยวข้องกับการวางแผนภาษีและการจัดการกำไรภายในกลุ่มกิจการ (Organisation for Economic Co-operation and Development 2012) การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ ตามที่ International Accounting Standards Board (IASB) กำหนดไว้ในมาตรฐาน IAS 24 – Related Party Disclosures ได้แก่ การให้กู้ยืมระหว่างบริษัทในเครือ การค้าประกันเงินกู้ การซื้อขายสินค้าหรือบริการระหว่างกัน การร่วมทุนในโครงการ การโอนสินทรัพย์หรือหนี้สินระหว่างกัน (Chu & Leong, 2021) โดยแนวคิดนี้มีรากฐานมาจากทฤษฎีตลาดทุนภายใน (Internal Capital Market Theory) ของ Williamson (1975) ต่อมา Lamont (1997) ได้ทำการศึกษาเชิงประจักษ์ครั้งแรกเกี่ยวกับการทำงานของตลาดทุนภายในองค์กร และพบหลักฐานที่ชัดเจนว่ากระแสเงินสดของหน่วยธุรกิจหนึ่งส่งผลต่อการลงทุนของหน่วยธุรกิจอื่นภายในบริษัทเดียวกันซึ่งเป็นการยืนยันการทำงานของระบบการเงินภายในกลุ่มกิจการ Saragih (2021) อธิบายถึงผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อกิจการ โดยในด้านบวก การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการอาจช่วยลดต้นทุนของบริษัทผู้กู้เนื่องจากเงื่อนไขที่ผ่อนปรนกว่าการกู้ยืมจากสถาบันการเงินภายนอกและยังช่วยลดปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูลที่เปื้อนอุปสรรคสำคัญในการระดมทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก ในขณะที่ผู้ให้กู้อาจได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าการนำเงินไปลงทุนในทางเลือกอื่นๆ ส่วนในด้านลบ การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการอาจนำไปสู่ปัญหาความเสี่ยงเชิงระบบ (Systematic Risk) ภายในกลุ่ม กล่าวคือ หากบริษัทใดบริษัทหนึ่งในกลุ่มประสบปัญหาทางการเงิน อาจส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ไปยังบริษัทอื่นๆ ที่มีความเชื่อมโยงทางการเงินระหว่างกัน นอกจากนี้ การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการยังอาจนำไปสู่ปัญหาการถ่ายโอนผลประโยชน์ (Tunneling) จากบริษัทหนึ่งไปอีกบริษัทหนึ่ง โดยเฉพาะในกรณีที่เงื่อนไขของธุรกรรมไม่ได้เป็นไปตามกลไกตลาดซึ่งอาจจะส่งผลเสียต่อผู้ถือหุ้นรายย่อยของบริษัทที่เสียเปรียบได้ โดยแนวคิดนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ที่ต้องการตรวจสอบว่าการพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการมีอิทธิพลต่อ EVA Spread

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการชำระหนี้ (Debt Servicing Coverage)

ความสามารถในการชำระหนี้ หมายถึง ความสามารถของบริษัทในการชำระหนี้ระยะยาวและภาระผูกพันทางการเงินเป็นตัวชี้วัดสำคัญของสุขภาพทางการเงินของบริษัท ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องในอนาคต วิธีที่รวดเร็วที่สุดในการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ คือ การตรวจสอบส่วนของผู้ถือหุ้นในงบแสดงฐานะการเงิน หากมีค่าเป็นบวก แสดงว่าบริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้ แต่หากมีค่าเป็นลบ อาจบ่งชี้ถึงความเสี่ยงในการล้มละลาย ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ที่ต้องการตรวจสอบว่าความสามารถในการชำระหนี้มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์หรือไม่

อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio: ICR) มีสูตรคำนวณคือ

$$ICR = \frac{EBITDA}{Interest}$$

อัตราส่วนนี้แสดงถึงความสามารถของบริษัทในการชำระดอกเบี้ยจากรายได้ที่สร้างขึ้น โดยทั่วไป อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio: ICR) ที่ยิ่งสูง ยิ่งสะท้อนถึงสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งและความสามารถในการบริหารภาระหนี้ได้ดี การตีความค่า ICR มีความสำคัญต่อการประเมินความเสี่ยงด้านเครดิต โดย ICR ที่ต่ำกว่า 1.5 เท่า มักบ่งชี้ถึงความเสี่ยงที่สูงในการผิดนัดชำระหนี้ แม้บริษัทจะมีรายได้เพียงพอสำหรับชำระดอกเบี้ย แต่มีส่วนเกินที่ต่ำมาก ในทางตรงกันข้าม ICR ที่สูงกว่า 3 เท่า ถือเป็นระดับที่ปลอดภัย และแสดงถึงความสามารถในการชำระดอกเบี้ยที่แข็งแกร่ง อย่างไรก็ตาม เกณฑ์การประเมิน ICR อาจแตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

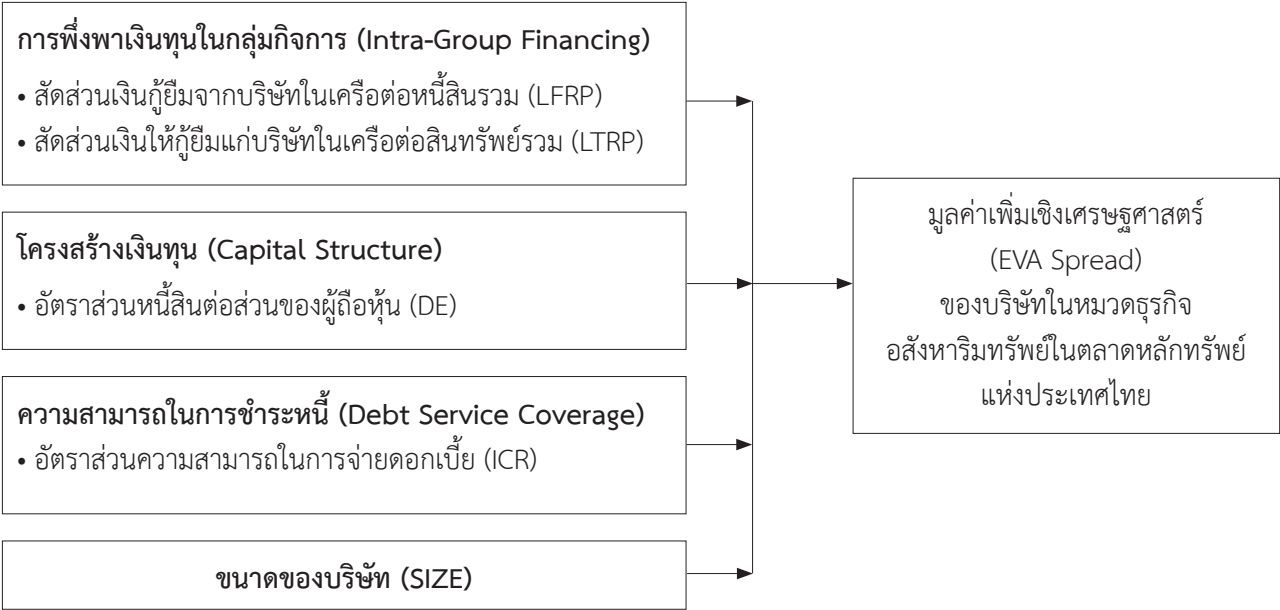
การใช้มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added: EVA) และ EVA Spread ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายว่าเป็นเครื่องมือวัดประสิทธิภาพในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของกิจการ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนขนาดใหญ่และความเสี่ยงสูง เช่น ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ โดย Saensuriwong et al. (2023) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่า EVA กับราคาหุ้นของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า EVA มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหุ้น และสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดในการคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของบริษัทได้อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนถึงบทบาทของ EVA ในการแสดงศักยภาพการสร้างมูลค่าที่แท้จริงของกิจการในสายตาของนักลงทุน และ ในทำนองเดียวกัน Hatane et al. (2023) พบว่า EVA Spread เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นไปที่โครงการที่ให้ผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนของเงินทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นโดยตรง ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า EVA Spread ไม่เพียงเป็นเครื่องมือวัดผล แต่ยังสามารถใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การลงทุนและการเงินของกิจการได้อย่างชัดเจน การศึกษาครั้งนี้จึงนำมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์มาเป็นตัวชี้วัดมูลค่ากิจการของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ไทย.

แนวคิดการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มธุรกิจ (Intra-group Financing) สอดคล้องกับทฤษฎีการลดความไม่สมมาตรของข้อมูล (Information Asymmetry Theory) ซึ่งชี้ว่าการจัดสรรทุนภายในสามารถช่วยลดต้นทุนของเงินทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงแหล่งทุนโดยไม่ต้องพึ่งพาการจัดหาเงินทุนภายนอก (Myers & Majluf, 1984) จากการศึกษาโดย Verschueren and Deloof (2006) พบว่า การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มสามารถลดต้นทุนจากปัญหาข้อมูลไม่สมมาตร และช่วยให้บริษัทมีความคล่องตัวทางการเงินเพิ่มขึ้น ในทำนองเดียวกัน Santioni and Supino (2018) ศึกษาในกลุ่มบริษัทในอิตาลีระหว่างช่วงวิกฤตการเงิน พบว่าการจัดสรรทุนภายในกลุ่มช่วยเสริมเสถียรภาพทางการเงิน และลดผลกระทบจากแหล่งทุนภายนอกที่ขาดแคลน ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าต้นทุนการกู้ยืมเงินในอิตาลีส่งผลต่อการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการทั้งในแง่ของการกู้ยืมเงินจากกิจการในกลุ่ม (LFRP) และการให้บริษัทในกลุ่มกิจการกู้ยืมเงิน (LTRP) จะส่งผลบวกต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์

ตามทฤษฎี Trade-off Theory บริษัทจะเลือกใช้หนี้จนถึงระดับที่ต้นทุนความเสี่ยงจากการล้มละลาย (Financial Distress Cost) สูงกว่าผลประโยชน์จากภาษีที่ได้รับจากการใช้หนี้ (Tax Shield) ซึ่งทำให้การก่อหนี้ที่มากเกินไปอาจส่งผลลบต่อมูลค่าเพิ่มของกิจการ หลายงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างสัดส่วนหนี้สินกับ EVA เช่นในงานของ Chalardpodjanaporn (2008) ที่ศึกษาในบริบทของกลุ่มธุรกิจไทย พบว่าการใช้หนี้มากเกินไปอาจลดเสถียรภาพทางการเงินโดยรวม แม้จะมีการทำธุรกรรมระหว่างกันภายในกลุ่มก็ตาม เนื่องจากการเพิ่มความเสี่ยงจากภาระดอกเบี้ยและความเสี่ยงในการล้มละลายซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มของกิจการ นอกจากนี้ Shi (2023) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอัตราหนี้สินกับความสามารถในการทำกำไรมีลักษณะเป็น “โค้ง U กลับหัว” กล่าวคือ หนี้สินในระดับปานกลางจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่เมื่อเกินจุดเหมาะสมจะส่งผลกระทบต่อกำไรของกิจการ งานวิจัยนี้ต่อยอดความสำคัญของการจัดการระดับหนี้สินให้สมดุลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Value Added) นำไปสู่สมมติฐานที่ 3 โครงสร้างเงินทุนมีผลต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ การที่บริษัทมีการใช้เงินทุนจากหนี้สินสูงกว่าส่วนของผู้ถือหุ้นจะส่งผลทางลบต่อกิจการ

นอกจากนี้ บริษัทที่มีอัตราความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio: ICR) สูง มักมีสถานะทางการเงินที่มั่นคงกว่า และสามารถรักษาความน่าเชื่อถือทางเครดิต ส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินลดลง โดย Brigham and Houston (2019) เสนอว่า ICR ที่ต่ำกว่า 1.5 เท่ามักบ่งชี้ถึงความเสี่ยงในการผิดนัดชำระหนี้ ในขณะที่ค่า ICR ที่สูงกว่า 3 สะท้อนถึงความสามารถในการบริหารภาระดอกเบี้ยได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Mubarok et al. (2024) ที่ศึกษาบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในอินโดนีเซีย พบว่าบริษัทขนาดใหญ่สามารถจัดการแหล่งทุนได้ดีกว่าในภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน และมีความสามารถในการชำระหนี้ที่สูงกว่า เนื่องจากมีทุนสำรองมากกว่าและมีโครงสร้างทางการเงินที่มั่นคงกว่า เช่นเดียวกับ Liu (2024) ที่เปรียบเทียบรัฐวิสาหกิจกับบริษัทเอกชนในจีน พบว่า รัฐวิสาหกิจซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลมีต้นทุนการเงินต่ำกว่าและสามารถรักษาความสามารถในการชำระหนี้ได้ดีกว่า ขณะที่บริษัทเอกชนมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อสภาวะตลาดมากกว่า ซึ่งทั้งสองปัจจัยต่างส่งผลโดยตรงต่อระดับ ICR ของกิจการ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 4 ความสามารถในการชำระหนี้ที่จะส่งผลในเชิงบวกต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

โดยสรุป ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 สัดส่วนเงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อหนี้สินรวม (LFRP) มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 2 สัดส่วนเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน (LTRP) มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 3 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในเชิงลบ

สมมติฐานที่ 4 อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (ICR) มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 5 ขนาดของกิจการ (SIZE) มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในเชิงบวก

ตารางที่ 1 ตารางแสดงสมมติฐานทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปร	ทิศทาง	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
1. สัดส่วนเงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน (LFRP)	บวก	ทฤษฎีตลาดทุนภายในและการลดต้นทุนตัวแทน	Verschueren and Deloof (2006)
2. สัดส่วนเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน (LTRP)	บวก	แนวคิดการจัดสรรทรัพยากรภายในกลุ่ม	Santioni and Supino (2018)
3. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE)	ลบ	ทฤษฎีแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางภาษีกับต้นทุนความล้มละลาย	Peng et al. (2002)
4. อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (ICR)	บวก	แนวคิดความสามารถในการชำระหนี้	Mubarok et al. (2024)
5. ขนาดของกิจการ (SIZE)	บวก	แนวคิดการประหยัดต่อขนาด	Allodi et al. (2020) และ Ambrose et al. (2019)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประเภท Panel Data ซึ่งเป็นข้อมูลรายไตรมาสระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี 2020 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี 2024 รวมทั้งหมด 20 ช่วงเวลา (T = 20) กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคือบริษัทในกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 59 บริษัท อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้คัดเลือกเฉพาะบริษัทที่มีข้อมูลทางการเงินครบถ้วนตลอดช่วงเวลาที่กำหนด ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้จริงจำนวน 21 บริษัท (n = 21) รวมข้อมูลทั้งสิ้น 420 ข้อมูล แม้ว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างนี้จะน้อยกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่แนะนำในหลายงานวิจัย (เช่น n ≥ 30 เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางสถิติ; Baltagi, 2008) แต่การมีจำนวนช่วงเวลาสูง (T = 20) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการประมาณค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลอง Panel Data ได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ระบุข้อจำกัดนี้ไว้เพื่อใช้ในการตีความผลอย่างระมัดระวัง ข้อมูลทั้งหมดถูกรวบรวมจากฐานข้อมูล SETSMART ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ งบการเงินเฉพาะกิจการรายไตรมาสสำหรับวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผ่านค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากแบบจำลอง Panel Least Squares โดยพิจารณาว่าค่าดังกล่าวมีทิศทางบวกหรือลบ เพื่อศึกษาแนวโน้มของความสัมพันธ์ในสมการถดถอยต่อไป

EVA Spread_{i,t} = β₀ + β₁LFRP_{i,t} + β₂LTRP_{i,t} + β₃DE_{i,t} + β₄ICR_{i,t} + β₅log (SIZE_{i,t}) + ε_{i,t}

โดยตัวแปรในสมการการศึกษามีดังนี้

- EVA Spread_{i,t} คือ ผลต่างระหว่างอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Return on Invested Capital: ROIC) กับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (WACC) ของบริษัท i ณ เวลาที่ t
- β₀ คือ ค่าคงที่ (จุดตัดแกน Y).
- LFRP_{i,t} คือ สัดส่วนเงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อหนี้สินรวมของบริษัท i ณ เวลาที่ t
- LTRP_{i,t} คือ สัดส่วนเงินให้กู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท i ณ เวลาที่ t
- DE_{i,t} คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ณ เวลาที่ t
- ICR_{i,t} คือ อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ยของบริษัท i ณ เวลาที่ t
- SIZE_{i,t} คือ ขนาดของกิจการของบริษัท i ณ เวลาที่ t
- ε_{i,t} คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของบริษัท i ณ เวลาที่ t

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์เชิงสถิติพรรณนา

การวิเคราะห์เชิงสถิติพรรณนาที่นำมาศึกษาวิจัย ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าสูงสุด (Maximum) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปร	หน่วย	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
EVA Spread	ร้อยละ	-0.10	-0.33	-0.22	0.03
LFRP	ร้อยละ	0.62	0.001	0.15	0.15
LTRP	ร้อยละ	0.98	0.001	0.45	0.28
DE	เท่า	6.63	0.24	1.62	1.05
ICR	เท่า	157.64	-17.20	6.79	21.46
SIZE	ล้านบาท	228,000	19,363	37,163	46,411

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเป็นดังนี้

EVA Spread มีค่าเฉลี่ยติดลบที่ร้อยละ 22 หมายความว่า บริษัทในกลุ่มพัฒนาธุรกิจสังหาริมทรัพย์ไม่สามารถสร้างผลตอบแทนที่สูงกว่าต้นทุนเงินทุนได้ หรือมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROIC) ต่ำกว่าต้นทุนเงินทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) แม้แต่บริษัทที่มีผลการดำเนินงานดีที่สุดในกลุ่มตัวอย่างยังคงมี EVA Spread ติดลบอยู่ที่ร้อยละ 10 แสดงให้เห็นถึงความท้าทายในอุตสาหกรรมนี้ที่จะสร้างผลตอบแทนให้สูงกว่าต้นทุนเงิน ในขณะที่ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03 ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยแสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีค่า EVA Spread ที่ใกล้เคียงกัน สะท้อนถึงความคล้ายคลึงกัน ในอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

LFRP มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 15 เป็นระดับที่ไม่สูงมากนัก ค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 62 ในขณะที่ค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 0.1 นั่นคือแทบจะไม่ได้พึ่งพาเงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันเลย ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ LFRP เท่ากับร้อยละ 15 เท่ากับค่าเฉลี่ยพอดีแสดงถึงความแตกต่างที่ค่อนข้างมากระหว่างบริษัทในกลุ่มตัวอย่างในด้านการพึ่งพาเงินกู้ยืมสะท้อนถึงความหลากหลายของกลยุทธ์ในการจัดหาเงินของอุตสาหกรรมนี้

LTRP มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 45 เป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับระดับ LFRP ค่า LTRP สูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 98 แสดงให้เห็นว่ามีบางบริษัทที่มีการให้เงินกู้ยืมแก่กิจการในกลุ่มสูงมากเกือบเทียบเท่าสินทรัพย์ของบริษัท ในขณะที่ค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 0.01 แสดงให้เห็นว่าบางบริษัทแทบจะไม่ได้มีการให้กิจการในกลุ่มกู้ยืมเลย ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ LTRP เท่ากับ 0.28 หรือร้อยละ 28 ซึ่งค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในระดับการพึ่งพาเงินให้กู้ยืมในกลุ่มกิจการ

DE มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.62 แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีการใช้หนี้สินมากกว่าส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มักจะมีการก่อหนี้เพื่อใช้ในการพัฒนาโครงการต่างๆ โดยมีค่า DE สูงสุดอยู่ที่ 6.63 สะท้อนถึงความเสี่ยงทางการเงินที่สูงมาก ค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.24 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.05 แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในโครงสร้างเงินทุน

ICR มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.79 แสดงให้เห็นว่าโดยเฉลี่ยแล้วบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีสูงกว่าดอกเบี้ยจ่ายถึง 6.79 เท่า ซึ่งถือว่ามีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยที่ค่อนข้างดี ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ICR ที่มากกว่า 1.5 เท่า ก็ถือว่าเพียงพอแล้วสำหรับการชำระดอกเบี้ย ทั้งนี้ พบว่ามีค่า ICR สูงสุดอยู่ที่ 157.64 ซึ่งแสดงถึงความสามารถที่สูงมากในการชำระดอกเบี้ย ค่าต่ำสุด -17.20 หมายถึง บริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุนและไม่สามารถชำระดอกเบี้ยได้ โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 21.46 สูงมากเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในความสามารถในการชำระดอกเบี้ย นั่นคือ บางบริษัทมีความแข็งแกร่งทางการเงินสูงมาก ในขณะที่บางบริษัทกำลังประสบปัญหาการเงินที่รุนแรง

ขนาดกิจการ (Size) เป็นตัวแปรควบคุมที่วัดขนาดของกิจการ จากผลการวิเคราะห์พบว่า Size มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 37,163 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่าโดยเฉลี่ยแล้วบริษัทในกลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทขนาดใหญ่ โดยมีค่า Size สูงสุดอยู่ที่ 228,000 ล้านบาท และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 19,363 ล้านบาท ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 46,411 ล้านบาท ซึ่งค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย แสดงให้เห็นว่าการกระจายตัวค่อนข้างกว้าง

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยใช้วิธี Panel Least Squares ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้ ก่อนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำการ เตรียมข้อมูลให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์แบบ Panel Data โดยดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบปัญหา Unit Root ผู้วิจัยใช้การทดสอบ Augmented Dickey-Fuller (ADF) test กับตัวแปรทั้งหมด และพบว่าบางตัวแปร ได้แก่ LTRP, DE และ Size มีลักษณะไม่นิ่งในระดับข้อมูลดิบ (Non-stationary) จึงได้ทำการแปลงข้อมูลด้วยวิธี First Difference เพื่อให้ตัวแปรอยู่ในระดับที่นิ่งก่อนนำเข้าสู่แบบจำลอง (Dickey & Fuller, 1979)

2. การทดสอบปัญหา Multicollinearity จากการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระไม่มีคู่ใดเกิน 0.8 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ในช่วงต่ำกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุม

Correlation	LFRP	LTRP	DE	ICR	SIZE
LFRP	1	0.3680	-0.1160	-0.3553	0.2751
LTRP	0.3680	1	0.0267	-0.2412	-0.0751
DE	-0.1160	0.0267	1	-0.1845	0.1658
ICR	-0.3553	-0.2412	-0.1845	1	0.0196
SIZE	0.2751	-0.0751	0.1658	0.0196	1

จากตารางที่ 3 พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง -0.3553 ถึง 0.3680 ซึ่งไม่เกิน 0.8 ทำให้ไม่มีปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปวิเคราะห์ ต่อไปได้

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF)

VIF	LFRP	LTRP	DE	ICR	SIZE
LFRP	-	2.85	1.36	1.11	1.02
LTRP	2.85	-	5.64	-0.63	1.05
DE	1.36	5.64	-	-0.76	1.03
ICR	1.11	-0.63	-0.76	-	1.00
SIZE	1.02	1.05	1.03	1.00	-

จากตารางที่ 4 จะเห็นว่าผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมของกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการศึกษาทุกคู่มีค่า VIF ตั้งแต่ -0.76 ถึง 5.64 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 จึงไม่พบปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010)

3. การตรวจสอบปัญหา Autocorrelation ค่าดัชนี Durbin-Watson (D.W.) จากแบบจำลองเบื้องต้นพบว่ามีแนวโน้ม เกิดปัญหา autocorrelation เล็กน้อย ผู้วิจัยจึงได้ทำการแก้ไขโดยการนำค่าความคลาดเคลื่อนในอดีต (lagged residuals) เข้ามาเป็นตัวแปรในแบบจำลองเพื่อแก้ไขปัญหาความสัมพันธ์ของค่าคงเหลือ

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบปัญหา Autocorrelation จากค่า Durbin-Watson

K	N	d_l	d_u	$4-d_u$	$4-d_l$	Durbin-Watson	
						ก่อนแก้	หลังแก้
5	378	1.80	1.85	2.15	2.20	1.2884	1.9435

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบพบว่าค่าสถิติ Durbin-Watson ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1.2884 ซึ่งอยู่ในช่วงปฏิเสธ H_0 มีปัญหา Autocorrelation หลังเพิ่มตัวแปร lagged residuals ทำให้ค่าสถิติ Durbin-Watson อยู่ที่ 1.9435 อยู่ใน ช่วงที่ยอมรับ H_0 ไม่มีปัญหา Autocorrelation (Durbin & Watson, 1950)

4. การเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม ผู้วิจัยทำการเปรียบเทียบ Fixed Effect Model กับ Random Effect Model โดยใช้การทดสอบ Hausman test (Hausman, 2015) ผลการทดสอบพบว่า p-value < 0.05 แสดงให้เห็นว่า Fixed Effect Model มีความเหมาะสมมากกว่า จากนั้นได้ทำการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองโดยใช้ Wald test ซึ่งพบว่าแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ Fixed Effect Model ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป EVIEWS มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

Variables	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.2337	0.0019	-125.0924	0.0000***
LFRP	0.0369	0.0117	3.1457	0.0018***
D(LTRP)	0.0124	0.0123	1.0136	0.3116
D(DE)	-0.0104	0.0037	-2.7959	0.0055***
ICR	0.0004	0.0060	7.4482	0.0000***
D(LOGSIZE)	0.1647	0.0438	3.7576	0.0002***
RESID_LAG1	0.3323	0.0584	5.6933	0.0000***
RESID_LAG2	0.1089	0.0593	1.8357	0.0674*
R-Squared		0.8765	F-Statistic	80.9740
Adjusted R Squared		0.8657	Prob. (F-Statistic)	0.0000
Durbin Watson		1.9435		

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการ โครงสร้างเงินทุน และความสามารถในการชำระหนี้ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ คือ 1. สัดส่วนเงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อหนี้สินรวม (LFRP) 2. สัดส่วนเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อสินทรัพย์รวม (LTRP) 3. อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (DE) 4. อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (ICR) และตัวแปรควบคุม คือ ขนาดกิจการ (SIZE) พบว่ามี 1 ตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \text{ value} > 0.10$) นั่นคือ สัดส่วนเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อสินทรัพย์รวม (LTRP) ส่วนที่เหลือส่งผลต่อ EVA Spread ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p \text{ value} < 0.01$)

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองมีค่า R-Square เท่ากับ 0.8765 หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจศาสตร์ (EVA Spread) ได้ถึง 87.65% และส่วนที่เหลืออีก 12.35% อาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้รวมอยู่ในแบบจำลองนี้ นอกจากนี้ ค่า Adjusted R-Square เท่ากับ 0.8657 ซึ่งเป็นค่าที่ปรับแล้วให้เหมาะสมกับจำนวนตัวแปรในแบบจำลอง แสดงว่าแบบจำลองมีความเหมาะสมในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาข้อมูลประเภท Panel Data ที่มีตัวแปรหลายมิติ ทั้งนี้ ตามแนวทางของ Hair et al. (2010) ค่า R-Square ที่สูงกว่า 0.70 สามารถถือได้ว่าแบบจำลองมีความสามารถในการอธิบายที่ดีในบริบทของการวิจัยด้านการเงินและพฤติกรรมองค์กร

ตารางที่ 7 ผลการสรุปการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	ค่าสัมประสิทธิ์
1. LFRP มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในทิศทางเดียวกัน	Accept	0.0369
2. LTRP มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในทิศทางเดียวกัน	Reject	0.0124
3. DE มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในทิศทางตรงกันข้าม	Accept	-0.0104
4. ICR มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในทิศทางเดียวกัน	Accept	0.0004
5. SIZE มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread ในทิศทางเดียวกัน	Accept	0.1647

จากผลการวิเคราะห์ สามารถเขียนสมการถดถอยพหุคูณจากผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

$$\text{EVA Spread} = -0.2337 + 0.0369\text{LFRP}^{***} + 0.0124\text{D(LTRP)} - 0.0104\text{D(DE)}^{***} + 0.0004\text{ICR}^{***} + 0.1647\text{D(LOG SIZE)}^{***} + 0.3323\text{RESID_LAG}^{***} + 0.1089\text{RESID_LAG2}^*$$

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

อภิปรายผล

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนเงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อหนี้สินรวม (LFRP) กับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (EVA Spread)

จากผลการศึกษาพบว่า LFRP มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ EVA Spread อย่างมีนัยสำคัญ (P-value < 0.01) กล่าวคือ เมื่อสัดส่วนเงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อหนี้สินรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ EVA Spread เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.69 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 โดยอาจมีสาเหตุมาจากต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่า มีความยืดหยุ่นในการบริหารกระแสเงินสด เนื่องจากมีเงื่อนไขและระยะเวลาการชำระหนี้มากกว่าทำให้บริษัทสามารถบริหารกระแสเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เศรษฐกิจมีความผันผวนสูง รวมถึงการลดความเสี่ยงจากการไม่สมมาตรของข้อมูลและช่วยให้บริษัทเข้าถึงเงินทุนได้ง่ายขึ้นในช่วงวิกฤติ ทั้งนี้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Verschueren และ Deloof (2006) ที่พบว่า การพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มช่วยเหลือต้นทุนจากปัญหาข้อมูลไม่สมมาตรและความคล่องตัวในการบริหารเงินทุน และ Santioni and Supino (2018) ที่พบว่า การจัดสรรเงินทุนภายในกลุ่มช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้แม้ในช่วงที่แหล่งเงินทุนจากภายนอกขาดแคลน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันต่อสินทรัพย์รวมที่มีความนิ่งของข้อมูลในระดับที่หนึ่ง (D(LTRP)) กับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (EVA Spread)

จากผลการศึกษาพบว่า LTRP ที่มีความนิ่งของข้อมูลในระดับที่หนึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับ EVA Spread อย่างมีนัยสำคัญ (p value > 0.10) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 โดยความขัดแย้งที่เกิดขึ้นอาจมีสาเหตุมาจากการให้บริษัทในกลุ่มกู้ยืมเงินไม่ได้มีส่วนที่ทำให้ต้นทุนทางการเงินของบริษัทเปลี่ยนแปลงไป และอีกความเป็นไปได้หนึ่งคือ การให้กู้ยืมภายในกลุ่มอาจไม่ได้เป็นกลไกที่สร้างผลตอบแทนให้บริษัทเจ้าของเงินในระยะสั้น เนื่องจากเงินทุนที่ปล่อยกู้ไม่ได้ถูกนำไปใช้ในการดำเนินงานหลักโดยตรง อีกทั้งอาจก่อให้เกิดต้นทุนแฝง เช่น การสูญเสียโอกาสจากการลงทุนอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า หรือปัญหาความล่าช้าในการได้รับเงินคืน นอกจากนี้ ยังมีข้อสังเกตจากงานวิจัยของ Khanna and Yafeh (2007) ที่พบว่า ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มธุรกิจอาจก่อให้เกิดปัญหาเรื่องการจัดสรรทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเมื่อการให้กู้ยืมเกิดขึ้นในบริบทที่ไม่มีระบบการกำกับดูแลภายในกลุ่มอย่างเข้มงวด ดังนั้น การให้กู้ยืมภายในกลุ่มกิจการแม้จะเอื้อต่อความคล่องตัวของบางหน่วยธุรกิจแต่ไม่จำเป็นต้องสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ให้กับบริษัทเจ้าของเงินเสมอไป

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีความนิ่งของข้อมูลในระดับที่หนึ่ง (D(DE)) กับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (EVA Spread)

จากผลการศึกษาพบว่า DE ที่มีความนิ่งของข้อมูลในระดับที่หนึ่ง มีความสัมพันธ์ในเชิงลบทิศทางกับ EVA Spread อย่างมีนัยสำคัญ (p value < 0.01) กล่าวคือ เมื่ออัตราหนี้สินต่อทุนที่มีความนิ่งของข้อมูลในระดับที่หนึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ EVA Spread ลดลงร้อยละ 1.04 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีสาเหตุมาจากการระดมเบี้ยที่เพิ่มขึ้นทำให้กำไรจากการดำเนินงานลดลงและส่งผลลบต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ นอกจากนี้การมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่สูงแสดงถึงความเสี่ยงการเงินที่เพิ่มขึ้น และมีความยืดหยุ่นทางการเงินลดลง ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนเงินทุนเพิ่มขึ้นและทำให้มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ลดลง ทั้งนี้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนระหว่างผลประโยชน์ทางภาษีกับต้นทุนการล้มละลาย (Trade-off theory) ที่เสนอว่าการก่อหนี้ที่เกินระดับที่เหมาะสมจะทำให้ต้นทุนความเสี่ยงสูงกว่าประโยชน์ที่ได้รับ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินนำมาสู่ภาระดอกเบี้ยและความเสี่ยงทางการเงินที่สูงขึ้น

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการชำระหนี้ (ICR) กับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (EVA Spread)

จากผลการศึกษาพบว่า ICR มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ EVA Spread อย่างมีนัยสำคัญ ($p \text{ value} < 0.01$) กล่าวคือ เมื่ออัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ EVA Spread เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.04 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 4 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากบริษัทที่มีความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่แข็งแกร่งเมื่อเทียบกับภาระดอกเบี้ยจ่าย ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ รวมถึงเมื่อบริษัทมี ICR สูงหมายถึงความเสี่ยงในการผิดนัดชำระหนี้ต่ำ ส่งผลให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือทางการเงินในสายตาของนักลงทุนและเจ้าหนี้ ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นและมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำลง ทั้งนี้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดความสามารถในการชำระหนี้ของ Altman (2013) ที่เสนอว่าบริษัทที่มีความสามารถในการชำระหนี้สูงมักมีความเสี่ยงในการผิดนัดชำระหนี้ต่ำ และได้รับความไว้วางใจจากสถาบันการเงินมากกว่า และงานวิจัยของ Mubarak et al. (2024) ที่พบว่าบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่มีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยที่สูงมักมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าและสามารถรักษาระดับการเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขนาดกิจการที่อยู่ในรูปแบบลอการิทึมและความนิ่งของข้อมูลในระดับที่หนึ่ง (D(log(SIZE))) กับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (EVA Spread)

จากผลการศึกษาพบว่า SIZE ที่อยู่ในรูปแบบลอการิทึมและความนิ่งของข้อมูลในระดับที่หนึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ EVA Spread อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($p \text{ value} < 0.01$) กล่าวคือ เมื่อขนาดกิจการที่มีความนิ่งของข้อมูลในระดับที่หนึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.47 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 5 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีสาเหตุคือบริษัทที่มีขนาดใหญ่สามารถใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดทำให้มีต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยที่ต่ำกว่าซึ่งส่งผลให้กำไรจากการดำเนินงานที่สูงขึ้นและมีมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ที่เพิ่มขึ้นด้วยรวมถึงบริษัทขนาดใหญ่มักมีความน่าเชื่อถือทางการเงินสูงกว่าและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่หลากหลายกว่าทำให้มีโอกาสเลือกแหล่งเงินทุนที่ต่ำได้มากกว่าบริษัทที่มีขนาดเล็ก ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขึ้นของมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมีอำนาจต่อรองกับ Supplier และผู้รับเหมาที่สูงกว่า ทำให้สามารถต่อรองราคาวัสดุก่อสร้างและค่าบริการได้ดีกว่าส่งผลให้มีต้นทุนในการพัฒนาโครงการที่ต่ำกว่ามีกำไรจากการดำเนินงานที่สูงขึ้น ทั้งนี้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Ambrose et al. (2019) ที่พบว่าบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่มีความได้เปรียบในการแข่งขันและเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากกว่า อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Mubarak et al. (2024) ที่พบว่าขนาดของกิจการมีผลต่อความสามารถในการชำระหนี้และผลการดำเนินงานของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Doğan (2013) ที่พบว่าขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำกำไรในธุรกิจหลายประเภท และ Saensuriwong et al. (2023) ที่ศึกษามูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ในกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย และพบว่าขนาดของกิจการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหลายระดับ ดังนี้

1. ควรพิจารณาเพิ่มสัดส่วนการกู้ยืมเงินจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน (Loans from Related Parties) เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าแหล่งเงินทุนภายในกลุ่มกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (EVA Spread) โดยลักษณะของเงินกู้ดังกล่าวมักมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำและความยืดหยุ่นในการบริหารมากกว่าการกู้ยืมจากภายนอก
2. ควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์โครงสร้างเงินทุนของบริษัท โดยเฉพาะการพึ่งพาเงินทุนภายในกลุ่มกิจการ เช่น สัดส่วนของเงินกู้จากกิจการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีแนวโน้มเชิงบวกต่อความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
3. ควรระมัดระวังการใช้หนี้สินในระดับที่สูงเกินไป เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt-to-Equity Ratio) มีความสัมพันธ์ในทางลบกับ EVA Spread ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนระหว่างประโยชน์ทางภาษีกับต้นทุนการล้มละลาย โดยการใช้หนี้มากเกินไปจะเพิ่มความเสี่ยงในระยะยาวและส่งผลเสียต่อมูลค่าของบริษัท
4. ควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสามารถในการชำระดอกเบี้ย โดยเฉพาะการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน เพื่อให้บริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้สูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อ EVA Spread ในระยะยาว

ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาอิทธิพลของการพึ่งพาเงินทุนในกลุ่มกิจการ โครงสร้างเงินทุน ความสามารถในการชำระหนี้ที่มีผลต่อมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจศาสตร์ของบริษัทในหมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยครั้งนี้ แม้จะให้ข้อค้นพบที่มีคุณค่าแต่ก็มีข้อจำกัดในหลายประการที่ควรตระหนักถึงเพื่อการตีความผลการศึกษาอย่างเหมาะสม

1. การศึกษานี้มุ่งเน้นเฉพาะในหมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา (ไตรมาสที่ 1 ปี 2020 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี 2024) เป็นช่วงที่อยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 และเป็นช่วงฟื้นตัวหลังวิกฤติ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมระหว่างกันได้มาจากการเปิดเผยในงบการเงินเท่านั้นอาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจศาสตร์
4. การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบของกฎระเบียบและการกำกับดูแลที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงในระหว่างช่วงเวลาที่ศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- Ahmadimousaab, A., Bajuri, N., Jahanzeb, A., Karami, M., & Rehman, S. (2013). Trade-off theory, pecking order theory and market timing theory: A comprehensive review of capital structure theories. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 1(1), 11-18.
- Allodi, E., Cacciamani, C., Calio, M., De Santis, P. P., Della Marra, F., & Sanfelici, S. (2020). Real estate asset management companies' economies of scale: Is it a dream or reality? The Italian case. *Complexity*, 2020(1), 8752865. <https://doi.org/10.1155/2020/8752865>
- Altman, E. I. (2013). Predicting financial distress of companies: Revisiting the Z-Score and ZETA models. In A. R. Bell, C. Brooks, & M. Prokopczuk (Eds.), *Handbook of research methods and applications in empirical finance* (pp. 428-456). Edward Elgar Publishing.
- Ambrose, B. W., Fuerst, F., Mansley, N., & Wang, Z. (2019). Size effects and economies of scale in European real estate companies. *Global Finance Journal*, 42, 100470. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2019.04.004>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning.
- Chalardpodjanaporn, N. (2008). *Application of related party transactions in earnings management: empirical evidence from the Stock Exchange of Thailand* (Master's thesis). Thammasat University. [in Thai]
- Chu, P. K. K., & Leong, M. W. I. (2021). Related party transactions and their association with earnings management: Evidence of Hong Kong listed companies. *Journal of Accounting and Taxation*, 13(3), 205-216. <https://doi.org/10.5897/JAT2021.0491>
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American statistical association*, 74(366a), 427-431.
- Doğan, M. (2013). Does firm size affect the firm profitability? Evidence from Turkey. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(4), 53-59.
- Durbin, J., & Watson, G. S. (1950). Testing for serial correlation in least squares regression. I. *Biometrika*, 37(3/4), 409-428. <https://doi.org/10.1093/biomet/37.3-4.409>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). Pearson.
- Hatane, S. E., Winoto, J., Tarigan, J., & Jie, F. (2023). Working capital management and board diversity towards firm performances in Indonesia's LQ45. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 13(2), 276-299. <https://doi.org/10.1108/JAEE-05-2021-0168>
- Hausman, J. (2015). Specification tests in econometrics. *Applied Econometrics*, 38(2), 112-134.

- Khanna, T., & Yafeh, Y. (2007). Business groups in emerging markets: Paragons or parasites?. *Journal of Economic Literature*, 45(2), 331–372. <https://doi.org/10.1257/jel.45.2.331>
- Lamont, O. (1997). Cash flow and investment: Evidence from internal capital markets. *The Journal of Finance*, 52(1), 83–109. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1997.tb03823.x>
- Liu, S. (2024). *Research on structural financing difference of shareholders in real estate industry. Highlights in Business, Economics and Management*, 39, 533–541.
- Maneepreechadeelert, P., Yokcive, C., Klinhorn, W., & Anusasananan, K. (2024). Impact of working capital management on economic value added (EVA) spread of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Business Administration, Thammasat Business School, Thammasat University*, 47(183), 48–76. [in Thai]
- Mubarok, F., Pramudya, F. P., & Izzuddin, M. Z. (2024). Hacking profits in real estate: The influence of capital structure, liquidity, and external factors. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship (e-Journal)*, 18(1), 244–261.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *The American Economic Review*, 48(3), 261–297.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate income taxes and the cost of capital: a correction. *The American Economic Review*, 53(3), 433–443.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187–221.
- O'Brien, D. P. (1976). Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications. *The Economic Journal*, 86(343), 619–621. <https://doi.org/10.2307/2230819>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2012). *Related Party Transactions and Minority Shareholder Rights*. OECD Publishing.
- Saensuriwong, J., Saensuriwong, P., Chanpan, R., Nuengsittha, N., & Jantanon, J. (2023). Comparison of Relationship between Economic Value Added Affect the Stock price of Company listed on the Stock Exchange of Thailand: Case Study of Service Industry Group. *Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University*, 2(1), 31–40. [in Thai]
- Santioni, R., & Supino, I. (2018). *Internal capital markets in Italian business groups: Evidence from the financial crisis*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3128206>
- Santioni, R., & Supino, I. (2018). Internal capital markets in Italian business groups: evidence from the financial crisis. *Bank of Italy Occasional Paper*, 421, 3–35. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3128206>
- Saragih, J. R. (2021). Related party transactions: Review of the literature. *Sebelas Maret Business Review*, 6(2), 68–78.
- Shi, Q. (2023). How the capital structure affects the firm performance of real estate listed companies between 2010 to 2020 in China. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 7(1), 76–81.
- Stein, J. C. (1997). Internal capital markets and the competition for corporate resources. *The journal of finance*, 52(1), 111–133.
- Stewart, G. B. (1999). *The quest for value: A guide for senior managers*. Harper Business.

- Verschueren, I., & Deloof, M. (2006). How does intragroup financing affect leverage? Belgian evidence. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 21(1), 83-108. <https://doi.org/10.1177/0148558X0602100106>
- Williamson, O.E. (1975) Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. *A Study in the Economics of Internal Organization*. Free Press.
- Young, S. D., O'byrne, S. F., Young, D. S., Young, S., & O'Byrne Stephen. (2000). *EVA and value-based management*. McGraw-Hill Professional Publishing.

องค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่กลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรม

Components and Management Approaches for Sustainable Community-Level Food Tourism: From Local Wisdom to Culturally Competitive Strategies

ดร. รณภพ นพสุวรรณ

ผู้อำนวยการกลุ่มงานการตลาดและสื่อสารองค์กร

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

Dr. Ronnaphop Nopsuwan

Director of Marketing & Corporate Communications

Lecturer, Master of Business Administration Program, Southeast Bangkok University

E-mail: ronnaphop@southeast.ac.th

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 23 มีนาคม 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ

ครั้งที่ 1

: 21 พฤศจิกายน 2568

ครั้งที่ 2

: 3 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนที่เกื้อหนุนต่อความยั่งยืน (2) ศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น และ (3) เสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ด้านการแข่งขันเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ศึกษา การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 43 คน ใน 6 จังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ เพชรบุรี ภูเก็ต สงขลา ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และการรวบรวมเอกสารและบันทึกภาคสนาม จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006) โดยเน้นการสกัดประเด็นจากประสบการณ์และมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนสามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเด็นเชิงสาระสำคัญหลัก ได้แก่ (1) ความท้าทายด้านนโยบายและเศรษฐกิจ (2) การดำรงอัตลักษณ์อาหารและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น (3) ความร่วมมือในระดับท้องถิ่นและเครือข่าย และ (4) การจัดการทรัพยากรและการส่งเสริม เมื่อสังเคราะห์ภาพรวมพบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนที่ยั่งยืนตั้งอยู่บนการบูรณาการสามมิติสำคัญ คือ อัตลักษณ์และภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น การจัดการและความยั่งยืนในระดับชุมชน และการสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์และดิจิทัล ภายใต้การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย ผลการวิจัยจึงเสนอให้ใช้กรอบคิดดังกล่าวเป็นฐานในการออกแบบนโยบายและแนวปฏิบัติที่ช่วยดำรงมรดกทางวัฒนธรรมอาหาร เสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชน และยกระดับอาหารท้องถิ่นให้เป็นกลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรมในเวทีการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ความยั่งยืน ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This research aimed to (1) examine the components of community-level food tourism that support sustainability, (2) investigate management approaches for community-level food tourism grounded in local wisdom, and (3) propose strategic directions for enhancing cultural competitiveness in the study area. A qualitative research design was employed, involving 43 key informants across six provinces with high food-tourism potential: Phetchaburi, Phuket, Songkhla, Yala, Pattani, and Narathiwat. Data were collected through in-depth semi-structured interviews, document analysis, and field observations. Thematic analysis was conducted following Braun and Clarke's (2006) framework, emphasizing the extraction of themes from

the experiences and perspectives of community stakeholders. The findings reveal four major thematic components and management approaches that support the sustainability of community-level food tourism: (1) policy and economic challenges, (2) the preservation of local food identity and community pride, (3) local collaboration and network development, and (4) resource management and promotional strategies. Synthesizing these results indicates that sustainable food tourism at the community level rests on the integration of three key dimensions: local food identity and wisdom, community-based management and sustainability, and experiential and digital marketing communication. With the active engagement of multiple stakeholders, the study recommends using this integrated framework as a basis for designing policies and practical guidelines that preserve food-related cultural heritage, strengthen community economic resilience, and elevate local cuisine as a culturally competitive asset in both national and international tourism contexts.

Keywords: Food tourism, Sustainable Tourism, Community, Local Wisdom, Cultural Competitiveness

บทนำ

ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ได้พัฒนา จากกิจกรรมเสริมของการเดินทางไปสู่ “ยุทธศาสตร์หลัก” ในการสร้างความแตกต่างทางการตลาดของจุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะในประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารอย่างประเทศไทย อาหารมิได้เป็นเพียงปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต แต่ยังทำหน้าที่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และเรื่องราวของชุมชนอย่างลึกซึ้ง (Hur et al., 2017).

การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านอาหารจึงกลายเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมควบคู่กับการสร้างรายได้และเสริมความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก (Ellis et al., 2018; Sims, 2009) พื้นที่อย่างเพชรบูรณ์ เกษต์ สงขลา ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ถูกกล่าวถึงอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงนโยบายและงานวิจัยว่าเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพโดดเด่นด้านอาหารท้องถิ่นและวิถีชีวิตทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีกลไกชุมชนที่เข้มแข็ง สามารถพัฒนา “อาหาร” ให้กลายเป็นจุดขายเชิงวัฒนธรรมที่มีความหมายทั้งต่อคนในพื้นที่และต่อตลาดการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ (Richards, 2012; Tsai & Bui, 2020; Sidali et al, 2013).

ในเวทีวิชาการระดับสากล มีงานวิจัยจำนวนมากที่อธิบายบทบาทของอาหารในฐานะองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์ท่องเที่ยว ทั้งในมิติประสบการณ์ผู้บริโภค (Quan & Wang, 2004), เศรษฐกิจประสบการณ์ (Experience Economy) ที่ชี้ให้เห็นว่ามูลค่าของการท่องเที่ยวเกิดจาก “ประสบการณ์” มากกว่าสินค้า (Pine & Gilmore, 1999) รวมถึงบทบาทของอัตลักษณ์อาหารในการสร้างความผูกพันกับจุดหมายปลายทางและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Bramwell & Lane, 2011; Chen & Huang, 2021; Estrada et al., 2024) อย่างไรก็ตาม Mitchell et al. (1997). งานส่วนใหญ่ยังเน้นการวิเคราะห์ในระดับประเทศหรือภูมิภาค มากกว่าการลงลึกถึง “กลไกและแนวทางการจัดการ” ในระดับชุมชนที่ต้องเผชิญความหลากหลายด้านชาติพันธุ์ ศาสนา และทุนทางสังคม ในบริบทไทย แม้งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเพิ่มจำนวนขึ้น เช่น การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนในหลายจังหวัด (Bhoophala & Daengbuppha, 2022) แต่ส่วนใหญ่มุ่งบรรยายลักษณะเด่นของเมนูหรือกิจกรรมเป็นรายการ มากกว่าการสังเคราะห์องค์ประกอบและกลยุทธ์การจัดการที่นำไปใช้เชิงนโยบายและการแข่งขันในระยะยาว (Chi et al., 2024; Choe et al., 2017; Chung & Han, 2017)

จากช่องว่างดังกล่าว งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งวิเคราะห์องค์ประกอบและเสนอแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน ผ่านการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เทคโนโลยีดิจิทัล และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ การวิจัยดำเนินการใน 6 จังหวัดที่มีศักยภาพด้านอาหารท้องถิ่น โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 43 ราย พร้อมการวิเคราะห์เชิงประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006) เพื่อสกัด “องค์ประกอบเชิงโครงสร้าง” และ “กลไกการจัดการ” ที่เอื้อต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน ผลลัพธ์มีเป้าหมายเพื่อพัฒนารอบแนวคิดและข้อเสนอเชิงนโยบาย ที่สามารถยกระดับอาหารท้องถิ่นให้เป็นกลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ในระดับประเทศและนานาชาติ ตลอดจนเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้ด้าน Sustainable Food Tourism ในบริบทเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งเสริมความยั่งยืนในระดับชุมชน
2. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยี และความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ
3. เพื่อยกระดับอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นให้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวระดับพื้นที่

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้อาศัยการบูรณาการกรอบแนวคิดจาก 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) (2) แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) และ (3) แนวคิดอัตลักษณ์วัฒนธรรมร่วมกับการตลาดเชิงประสบการณ์ (Cultural Identity & Experiential Marketing) โดยทั้งสามกลุ่มแนวคิดมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการสกัดประเด็นคำถามวิจัย ตลอดจนเป็นฐานในการตีความผลการศึกษาที่มุ่งทำความเข้าใจองค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน

ประการแรก แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมองว่า “อาหาร” มิใช่เพียงสินค้าเพื่อการบริโภค แต่เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ (Quan & Wang, 2004; Sims, 2009) อาหารท้องถิ่นจึงทำหน้าที่เป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรมที่ช่วยให้ผู้มาเยือนทำความเข้าใจรากเหง้าและเรื่องราวของชุมชนได้ลึกซึ้งขึ้น (Sims, 2009; Nopsuwan et al., 2022). เน้นว่าอาหารพื้นถิ่นมีศักยภาพในการสร้างการรับรู้และความผูกพันกับจุดหมายปลายทาง ขณะที่ Apak and Gürbüz (2023) ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวสามารถส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว ทั้งในแง่เศรษฐกิจและการคงอยู่ของภูมิปัญญาอาหารของชุมชน (Chi et al., 2024)

ประการที่สอง แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับการผสมผสานมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกันอย่างสมดุล โดย Bramwell and Lane (2011) เน้นบทบาทของการมีส่วนร่วมของชุมชน และการจัดการทรัพยากรอย่างรอบคอบว่าเป็นเงื่อนไขสำคัญของความยั่งยืนในภาคการท่องเที่ยว งานของ Estrada et al. (2024) แสดงให้เห็นว่า “ความแท้” (authenticity) ของอาหารท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้จุดหมายปลายทางสามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับนักท่องเที่ยวได้ ในขณะที่ Hall and Gössling (2016) ชี้ว่าการเชื่อมโยงห่วงโซาอาหาร สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ช่วยเปิดมิติใหม่ให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารทำหน้าที่เป็นกลไกในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (Choe et al., 2017; Chung & Han, 2017)

ประการที่สาม แนวคิดอัตลักษณ์วัฒนธรรมและการตลาดเชิงประสบการณ์มุ่งอธิบายว่า มูลค่าของการท่องเที่ยวไม่เกิดจากตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจาก “ประสบการณ์” (Nopsuwan et al., 2022). และ “เรื่องราว” ที่นักท่องเที่ยวรับรู้ Pine and Gilmore (1999) เสนอแนวคิดเศรษฐกิจแห่งประสบการณ์ (Experience Economy) โดยชี้ว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องออกแบบประสบการณ์ที่สร้างความทรงจำและความหมายให้กับผู้บริโภค งานของ Chen and Huang (2021) แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมอาหารส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ โดยเฉพาะเมื่ออาหารถูกมองว่ามีลักษณะเฉพาะถิ่น และมีเรื่องราวที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ขณะที่ Richards (2012) และ Ellis et al. (2018) ได้เสนอว่า food tourism เป็นพื้นที่บรรจบระหว่างการบริโภคอาหาร การเรียนรู้วัฒนธรรม และการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง ซึ่งต้องพึ่งพาการสื่อสารการตลาดที่สามารถถ่ายทอดคุณค่าทั้งสามมิติได้อย่างสมดุล (Chung & Han, 2017)

เมื่อนำกรอบแนวคิดทั้งสามกลุ่มมาสังเคราะห์ร่วมกัน สามารถจัดหมวดหมู่มิติสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนได้อย่างน้อย 3 มิติ ได้แก่ (1) มิติอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งมองว่าอาหารท้องถิ่นเป็นทุนวัฒนธรรมที่ต้องได้รับการธำรงและถ่ายทอด (Quan & Wang, 2004; Sims, 2009; Richards, 2012) (2) มิติการจัดการและความยั่งยืน ที่เน้นกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน (Bramwell & Lane, 2011; Estrada et al., 2024; Hall & Gössling, 2016) และ (3) มิติการสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์และดิจิทัล ที่เน้นการใช้เรื่องราว ประสบการณ์ และสื่อออนไลน์ในการสื่อสารคุณค่าของอาหารท้องถิ่นไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ (Pine & Gilmore, 1999; Ellis et al., 2018; Chen & Huang, 2021) การผสมผสานทั้งสามมิติ เข้ากับกรอบคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Freeman, 2010) ทำให้เห็นได้ชัดว่า ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตั้งแต่ชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานรัฐ ไปจนถึงนักท่องเที่ยว

ในบริบทประเทศไทย งานวิจัยของ Bhoophala and Daengbuppha (2022) ที่ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนในหลายจังหวัด ชี้ให้เห็นว่าชุมชนไทยมีศักยภาพในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างหลากหลาย แต่ยังขาดการสังเคราะห์ในระดับกรอบแนวคิดเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงมิติด้านอัตลักษณ์ การจัดการความยั่งยืน และการตลาดเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ การวิจัยฉบับนี้จึงนำกรอบแนวคิดทั้งจากบริบทสากลและบริบทไทยมาบูรณาการเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อใช้วิเคราะห์องค์ประกอบและออกแบบแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน โดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลางและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากทบทวนวรรณกรรมการวิจัยครั้งนี้มองว่า “การท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนที่ยั่งยืน” และ “กลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่” เป็นผลลัพธ์ปลายทางที่เกิดจากการบูรณาการหลายมิติร่วมกัน โดยมีแกนกลางคือ การท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน ซึ่งเชื่อมโยงสามมิติสำคัญ ได้แก่ (1) มิติอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (2) มิติการจัดการและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน และ (3) มิติการสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์และดิจิทัลด้านอาหาร ทั้งสามมิติไม่ได้ทำงานแยกขาดจากกัน แต่เกี่ยวพันกันอย่างเป็นระบบภายใต้บริบทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่ายในพื้นที่ศึกษา

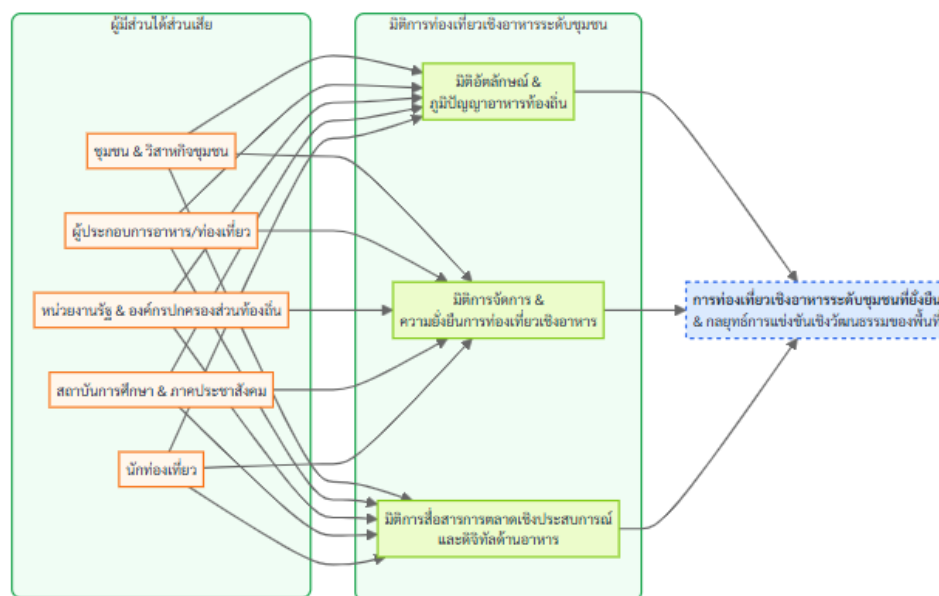
ในมิติแรก อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร อาหารท้องถิ่นถูกมองเป็นมากกว่าสิ่งบริโภค แต่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ และเรื่องราวของชุมชน (Quan & Wang, 2004; Sims, 2009; Richards, 2012) สูตรอาหาร วัตถุดิบ กระบวนการปรุง และพิธีกรรมหรือเรื่องราวที่โอบล้อมอาหารแต่ละจาน ล้วนทำให้ “อาหาร” กลายเป็นตัวแทนของตัวตนชุมชนที่มีความเฉพาะถิ่นและไม่สามารถลอกเลียนได้ง่าย มิติดังนี้จึงทำหน้าที่เป็นรากฐานของการสร้างความแตกต่างเชิงวัฒนธรรมในตลาดการท่องเที่ยว และเป็นฐานสำคัญของการสร้างแบรนด์พื้นที่ผ่านอาหาร

มิติที่สองคือ การจัดการและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน ซึ่งมุ่งเน้นกลไก วิธีการ และกติกาที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมดุลในระยะยาว ตามแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ผสมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน (Bramwell & Lane, 2011; Hall & Gössling, 2016; Estrada et al., 2024) การกำหนดบทบาทของชุมชน การจัดการทรัพยากรอาหารและสิ่งแวดล้อม การสร้างมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย การวางโครงสร้างการบริหารจัดการ และการเชื่อมโยงกับนโยบายรัฐและท้องถิ่น ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของมิตินี้ หากการจัดการไม่รัดกุม การท่องเที่ยวเชิงอาหารอาจนำไปสู่การใช้ทรัพยากรเชิงเกินขีด ความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ หรือการลดทอนความหมายดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นได้เช่นกัน

มิติที่สามคือ การสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์และดิจิทัลด้านอาหาร ซึ่งอธิบายว่ามูลค่าของการท่องเที่ยวไม่ได้เกิดจากสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากประสบการณ์ ความทรงจำ และความหมายที่นักท่องเที่ยวได้รับ (Pine & Gilmore, 1999; Ellis et al., 2018; Chen & Huang, 2021) การออกแบบกิจกรรมการกิน เช่น เส้นทางชิมอาหาร การเรียนทำอาหาร การเล่าเรื่องราวอาหารผ่านไกด์ท้องถิ่น รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัลในการบอกเล่าคุณค่าของอาหารท้องถิ่น (Nopsuwan et al., 2022) เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้และเชื่อมโยงอัตลักษณ์อาหารเข้ากับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ในวงกว้าง มิติดังนี้จึงทำหน้าที่แปล “ทุนทางวัฒนธรรม” ให้กลายเป็นประสบการณ์และภาพลักษณ์ที่จับต้องได้ในสายตานักท่องเที่ยว (Cardoso et al., 2020).

ทั้งสามมิติถูกนำด้วยกรอบการคิดเรื่อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งรวมถึงชุมชนและวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการด้านอาหารและการท่องเที่ยว หน่วยงานรัฐและท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม และนักท่องเที่ยวเอง (Freeman, 2010) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้มีบทบาททั้งในฐานะ “เจ้าของ” ทุนทางวัฒนธรรม ผู้กำหนดกติกาการจัดการ ผู้สร้างและสื่อสารประสบการณ์ รวมทั้งผู้ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การมีส่วนร่วมและการประสานความร่วมมือข้ามภาคส่วนจึงเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงทั้งสามมิติให้ทำงานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน (Pretty, 1995; Bramwell & Lane, 2011) เมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกันเสริมสร้างและจัดการทั้งสามมิติอย่างเป็นระบบ จะนำไปสู่ การท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนที่ยั่งยืน ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชน การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม การรักษาและถ่ายทอด อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง และการดูแลสุขภาพทรัพยากรอาหารและสิ่งแวดล้อมอย่างรับผิดชอบ พร้อมกันนั้นยังช่วยยกระดับภาพลักษณ์พื้นที่ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดการท่องเที่ยวระดับประเทศและนานาชาติ

ในฐานะจุดหมายปลายทางด้านอาหารที่มีความหมายและมีคุณค่า ไม่ใช่เพียงจุดแวะชิมอาหารชั่วคราวเท่านั้น (Richards, 2012; Estrada et al., 2024; Bhoophala & Daengbuppha, 2022) กรอบแนวคิดดังกล่าวจึงถูกใช้เป็นเลนส์ในการออกแบบเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประเด็นเชิงสาระสำคัญหลัก และการตีความผลการวิจัยในครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (ชุมชนและวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการด้านอาหารและการท่องเที่ยว หน่วยงานรัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม และนักท่องเที่ยว) กับสามมิติสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน ได้แก่ มิติอัตลักษณ์และภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น มิติการจัดการและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และมิติการสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์และดิจิทัลด้านอาหาร ซึ่งร่วมกันส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนที่ยั่งยืนและกลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับองค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน โดยให้ความสำคัญกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ ผ่านการเก็บข้อมูลภาคสนามและการวิเคราะห์เชิงตีความอย่างเป็นระบบพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย 6 จังหวัด ได้แก่ เพชรบุรี ภูเก็ต สงขลา ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ซึ่งได้รับการคัดเลือกแบบมีเหตุผล โดยพิจารณาจาก (1) ศักยภาพด้านอัตลักษณ์อาหารและวิถีชีวิตท้องถิ่นที่โดดเด่น (2) การถูกกล่าวถึงในเชิงนโยบายและงานวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ (3) การมีกลไกชุมชนและเครือข่ายผู้ประกอบการที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง พื้นที่ทั้งหกสะท้อนความหลากหลายของทุนทางวัฒนธรรมและบริบททางสังคม ซึ่งเหมาะสมต่อการศึกษากลไกและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างลึกซึ้งในระดับชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลและการคัดเลือก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 43 คน ได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่

1. มีบทบาทหรือประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่อย่างน้อย 3 ปี ไม่ว่าจะเป็นในฐานะผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ หรือนักวิชาการด้านวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยว
2. พำนักอยู่หรือทำงานในพื้นที่ศึกษาไม่น้อยกว่า 10 ปี เพื่อให้สามารถสะท้อนมุมมองที่เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างลึกซึ้ง
3. เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับในชุมชนหรือเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในฐานะผู้มีความรู้และมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านอาหารและการท่องเที่ยว

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 43 คนเกิดจากการเก็บข้อมูลต่อเนื่องจนเข้าสู่จุดที่ข้อมูลมีลักษณะอิ่มตัว (data saturation) กล่าวคือ มีการพบประเด็นและแบบแผนร่วมกันซ้ำในหลากหลายกลุ่มผู้ให้ข้อมูล และไม่มีประเด็นใหม่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญปรากฏเพิ่มเติม ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลครอบคลุมตัวแทนจากหลายภาคส่วน ได้แก่ ผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐ/ท้องถิ่น และนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured In-depth Interview) ซึ่งออกแบบจากกรอบแนวคิดของการวิจัยในสามมิติสำคัญ คือ (1) อัตลักษณ์และภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น (2) การจัดการและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน และ (3) การสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์ และดิจิทัลด้านอาหาร แนวคำถามสัมภาษณ์ได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน จากสาขาการท่องเที่ยว วัฒนธรรมท้องถิ่น และการวิจัยเชิงคุณภาพ จากนั้นได้มีการปรับถ้อยคำและลำดับคำถามให้เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของแต่ละจังหวัด เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล และเอื้อต่อการสนทนาเชิงลึก

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามดำเนินการในช่วงระยะเวลาประมาณ 3 เดือน โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ทั้ง 6 จังหวัดเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกแบบพบหน้า (face-to-face in-depth interview) เป็นหลัก ในบางกรณีที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการสัมภาษณ์เพิ่มเติม การสัมภาษณ์แต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 60–90 นาที ภายใต้ความยินยอมของผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกเสียง ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์ มีการจดบันทึกภาคสนาม (field notes) เพื่อบันทึกบรรยากาศ ระดับปฏิสัมพันธ์ และบริบทแวดล้อม ตลอดจนการเก็บรวบรวมเอกสารประกอบ เช่น แผนยุทธศาสตร์ท้องถิ่น เอกสารนโยบายด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เอกสารโครงการส่งเสริมอาหารท้องถิ่น และสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์และเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเสียงสัมภาษณ์ถูกถอดความอย่างละเอียด จากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแบบอุปนัย (Inductive Content/Thematic Analysis) ตามแนวทางการวิเคราะห์เชิงประเด็นเชิงสาระสำคัญของ Braun and Clarke (2006) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ได้แก่

1. การอ่านทวนข้อมูลซ้ำหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจกับความคุ้นเคยกับเนื้อหาโดยรวม
2. การให้รหัสเริ่มต้น (initial coding) กับข้อความที่เกี่ยวข้องกับคำถามวิจัย
3. การจัดกลุ่มรหัสที่มีความใกล้เคียงกันเป็นประเด็นย่อย
4. การสังเคราะห์ประเด็นย่อยไปสู่การสร้างประเด็นเชิงสาระสำคัญหลัก (themes) ที่สะท้อนองค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน

5. การทบทวน ปรับโครงสร้าง และนิยามชื่อประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักให้มีความชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อน และสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยวิธีการอ่านและให้รหัสด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้วิจัยมีโอกาสใกล้ชิดกับข้อมูลและบริบทของผู้ให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ พร้อมทั้งสามารถเชื่อมโยงประเด็นที่เกิดขึ้นจากการสัมภาษณ์ในแต่ละพื้นที่เข้าด้วยกันอย่างรอบด้าน (Braun & Clarke, 2006)

การตรวจสอบคุณภาพข้อมูลและจริยธรรมการวิจัย เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย งานวิจัยนี้ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลกลุ่มต่าง ๆ เอกสารประกอบ และบันทึกภาคสนาม รวมทั้งดำเนินการตรวจสอบข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลบางราย (member checking) โดยสรุปสาระสำคัญและประเด็นตีความส่งกลับให้ตรวจสอบความถูกต้องของความหมาย นอกจากนี้ ยังมีการหารือร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิจัยที่เกี่ยวข้องในลักษณะการวิพากษ์ (peer debriefing) เพื่อสะท้อนกลับและลดอคติของผู้วิจัยในการตีความข้อมูล

การดำเนินการวิจัยเป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้ให้ข้อมูลได้รับการชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการวิจัย และสิทธิในการปฏิเสธหรือลงจากการเข้าร่วมได้ตลอดเวลาโดยไม่เกิดผลกระทบใด ๆ ต่อสถานภาพของตน ก่อนการเก็บข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลทุกคนได้แสดงความยินยอมอย่างชัดเจน (informed consent) และข้อมูลส่วนบุคคลได้รับการปกปิดโดยใช้รหัสแทนชื่อ รวมถึงการจัดเก็บไฟล์ข้อมูลในรูปแบบที่จำกัดสิทธิการเข้าถึง เพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลอย่างเหมาะสม

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 43 รายจาก 6 จังหวัดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม พบว่า องค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน สามารถจัดกลุ่มออกเป็น 4 ประเด็นเชิงสาระสำคัญหลัก ที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ได้แก่

1. ความท้าทายด้านนโยบายและเศรษฐกิจ
2. การธำรงอัตลักษณ์อาหารและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น
3. ความร่วมมือในระดับท้องถิ่นและเครือข่าย
4. การจัดการทรัพยากรและการส่งเสริมคุณภาพ

ประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักทั้งสี่ไม่เพียงสะท้อนปัจจัยหนุนและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเท่านั้น แต่ยังชี้ให้เห็น กลไกการจัดการที่ชุมชนและภาคีต่าง ๆ ใช้ในการขับเคลื่อนความยั่งยืนในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ เชิงพื้นที่ไปพร้อมกัน

1. ความท้าทายด้านนโยบายและเศรษฐกิจ

ผลการศึกษาในประเด็นเชิงสาระสำคัญแรกชี้ให้เห็นว่า การพัฒนา food tourism อย่างยั่งยืนในระดับชุมชนยังเผชิญ **ข้อจำกัดจากนโยบายและบริบททางเศรษฐกิจ** อย่างชัดเจน ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากสะท้อนว่า แม้ระดับชาติมียุทธศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาอาหารท้องถิ่น แต่เมื่อมาถึงระดับพื้นที่กลับพบช่องว่างในด้านการประสานงาน การสนับสนุน ระยะยาว และความต่อเนื่องของโครงการ โดยเฉพาะประเด็นงบประมาณและการส่งเสริมที่มักมาในลักษณะ “ครั้งคราว” มากกว่ากรอบยุทธศาสตร์ระยะยาว

ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งจากกลุ่มผู้นำในพื้นที่กล่าวอย่างชัดเจนว่า

“ยุทธศาสตร์ชาติมีความสำคัญก็จริง แต่ถ้าไม่มีการร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่จริง ๆ มันไปไม่ถึงความยั่งยืนหรอกครับ”

ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 9, สัมภาษณ์เมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2567

ข้อความนี้สะท้อนมุมมองว่าการมีอยู่ของยุทธศาสตร์ระดับบนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากไม่ถูกแปลง ให้เป็นมาตรการและกลไกสนับสนุนที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน เช่น การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในห่วงโซ่อุปทาน การเข้าถึงแหล่งทุนที่เหมาะสม การจัดการฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผันผวน และการออกแบบมาตรการรองรับภาวะเศรษฐกิจ ที่ไม่แน่นอน ผู้ให้ข้อมูลหลายรายจึงเสนอให้องค์กรภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้สนับสนุน โครงการระยะสั้น” ไปสู่ “หุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์” ของชุมชน ผ่านการร่วมวางแผนระยะยาว การสนับสนุนงบประมาณ ต่อเนื่อง การสร้างกลไกความร่วมมือข้ามหน่วยงาน และการออกแบบนโยบายที่เอื้อต่อการต่อยอดอาหารท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในระยะยาว

2. การธำรงอัตลักษณ์อาหารและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น

ประเด็นเชิงสาระสำคัญที่สองสะท้อนว่า สำหรับคนในพื้นที่ อาหารท้องถิ่นมิใช่เพียงเมนูเพื่อจำหน่าย แต่เป็น “มรดก วัฒนธรรมที่มีชีวิต” ซึ่งฝังอยู่ในวิถีชีวิต ความเชื่อ และความทรงจำของชุมชน ผู้ให้ข้อมูลทั้งกลุ่มแม่ครัวดั้งเดิม ปราชญ์ชาวบ้าน และผู้นำชุมชนย้ำไปในทิศทางเดียวกันว่า สูตรอาหาร วัตถุดิบ กระบวนการปรุง และพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกิน ล้วนถูกมองว่า เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ที่ต้องธำรงให้คงอยู่

ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวอย่างสะท้อนใจว่า

“ของกินบ้านเรา มันไม่ใช่แค่อาหารนะ มันคือเรื่องราวของบรรพบุรุษเรา... ถ้าเปลี่ยนรลไปมาก คนรุ่นใหม่ก็จะลืมรากเหง้า”

ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 14, สัมภาษณ์เมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2567

คำให้สัมภาษณ์นี้แสดงให้เห็นว่า การสร้างเมนูเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไม่ใช่เรื่องที่ชุมชนปฏิเสธ หากแต่การ “ปรับ” ต้องไม่ทำลาย “ตัวตน” ของอาหารท้องถิ่นจนขาดความเชื่อมโยงกับรากเหง้าเดิม ผู้ให้ข้อมูลหลายรายกล่าวถึงความจำเป็น ของการถ่ายทอดองค์ความรู้ข้ามรุ่น การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับภูมิประเทศและภูมิสังคมของพื้นที่ และการจัดกิจกรรมที่ ทำให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้ที่มาของเมนูต่าง ๆ ความสมดุลระหว่าง “การคงไว้” กับ “การตีความใหม่อย่างสร้างสรรค์” จึงกลายเป็น หัวใจสำคัญของประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักนี้ ในมุมมองของชุมชน การพัฒนาเมนูหรือรูปแบบการนำเสนอเพื่อให้ตอบโจทย์ สุขภาพและรสนิยมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่สามารถทำได้ แต่ต้องอยู่บนฐานของการเคารพสูตรดั้งเดิมและการมีส่วนร่วมตัดสินใจ ของผู้ถือครองภูมิปัญญาในชุมชน ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงที่ถูกกำหนดจากภายนอกฝ่ายเดียว

3. ความร่วมมือในระดับท้องถิ่นและเครือข่าย

ประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักที่สามเน้นให้เห็นว่า ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนไม่อาจเกิดขึ้นได้จากการทำงานของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หากแต่ต้องอาศัยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในพื้นที่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การสืบสานภูมิปัญญาอาหารและการพัฒนา food tourism ถูกมองเป็น “ภารกิจร่วมของชุมชน”

ผลการวิเคราะห์ทำให้สามารถจำแนก “การมีส่วนร่วม” ออกเป็นอย่างน้อย 3 ระดับ คือ

1. ระดับแนวคิดและนโยบาย – ผู้นำชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาอาหารเพื่อการท่องเที่ยวผ่านเวทีประชาคมและกระบวนการวางแผนท้องถิ่น
2. ระดับปฏิบัติการ – กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันจัดกิจกรรม เช่น เทศกาลอาหาร เส้นทางชิมอาหาร หรือกิจกรรมเล่าที่มาของวัตถุดิบ
3. ระดับเครือข่าย – การเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัด ภาคเอกชน และผู้มีอิทธิพลทางสื่อ (influencers) เพื่อขยายการรับรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นสู่ระดับที่กว้างขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งได้สรุปแก่นคิดของความร่วมมือไว้ว่า

“ถ้าจะทำให้ของดีบ้านเรามีคุณค่า คนในบ้านต้องเชื่อก่อน แล้วค่อยเอาออกไปบอกโลกข้างนอก”

ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 17, สัมภาษณ์เมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2567

คำกล่าวนี้นสะท้อนว่า ความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่เป็นจุดตั้งต้นของการสร้างเครือข่าย หากคนในชุมชนยังไม่เห็นคุณค่าของอาหารตนเอง การสื่อสารออกสู่ภายนอกก็ยากจะสร้างความหมายที่แท้จริง ข้อมูลยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อการมีส่วนร่วมมีลักษณะต่อเนื่อง ยืดหยุ่น และตั้งอยู่บนความไว้วางใจระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ชุมชนจะมีความสามารถในการพึ่งพาตนเองสูงขึ้น ลดการพึ่งพางบประมาณจากภายนอก และสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของบริบทการท่องเที่ยวได้ดีขึ้นในระยะยาว

4. การจัดการทรัพยากรและการส่งเสริมคุณภาพ

ประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักที่สี่มุ่งเน้นประเด็น การจัดการทรัพยากรอาหาร คุณภาพสินค้า และการสื่อสารอัตลักษณ์ในเชิงกลยุทธ์ ชุมชนในพื้นที่ศึกษาล้วนให้ความสำคัญกับการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลและวัตถุดิบท้องถิ่นที่สามารถตรวจสอบที่มาได้ เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยและความสดใหม่ ควบคู่ไปกับการรักษาสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนกับการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ในมุมมองของผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ การยกระดับมาตรฐานคุณภาพครอบคลุมทั้ง กระบวนการผลิตและการนำเสนอ ตั้งแต่การจัดการครัวและสุขอนามัย การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและเมนู การจัดทำข้อมูลโภชนาการพื้นฐาน ไปจนถึงการออกแบบพื้นที่ร้านและประสบการณ์การกินที่สะอาด ปลอดภัย และสะท้อนวัฒนธรรมในเวลาเดียวกัน

ขณะเดียวกัน นักวิชาการด้านการตลาดและการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาเน้นย้ำถึงบทบาทของ เครื่องมือดิจิทัล และการเล่าเรื่อง (storytelling) ผ่านช่องทางออนไลน์ การใช้สื่อสังคม การผลิตคอนเทนต์ที่เล่าเรื่องที่มาจากเมนู วัตถุดิบ และวิถีชีวิตของผู้คน รวมถึงการใช้บุคคลสาธารณะหรือเซฟชื่อดังเป็นตัวกลางในการสื่อสารอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นสู่เวทีที่กว้างขึ้น การผสมผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมกับนวัตกรรม เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนวัฒนธรรม หรือการใช้ QR Code ให้ข้อมูลเรื่องราวของอาหาร กำลังกลายเป็นแนวทางที่หลายชุมชนเลือกใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ในอีกด้านหนึ่ง นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติซึ่งทำหน้าที่เป็น “ผู้ใช้ปลายทาง” ให้ความสำคัญกับ ความเข้าถึงง่าย ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และโอกาสในการมีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นการได้รับข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับร้านอาหารและเมนู การได้ลองทำอาหาร การเข้าร่วมเวิร์กช็อป หรือการรีวิวและแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่ได้มองการกินอาหารท้องถิ่นเป็นเพียงกิจกรรมบริโภค แต่เป็นโอกาสในการ “เรียนรู้รากเหง้า” ของพื้นที่ผ่านรสชาติ เรื่องเล่า และปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน

จากองค์ประกอบทั้งหมดนี้ จะเห็นได้ว่า การจัดการทรัพยากรและการส่งเสริมคุณภาพ มิได้จำกัดอยู่เพียงการควบคุมมาตรฐานอาหาร แต่ยังครอบคลุมถึงการออกแบบประสบการณ์การกินที่เชื่อมโยงวัตถุดิบ เรื่องเล่า วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวเข้าไว้ด้วยกันอย่างเป็นระบบ จนกลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันเชิงวัฒนธรรมในระยะยาว

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนมิได้เป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มุ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่เป็น “พื้นที่เชื่อมโยง” ระหว่างอัตลักษณ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระบวนการจัดการทรัพยากรในระดับชุมชน ภายใต้เงื่อนไขเชิงโครงสร้างด้านนโยบายและเศรษฐกิจที่ซับซ้อน ผลการวิจัยทั้ง 4 ประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักจึงควรถูกทำความเข้าใจภายใต้กรอบคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการตลาดเชิงประสบการณ์ ซึ่งช่วยให้เห็นพลวัตและความท้าทายที่ชุมชนในพื้นที่ศึกษาต้องเผชิญในกระบวนการยกระดับอาหารท้องถิ่นไปสู่กลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรม

ประการแรก ในมิติของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผลการวิจัยตอกย้ำข้อค้นพบในต่างประเทศที่มองว่าอาหารท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์ท่องเที่ยวและเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ (Quan & Wang, 2004; Sims, 2009; Richards, 2012) ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลในหลายจังหวัดชี้ชัดว่า สำหรับคนในชุมชน อาหารแต่ละจานไม่ได้มีความหมายจำกัดอยู่ที่รสชาติหรือมูลค่าทางการค้า แต่ผูกโยงกับเรื่องเล่า วิถีชีวิต ความเชื่อ และความทรงจำของบรรพบุรุษอย่างลึกซึ้ง การธำรงสูตรดั้งเดิม วัตถุดิบพื้นถิ่น และพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกินจึงถูกมองว่าเป็นการรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ สอดคล้องกับมุมมองของ Sims (2009) ที่เสนอว่าอาหารพื้นถิ่นมีบทบาทในการสร้างความผูกพันกับจุดหมายปลายทาง และเป็น “สื่อกลาง” ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนมากกว่าจะเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยครั้งนี้ได้ขยายความเข้าใจเรื่องอัตลักษณ์อาหารให้ลึกไปกว่างานวิจัยเดิมบางส่วน โดยเฉพาะในบริบทพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางศาสนาและชาติพันธุ์สูง เช่น พื้นที่ภาคใต้ การรักษาสสูตรเดิมไม่ได้เป็นเพียงการอนุรักษ์รสชาติ หากยังสัมพันธ์กับข้อกำหนดทางศาสนาและความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ชุมชนต้องเผชิญ “ความตึงเครียดเชิงวัฒนธรรม” ระหว่างการคงไว้ซึ่งความแท้ (authenticity) กับการปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวร่วมสมัย ตามแนวทางของ Cardoso et al. (2020) แนวโน้มเช่นนี้ทำให้เห็นว่าการคิดด้าน authenticity ในงานวิจัยต่างประเทศ เมื่อถูกนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทชุมชนไทย อาจต้องพิจารณาพร้อมกับประเด็นความยุติธรรมทางวัฒนธรรมและอำนาจการนิยามตัวตนของชุมชนเอง มากกว่าการมองความแท้ในฐานะคุณสมบัติคงที่ของสินค้าอาหารเพียงอย่างเดียว

ประการที่สอง ในมิติของความยั่งยืน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความท้าทายด้านนโยบายและเศรษฐกิจที่ปรากฏในประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักแรกทำหน้าที่เป็น “กรอบโครงสร้าง” ที่ชุมชนต้องทำงานภายในนั้น แม้งานของ Bramwell and Lane (2011) และ Hall and Gössling (2016) จะเน้นความสำคัญของการวางแผนและการจัดการทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วม แต่ในบริบทพื้นที่ศึกษา กลับพบว่าการมีอยู่ของยุทธศาสตร์ระดับชาติหรือแผนระดับจังหวัดไม่ได้รับประกันว่าชุมชนจะได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ช่องว่างระหว่างเอกสารเชิงนโยบายกับกลไกเชิงปฏิบัติในพื้นที่ ทำให้ชุมชนจำนวนมากต้องพัฒนา “กลยุทธ์การพึ่งพาตนเอง” และเครือข่ายความร่วมมือของท้องถิ่นขึ้นมา เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังสามารถดำเนินต่อไปได้ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน

การค้นพบนี้จึงสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแง่ที่ว่าความยั่งยืนไม่ใช่ผลลัพธ์เชิงเทคนิคจากการจัดการทรัพยากรเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถของชุมชนในการจัดการกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและเงื่อนไขเชิงนโยบายที่ตนเองไม่สามารถกำหนดได้โดยตรง (Bramwell & Lane, 2011) ในเวลาเดียวกัน ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าชุมชนที่สามารถสร้างกลไกภายใน เช่น วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการ และเวทีตัดสินใจร่วม มีแนวโน้มจะปรับตัวได้ดีกว่าและมีอำนาจต่อรองสูงกว่าในการเจรจากับหน่วยงานรัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นข้อสังเกตที่ช่วยเสริมมิติด้านการเมืองของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ยังไม่ถูกเน้นมากนักในงานวิจัยก่อนหน้านี้

ประการที่สาม ในมิติของความร่วมมือและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิจัยสนับสนุนแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มองว่าความยั่งยืนเกิดจากความสามารถในการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ มากกว่าการดำเนินการโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (Freeman, 2010) ประเด็นเชิงสาระสำคัญหลักเรื่อง “ความร่วมมือในระดับท้องถิ่นและเครือข่าย” แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ยั่งยืนต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของชุมชน ผู้ประกอบการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐระดับจังหวัด สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม และนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งทำหน้าที่แตกต่างกันไปในกระบวนการกำหนดทิศทาง ออกแบบกิจกรรม และสร้างการรับรู้ในระดับกว้าง

ในมุมมองของชุมชน ความร่วมมือที่แท้จริงจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อคนในพื้นที่ “เชื่อในคุณค่าของอาหารของตนเอง” ก่อนแล้วจึงเชิญภาคีอื่น ๆ เข้ามาเสริมพลัง ข้อนี้สอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมเชิงคุณภาพที่ Pretty (1995) เสนอว่า การมีส่วนร่วมที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริงต้องเกิดจากการที่ชุมชนมีอำนาจในการนิยามปัญหาและแนวทางพัฒนาด้วยตนเอง ไม่ใช่เพียงการเข้าร่วมกิจกรรมตามกรอบที่ผู้อื่นกำหนด ผลการวิจัยจึงชี้ให้เห็นว่า การสร้างเครือข่ายกับภายนอกจะมีความหมายต่อความยั่งยืนก็ต่อเมื่อ “การนิยามคุณค่าของอาหารและการท่องเที่ยว” ยังคงอยู่ในมือของชุมชนเป็นหลัก ไม่ถูกผูกขาดโดยผู้เล่นภายนอกที่มีอำนาจมากกว่า

ประการที่สี่ ในมิติของการตลาดเชิงประสบการณ์และดิจิทัล ผลการวิจัยสนับสนุนข้อเสนอของ Pine and Gilmore (1999) และ Ellis et al. (2018) ที่มองว่ามูลค่าของการท่องเที่ยวเกิดจากประสบการณ์และเรื่องเล่ามากกว่าสินค้าเพียงอย่างเดียว การที่ชุมชนและผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการออกแบบเส้นทางชิมอาหาร กิจกรรมเรียนทำอาหาร และการเล่าเรื่องที่มาจากเมนูและวัตถุดิบ แสดงให้เห็นว่าพวกเขาเริ่มนำแนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์มาใช้โดยสัญชาตญาณ แม้จะไม่ได้ใช้ศัพท์เชิงทฤษฎีก็ตาม นอกจากนี้ การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารท้องถิ่น และการเปิดพื้นที่ให้ “เสียงของนักท่องเที่ยว” ผ่านการรีวิวและการแบ่งปันประสบการณ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ก็สอดคล้องกับแนวโน้มล่าสุดของงานวิจัยด้าน food tourism ที่เห็นว่าสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของจุดหมายปลายทาง (Chen & Huang, 2021)

อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยยังสะท้อนข้อจำกัดและความเสี่ยงของการพึ่งพาเครื่องมือดิจิทัลในบริบทที่โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและสมรรถนะดิจิทัลของชุมชนยังไม่เท่าเทียมกันทั้งหมด ชุมชนที่มีทรัพยากรจำกัดอาจต้องพึ่งพาบุคคลหรือองค์กรภายนอกในการผลิตสื่อและจัดการแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งอาจนำไปสู่การสูญเสียอำนาจในการควบคุมการเล่าเรื่องเกี่ยวกับอาหารและวัฒนธรรมของตนเอง ผลการวิจัยในจุดนี้จึงเป็นคำเตือนเชิงนโยบายว่า การส่งเสริมการตลาดดิจิทัลด้านอาหารและการท่องเที่ยวในระดับชุมชนจำเป็นต้องควบคู่กับการพัฒนา “ศักยภาพของคนในพื้นที่” เพื่อไม่ให้การเล่าเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมถูกกลืนไปด้วยมุมมองเชิงพาณิชย์จากภายนอกเพียงด้านเดียว

โดยสรุป อภิปรายผลจากการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนที่มุ่งสู่ความยั่งยืนจำเป็นต้องถูกมองในฐานะ “ระบบ” ที่ประกอบด้วยมิติด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรม กลไกการจัดการเชิงชุมชน การตลาดเชิงประสบการณ์ และกรอบโครงสร้างด้านนโยบายและเศรษฐกิจที่เฝ้าล้อมอยู่ ผลการวิจัยไม่เพียงสนับสนุนงานวิจัยเดิมในด้านบทบาทของอาหารท้องถิ่นต่อประสบการณ์และภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง แต่ยังขยายความเข้าใจในประเด็นความตึงเครียดเชิงวัฒนธรรม บทบาทการพึ่งพาตนเองของชุมชนภายใต้ช่องว่างเชิงนโยบาย และการเมืองของการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัลในบริบทประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความซับซ้อนทางศาสนาและชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นบริบทที่ยังได้รับความสนใจไม่มากนักในเวทีวิจัยนานาชาติด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนที่เกื้อหนุนต่อความยั่งยืน (2) ศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และ (3) เสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ด้านการแข่งขันเชิงวัฒนธรรมในบริบทพื้นที่ศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 43 ราย ใน 6 จังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าผลการวิจัยสามารถสังเคราะห์ออกมาเป็นกรอบคิดเชิงองค์ประกอบและกลไกการจัดการที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ และสะท้อนบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วนของชุมชน

ประการแรก ในเชิงบริบท พบว่า ความท้าทายด้านนโยบายและเศรษฐกิจ เป็นกรอบเงื่อนไขสำคัญที่กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน แม้จะมีแผนยุทธศาสตร์และนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่นในระดับชาติและระดับจังหวัด แต่ในทางปฏิบัติยังมีช่องว่างด้านการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง การประสานงานระหว่างหน่วยงานและการเข้าถึงทรัพยากรของผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างไรก็ตาม ชุมชนไม่ได้อยู่ในสถานะเพียง “ผู้รับนโยบาย” หากแต่เริ่มพัฒนาบทบาทในฐานะ “หุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์” ที่พยายามต่อรองและร่วมออกแบบแนวทางพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทของตนเอง ซึ่งมีผลต่อการขับเคลื่อนความยั่งยืนในระยะยาว

ประการที่สอง ในระดับเนื้อหา พบว่า อัตลักษณ์และภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น เป็นแกนกลางของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน อาหารไม่ได้ทำหน้าที่เพียงตอบสนองการบริโภค แต่เป็นตัวแทนมรดกทางวัฒนธรรม เรื่องเล่า และความทรงจำ

ของชุมชน การธำรงสูตรดั้งเดิม วัตถุดิบพื้นถิ่น วิธีการปรุง และพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกิน จึงถูกมองว่าเป็นการรักษาการกึ่งทางวัฒนธรรมควบคู่กับการสร้างความแตกต่างในเชิงการตลาด ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่ได้มาจากการ “หยุดนิ่ง” หากแต่มาจากความสามารถของชุมชนในการหาจุดสมดุลระหว่างการคงไว้ซึ่งตัวตนทางวัฒนธรรมกับการปรับตัวเชิงสร้างสรรค์ให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวและสังคมร่วมสมัย

ประการที่สาม ในระดับกระบวนการ พบว่า ความร่วมมือในระดับท้องถิ่นและเครือข่าย มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบและจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมเกิดขึ้นทั้งในระดับการกำหนดแนวคิดและนโยบาย การดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ และการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐระดับจังหวัด ภาคเอกชน และผู้มีอิทธิพลทางสื่อ ความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่ต่ออาหารของตนเองเป็นจุดตั้งต้นของการสร้างความร่วมมือดังกล่าว และเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ชุมชนสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานของคุณค่าที่กำหนดโดยคนในพื้นที่เองมากกว่าจะถูกกำหนดจากภายนอกฝ่ายเดียว

ประการที่สี่ ในระดับการจัดการ พบว่า การจัดการทรัพยากรและการส่งเสริมคุณภาพ เป็นกลไกเชื่อมระหว่างมิติด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ชุมชนและผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลและวัตถุดิบท้องถิ่นที่ตรวจสอบได้ การยกระดับมาตรฐานสุขอนามัยและคุณภาพอาหาร การให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่มาของวัตถุดิบและคุณค่าทางโภชนาการ ตลอดจนการออกแบบประสบการณ์การกินที่ผสมผสานเรื่องเล่าและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การใช้สื่อดิจิทัลและการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ช่วยเพิ่มการรับรู้และความน่าเชื่อถือของอาหารท้องถิ่นในสายตานักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ ทำให้การจัดการคุณภาพไม่จำกัดอยู่เพียง “หลังครัว” แต่กลายเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่

เมื่อสังเคราะห์ผลการวิจัยทั้งหมดเข้าด้วยกัน สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน ในพื้นที่ศึกษา ตั้งอยู่บนการบูรณาการสามมิติหลัก ได้แก่ (1) มิติอัตลักษณ์และภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น (2) มิติการจัดการและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระดับชุมชน และ (3) มิติการสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์และดิจิทัล ซึ่งทั้งหมดถูกหล่อหลอมและขับเคลื่อนโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่มร่วมกัน ผลลัพธ์ของการบูรณาการนี้ไม่เพียงนำไปสู่การธำรงมรดกทางวัฒนธรรมอาหารและการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน แต่ยังช่วยยกระดับอาหารท้องถิ่นให้กลายเป็นกลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรมที่สามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงของตลาดการท่องเที่ยวในระดับชาติและนานาชาติได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยที่สะท้อนบทบาทของชุมชน ผู้ประกอบการ และเครือข่ายท้องถิ่น สามารถเสนอข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติในระดับพื้นที่ได้ดังนี้

1. การพัฒนา “ชุดความรู้และกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ” ควรมีการรวบรวมสูตรอาหารดั้งเดิม เรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับเมนู วัตถุดิบ กระบวนการปรุง และพิธีกรรมที่เชื่อมโยงกับการกิน ให้อยู่ในรูปแบบชุดความรู้ที่ชุมชนบริหารจัดการเองได้ เช่น คู่มือชุมชน วิดีทัศน์สั้น หรือกิจกรรมเวิร์กช็อปสำหรับเยาวชนในพื้นที่ เพื่อให้การสืบทอดภูมิปัญญาไม่ขึ้นกับบุคคลเพียงไม่กี่คน ลดความเสี่ยงจากการสูญหายขององค์ความรู้ และในขณะเดียวกันสามารถใช้เป็นเนื้อหาสำหรับออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้โดยตรง

2. การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐาน “การมีส่วนร่วมของชุมชน” ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรร่วมกันออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เช่น เส้นทางชิมอาหารที่เชื่อมโยงหลายครัวเรือน การเรียนทำอาหารกับแม่ครัวท้องถิ่น การเยี่ยมชมแหล่งวัตถุดิบ หรือกิจกรรมเล่าเรื่องราวของเมนูและประวัติชุมชน เพื่อให้การบริโภคอาหารเชื่อมโยงกับการเรียนรู้วิถีชีวิตและความหมายทางวัฒนธรรม เพิ่มมูลค่าทั้งทางเศรษฐกิจและทางสังคมในเวลาเดียวกัน

3. การยกระดับมาตรฐานคุณภาพและสุขอนามัยควบคู่กับการสื่อสารเรื่องราวอาหารชุมชนและผู้ประกอบการควรร่วมกันกำหนดมาตรฐานพื้นฐานด้านความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร การจัดการครัวและพื้นที่ให้บริการ การดูแลภาชนะและกระบวนการเสิร์ฟ รวมถึงการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับส่วนผสมและที่มาของวัตถุดิบ ควบคู่กับการเล่าเรื่องราว

เมนูในมุมมองทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความแตกต่างในสายตานักท่องเที่ยว โดยอาจจัดเป็น “เกณฑ์คุณภาพของชุมชน” ที่ร่วมกันและทบทวนเป็นระยะ

4. การใช้สื่อดิจิทัลและการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ที่มีความมีการพัฒนาทักษะด้านสื่อดิจิทัลขั้นพื้นฐานให้กับแกนนำชุมชนและผู้ประกอบการ เช่น การจัดการหน้าเพจ การถ่ายภาพอาหาร การเขียนคำบรรยายเรื่องราวสั้น ๆ และการใช้รหัส QR เพื่อเชื่อมโยงไปยังข้อมูลเพิ่มเติม ทั้งนี้ควรคัดเลือกช่องทางและรูปแบบสื่อที่สอดคล้องกับทรัพยากรและบริบทของแต่ละชุมชน หลีกเลี่ยงการพึ่งพาบุคคลภายนอกมากเกินไป เพื่อให้การเล่าเรื่องเกี่ยวกับอาหารและวัฒนธรรมยังคงอยู่ในมือของคนในพื้นที่เป็นหลัก

5. การสร้าง “เวทีภายในชุมชน” เพื่อทบทวนและกำหนดทิศทางการพัฒนาอาหารเพื่อการท่องเที่ยวควรมีการจัดเวทีพูดคุยภายในชุมชนเป็นระยะ เช่น ปีละ 1–2 ครั้ง เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ทั้งผู้สืบทอดภูมิปัญญา แม่ครัว ผู้ประกอบการเยาวชน และผู้นำชุมชน ร่วมกันสะท้อนปัญหา ปรับสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการปรับตัว รวมถึงกำหนดแนวทางการพัฒนาในระยะถัดไปอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งจะช่วยลดความขัดแย้งและเพิ่มการยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในระดับนโยบายและการบริหารจัดการจากหน่วยงานรัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ามีหลายประเด็นที่สามารถนำไปใช้เพื่อปรับปรุงแนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับพื้นที่ที่ต่อเนื่องและสอดคล้องกับบริบทจริงหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดทำหรือปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีความชัดเจนในระดับพื้นที่ โดยอิงจากข้อมูลบริบทจริงของชุมชน ไม่ใช่การนำแนวคิดจากระดับชาติลงมาปรับใช้โดยตรงเพียงอย่างเดียว แผนดังกล่าวควรกำหนดเป้าหมายในระยะสั้น กลาง และยาว มีการระบุบทบาทของแต่ละหน่วยงานและชุมชนอย่างชัดเจน และจัดให้มีการติดตามประเมินผลเป็นระยะ

2. การออกแบบ “กลไกสนับสนุนระยะยาว” แทนการสนับสนุนแบบโครงการสั้น ๆ ภาครัฐควรพิจารณาจัดตั้งกองทุนหรือโครงการสนับสนุนที่มีลักษณะต่อเนื่อง สำหรับแผนงานด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน เช่น กองทุนหมุนเวียนเพื่อพัฒนาพื้นที่ร้านและครัว การสนับสนุนการจัดกิจกรรมประจำปีด้านอาหาร และการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ร่วมกันในระดับจังหวัด แทนการให้การสนับสนุนในลักษณะโครงการครั้งเดียวที่ยากต่อการต่อยอดและรักษาความต่อเนื่องของผลลัพธ์

3. การผสมมิติ “วัฒนธรรม-เศรษฐกิจ-สิ่งแวดล้อม” เข้าด้วยกันในนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอาหารนโยบายด้านการท่องเที่ยวควรมองการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างบูรณาการ ไม่แยกส่วนระหว่างส่งเสริมด้านเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น การให้แรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและวัตถุดิบที่ผลิตอย่างรับผิดชอบ การส่งเสริมมาตรการลดของเสียจากบรรจุภัณฑ์ และการสนับสนุนกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้เรื่องราวของอาหารและพื้นที่ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว

4. การพัฒนาระบบอบรมและที่ปรึกษาเชิงวิชาการร่วมกับสถาบันการศึกษาหน่วยงานรัฐควรประสานความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิชาการในพื้นที่ เพื่อออกแบบหลักสูตรอบรมสั้น ๆ และระบบให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่องในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยว การจัดการมาตรฐานสุขอนามัย และการตลาดดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับสมรรถนะของคนในชุมชนเป็นหลัก มากกว่าการจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอกมาจัดกิจกรรมเป็นครั้งคราว

5. การสร้างฐานข้อมูลและระบบรับรองสำหรับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับชุมชนภาครัฐและหน่วยงานท่องเที่ยวควรพัฒนาฐานข้อมูลกลางของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน โดยเชื่อมโยงข้อมูลเกี่ยวกับเมนูอัตลักษณ์ ผู้ประกอบการ สถานที่ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งพิจารณาพัฒนาการรับรอง (certification) ที่เน้นทั้งเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัย และความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการภาคธุรกิจที่ต้องการร่วมมือกับชุมชน

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

จากผลการวิจัยที่สังเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนสามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การพัฒนารอบแนวคิดบูรณาการสำหรับการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทชุมชน ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นความจำเป็นของการบูรณาการรอบแนวคิดจากหลายสาขา ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ความยั่งยืน อัตลักษณ์วัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการตลาดเชิงประสบการณ์ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ งานวิชาการในอนาคตควรใช้กรอบแนวคิดบูรณาการลักษณะนี้เป็น “ฐานร่วม” ในการออกแบบการศึกษาเชิงลึกในบริบทชุมชนอื่น ๆ เพื่อทดสอบขยายความ หรือตั้งคำถามย้อนกลับต่อองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่งานวิจัยฉบับนี้นำเสนอ

2. การเน้นมิติอำนาจและความยุติธรรมทางวัฒนธรรมในการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอาหารข้อมูลเชิงคุณภาพจากพื้นที่ศึกษา สะท้อนให้เห็นว่าการสร้างและนำเสนอ “ความแท้” ของอาหารท้องถิ่นไม่ได้เป็นเพียงประเด็นด้านการตลาดหรือภาพลักษณ์ หากยังเกี่ยวข้องกับคำถามเรื่องอำนาจในการนิยามตัวตนของชุมชนและความยุติธรรมทางวัฒนธรรม งานวิจัยเชิงวิชาการในอนาคตจึงควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์มิติอำนาจ ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับผู้เล่นภายนอก (เช่น ภาครัฐ เอกชน แพลตฟอร์มดิจิทัล) และการต่อรองความหมายของ “ความเป็นท้องถิ่น” ในบริบทการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อลดการมองอาหารเชิงท่องเที่ยวในฐานะสินค้าแยกขาดจากโครงสร้างทางสังคมที่โอบล้อมอยู่

3. การต่อยอดแนวคิดเรื่อง “ชุมชนในฐานะผู้กำหนดกรอบการพัฒนา” มากกว่าผู้รับนโยบาย ผลการวิจัยชี้ว่าหลายชุมชนไม่ได้ทำหน้าที่เพียงปฏิบัติตามนโยบายระดับบน แต่พยายามกำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากรอาหารและการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยตนเอง งานวิชาการต่อไปควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับ “ภาวะผู้นำทางวัฒนธรรม” และ “กลไกการพึ่งพาตนเองของชุมชน” ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น โครงสร้างวิสาหกิจชุมชน การสร้างกติกาภายใน และการประสานงานกับภาคีภายนอก โดยใช้กรอบคิดว่าด้วยการปกครองตนเองของชุมชน (community governance) และการสร้างอำนาจต่อรองในระบบการท่องเที่ยว

4. การพัฒนาและใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบมีส่วนร่วมและมีระยะเวลา จากประเด็นที่พบในงานวิจัย การทำความเข้าใจพลวัตของอัตลักษณ์อาหาร ความร่วมมือ และการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย จำเป็นต้องพิจารณาเวลาและกระบวนการมากกว่าภาพนิ่งเฉพาะช่วงใดช่วงหนึ่ง งานวิจัยเชิงวิชาการในอนาคตจึงควรพิจารณาใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่มีลักษณะติดตามระยะยาว (longitudinal qualitative research) วิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (ethnography) หรือวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เพื่อให้เข้าใจการเรียนรู้ การปรับตัว และการต่อรองของชุมชนในช่วงเวลาที่ต่างกันอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

5. การเชื่อมโยงการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับสาขาวิชาอื่นในลักษณะสหวิทยาการ ผลการวิจัยสะท้อนว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวข้องกับหลายมิติ ทั้งเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สุขภาพ สิ่งแวดล้อม และสื่อดิจิทัล นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวควรสร้างความร่วมมือกับสาขาอื่น เช่น มานุษยวิทยาอาหาร (food anthropology) นโยบายสาธารณะ การสื่อสารมวลชน และสื่อดิจิทัล การพัฒนาอย่างยั่งยืน และสุขภาวะชุมชน เพื่อพัฒนารอบการวิเคราะห์และเครื่องมือวิจัยที่สามารถจับความซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างอาหาร การท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้อย่างรอบด้าน

6. การให้ความสำคัญกับความโปร่งใสเชิงระเบียบวิธีและการสะท้อนตนเองของนักวิจัย (researcher reflexivity) เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับมุมมองและประสบการณ์ของนักวิจัย การศึกษาต่อไปควรให้ความสำคัญกับการรายงานกระบวนการเก็บข้อมูล การให้รหัส การตัดสินใจในการตีความ และบทบาทของนักวิจัยในสนามอย่างโปร่งใส รวมทั้งการสะท้อนตนเองของนักวิจัยต่ออคติ ท่าที และความสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูล ซึ่งไม่เพียงช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของงานวิจัย แต่ยังเป็นประโยชน์เชิงวิธีวิทยาสำหรับนักวิจัยรุ่นต่อไปที่ต้องการทำงานในบริบทใกล้เคียงกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

จากข้อจำกัดและบทเรียนของการวิจัยครั้งนี้ สามารถเสนอประเด็นสำหรับการศึกษาต่อไปได้น้อย 3 แนวทางดังนี้

1. การศึกษาภาคเปรียบเทียบระหว่างชุมชนที่อยู่คนละระยะของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารการวิจัยในอนาคตอาจออกแบบการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กับชุมชนที่กำลังอยู่ในระยะเริ่มต้นหรือประสบข้อจำกัด เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยเชิงโครงสร้าง ผู้นำ ทูตทางสังคม และกลไกภายในที่ทำให้เกิดความแตกต่างด้านระดับความยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบแนวทางสนับสนุนที่เจาะจงมากขึ้น

3. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) ร่วมกับชุมชนงานวิจัยในอนาคต อาจเน้นการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการที่เปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทเป็น “นักวิจัยร่วม” ตั้งแต่การกำหนดประเด็น การออกแบบ กิจกรรม ทดลองแนวทางการจัดการใหม่ ๆ ไปจนถึงการประเมินผล เช่น การทดลองออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารใหม่ การพัฒนาชุดสื่อเล่าเรื่องอาหารของชุมชน หรือการจัดงานเทศกาลอาหารที่เน้นความยั่งยืน การวิจัยลักษณะนี้จะช่วยให้ ได้ทั้งองค์ความรู้เชิงทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติที่ผ่านการทดลองใช้จริงในบริบทพื้นที่

4. การศึกษาเชิงเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรมในระดับภูมิภาค เนื่องจากหลายพื้นที่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีลักษณะใกล้เคียงกันทั้งด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศาสนา การวิจัยในอนาคตอาจขยายขอบเขตไปสู่การศึกษา เชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชายแดน หรือพื้นที่ที่มีมรดกอาหารร่วมกัน แต่เผชิญบริบท นโยบายที่ต่างกัน การศึกษาเช่นนี้จะช่วยเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับบทบาทของอาหารในฐานะกลไกเชื่อมโยงวัฒนธรรม และการพัฒนาท้องถิ่นในระดับภูมิภาค

เอกสารอ้างอิง

- Apak, Ö. C., & Guerbuez, A. (2023). The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71(3), 103192. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103192>
- Bhoophala, S., & Daengbuppha, J. (2022). The development of community-based culinary tourism in Thailand. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)*, 8(1), 286-304.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of sustainable tourism*, 19(4-5), 411-421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cardoso, L., Araújo Vila, N., de Araújo, A. F., & Dias, F. (2020). Food tourism destinations' imagery processing model. *British Food Journal*, 122(6), 1833–1847 <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2018-0557>
- Chen, Q., & Huang, R. (2021). Understanding the role of local food in sustaining Chinese destinations. In C. M. Hall & C. Cooper (Eds.), *Current issues in Asian tourism: Volume II* (pp. 171-187). Routledge.
- Chi, C. G., Deng, D. S., Chi, O. H., & Lin, H. (2024). Framing food tourism videos: what drives viewers' attitudes and behaviors?. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(3), 533-548. <https://doi.org/10.1177/10963480221123097>
- Choe, J. Y., Kim, J. H., & Cho, M. S. (2017). A comparison of food contents used by official tourism organizations' mobile applications. *Gastronomy and Tourism*, 2(3), 203-216. <https://doi.org/10.3727/216929717X14870140201198>
- Chung, N., & Han, H. (2017). The relationship among tourists' persuasion, attachment and behavioral changes in social media. *Technological Forecasting and Social Change*, 123(10), 370-380. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.09.005>
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism management*, 68(10), 250-263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Estrada, M., Moliner, M. Á., Monferrer, D., & Vidal, L. (2024). Sustainability and local food at tourist destinations: A study from the transformative perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(5), 1008-1026. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2195594>

- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Hall, C. M., & Gössling, S. (2016). From food tourism and regional development to food, tourism and regional development: themes and issues in contemporary foodscapes. In C. M. Hall & S. Gössling (Eds.), *Food tourism and regional development: Networks, products and trajectories* (pp. 3–57). Routledge
- Hur, K., Kim, T. T., Karatepe, O. M., & Lee, G. (2017). An exploration of the factors influencing social media continuance usage and information sharing intentions among Korean travellers. *Tourism management*, 63(12), 170-178. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.013>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853–886. <https://doi.org/10.5465/amr.1997.9711022105>
- Nopsuwan, R., Kheokao, J., & Plianrung, S. (2022). Identity of Langkasuka Food Culture from the Southernmost Region of Thailand. *Journal of the Institute of Culture and the Arts*, 24(1), 91-103. [in Thai]
- Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World development*, 23(8), 1247-1263.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism management*, 25(3), 297-305.
- Richards, G. (2012). Food and the tourism experience: Major findings and policy orientations. In D. Dodd (Ed.), *Food and the tourism experience* (pp. 13–46). OECD Publishing.
- Sidali, K. L., Kastenholz, E., & Bianchi, R. (2013). Food tourism, niche markets and products in rural tourism: combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1179–1197. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.836210>
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Tsai, F. M., & Bui, T. D. (2020). Impact of word of mouth via social media on consumer intention to purchase cruise travel products. *Maritime Policy & Management*, 48(2), 167–183. <https://doi.org/10.1080/03088839.2020.1735655>

การศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน

A Study of Effect of Good Citizenship Behavior on Organizational Commitment of Employees in Private Sector Organizations

ดร. กัญชพร ศรีมณี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการองค์การ
คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Dr. Kanchaporn Sonmanee

Assistant Professor in Human Resource Management and Organization Management
Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute Management
E-mail: kanchapornson@pim.ac.th; Ph: 095-251-9621

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 18 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 10 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 ธันวาคม 2568

ดร. วราภรณ์ คล้ายประยงค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาพฤติกรรมศาสตร์
คณะการจัดการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Dr. Varaporn Klayprayong

Assistant Professor in Behavioral Science
Faculty of Food Business Management, Panyapiwat Institute Management
E-mail: varapornkla@pim.ac.th; Ph: 089-888-3340

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาระดับความผูกพัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร และความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานผู้ที่ปฏิบัติงาน จำนวน 140 คน ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติพรรณนา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ระดับความผูกพันองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและพฤติกรรมของบุคคลต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับตัวแปรความผูกพันองค์กร และพฤติกรรมของบุคคลต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พบว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันด้านความรู้สึก และสถานภาพของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือในระดับต่ำและระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือในระดับปานกลาง และยังพบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านการพัฒนาผลงาน ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ กลุ่มตัวแปรอิสระ ได้แก่ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ รายได้ระหว่าง 25,000 – 35,000 บาท สามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันที่มีต่อองค์กรในภาพรวมได้ร้อยละ 7.2 และกลุ่มตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง เพศชาย รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ฝ่ายคลังสินค้า/จัดส่ง สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรในภาพรวมได้ร้อยละ 18.8 และเมื่อกำหนดให้ตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่ามีเพียงตัวแปร หน่วยงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรผ่านตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรร้อยละ 33.8 โดยตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรสามารถอธิบายความผันแปรได้สูงสุทธ้อยู่ที่ 24.8 ผลการวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนให้มีความเข้มแข็ง

คำสำคัญ: อิทธิพลของพฤติกรรม ความผูกพันองค์กร พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

Abstract

The objective of this research was to study the level of commitment, factors affecting organizational citizenship behavior, and the relationship between individual commitment to the organization and organizational citizenship behavior among employees in private companies. The population used in this research was 140 employees. A questionnaire was used to collect data and analyze the data using descriptive statistics, Spearman's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The results showed that the level of organizational commitment was highly correlated with organizational citizenship and individual behavior toward organizational citizenship. Regarding the relationship between demographic characteristics, organizational commitment variables, and individual behavior toward organizational citizenship, it was found that employee status, education level, and average income were significantly related to affective commitment. Employee status was significantly related to helping behavior at a low level, and length of employment was negatively related to cooperative behavior at a moderate level. Gender was also moderately related to performance development behavior. In the multiple regression analysis, the independent variables included product development department. Income between 25,000 - 35,000 baht can explain 7.2 percent of the variance in overall organizational commitment. The independent variables, namely, senior executive position, male, income less than 15,000-baht, warehouse/delivery department, can explain 18.8 percent of the variance in overall organizational commitment behavior. When the variable of organizational commitment behavior is set as a transitive variable, it was found that only the variable of product development department can explain 33.8 percent of the individual's commitment to the organization through the variable of organizational commitment behavior. The variable of organizational commitment behavior can explain the highest variance at 24.8 percent. This research result can be applied to organizations to increase the level of organizational commitment of private company employees to be stronger.

Keywords: Influence of Behavior, Organizational Commitment, Good Citizenship Behavior

บทนำ

ในปี 2567 สถานการณ์การดำเนินธุรกิจของหลายองค์กรได้มีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงจากหลากหลายปัจจัย ทั้งเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ระบบการเมือง ระบบเศรษฐกิจที่มีการความผันผวนของการลงทุนจากทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้การดำเนินงานของธุรกิจอยู่ภายใต้ความไม่แน่นอน (Uncertainty) การดำเนินธุรกิจมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น (Complexity) ส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูง ซึ่งหากต้องการประสบความสำเร็จในการแข่งขันทางธุรกิจ คงหนีไม่พ้นการพัฒนาคุณภาพขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์โดยรอบ เนื่องจากองค์กรต่างๆ ได้มีการก่อตั้งกันมาเป็นระยะเวลาหนึ่งอาจจะมีความเหมาะสมกับบางช่วงเวลา แต่อาจจะไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ในอนาคต ดังนั้น เมื่อเวลาเปลี่ยนไปการจัดการองค์กรในรูปแบบเดิมอาจจะไม่มีความเหมาะสมอีกต่อไป จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนระบบการจัดการต่างๆ ให้สามารถดำเนินงานต่อไปได้ ซึ่งปัจจัยแรกที่องค์กรควรให้ความสำคัญ นั่นคือ งานด้านการบริหารจัดการองค์กรที่ดี และมีโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กรที่ชัดเจน (Karawit, 2020) ที่ทำให้บุคลากรทราบถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ และยังเป็นพลังในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ โดย Milkovich and Boudreau (1996) กล่าวว่า ทรัพยากรมนุษย์ ถือเป็นทรัพย์สินขององค์กรเป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ทั้งนี้การปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ ร่วมใจจากบุคลากรทุกคนในองค์กรให้ทุกคนเข้าใจบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเอง พร้อมร่วมมือกันในการพัฒนาองค์กร แต่การที่บุคลากรจะร่วมมือเพื่อการพัฒนาดังกล่าวต้องเกิดจากความภักดี และผูกพันที่มีต่อองค์กรเป็นสำคัญ ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรเป็นอารมณ์ทางบวกของบุคลากรที่มีต่อองค์กร

ที่ตนเองปฏิบัติหน้าที่อยู่ และมีความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมาย (Sheldon, 1971) จากเหตุผลที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรในประเทศไทยยังไม่ค่อยพบการดำเนินการวิจัย ในภาคเอกชน ดังนั้นเพื่อทำความเข้าใจในปัจจัยที่ส่งผลให้บุคลากรมีความรู้สึกรัก รู้สึกผูกพันกับองค์กร พร้อมทั้งจะเข้าใจ ในหน้าที่งาน และการปรับตัวกับโครงสร้างองค์กรที่ต้องเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในภาพรวม เป็นสิ่งที่สำคัญ อย่างยิ่ง จึงเป็นที่มาที่ทีมผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมของบุคคลในการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ที่จะส่งผลต่อระดับ ความผูกพันองค์กรในองค์กรเอกชน อีกทั้งยังต้องการค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันองค์กร เพื่อเป็นแนวทาง ในการปรับปรุงแก้ไข พร้อมกำหนดกลยุทธ์งานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ รักษาบุคคล ที่มีศักยภาพและมีคุณค่า ส่งเสริมให้บุคคลเกิดความผูกพัน (Engagement) และความจงรักภักดีต่อองค์กรให้ร่วมกันขับเคลื่อนธุรกิจ ก้าวไปข้างหน้าอันจะส่งผลประกอบการขององค์กรดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดี

จากการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พบว่า มีนักวิชาการ นักวิจัยได้ศึกษางานวิจัย เกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และได้จำแนกแนวคิดเรื่องดังกล่าวไว้หลากหลายแนวคิด ได้แก่ แนวคิดของ Katz and Kahn (1978) กล่าวว่า พฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร คือ บุคคลจะสร้างสรรค์พฤติกรรมใหม่ๆ (Innovation) และเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยของบุคคล และยังมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร เช่นเดียวกัน กับ Spector et al. (2003) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเป็นแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล ที่อยู่นอกเหนือคำสั่งของงานที่ได้รับมอบหมาย และยังเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร สำหรับ Schanake and Dumber (1997) เชื่อว่าพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต้องเกิดจากการตัดสินใจด้วยตนเองของสมาชิกองค์กร ด้วยการตั้งใจ ด้วยรางวัล หรือมีบทลงโทษโดยตรงหากบุคคลไม่ปฏิบัติ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรขึ้นอยู่กับ ลักษณะส่วนบุคคลหลายประการโดย Silva et al. (2024) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “Determinants of employee intention to stay: a generational multigroup analysis” พบว่า Generation ของบุคคลทั้ง Gen X Gen Y และ Gen Z มีความสัมพันธ์ หลายประการระหว่างตัวแปรและองค์กรเกี่ยวกับความมุ่งมั่น ถ้าบุคคลมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานอยู่กับองค์กร และมีความสัมพันธ์เชิงบวกบุคลากรสามารถสร้างสมดุลระหว่างการปฏิบัติงานกับการใช้ชีวิตส่วนตัวได้ รวมถึง Generation ของบุคคลยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบุคคลกับองค์กรอย่างเหมาะสม และบุคคลมีความตั้งใจที่จะอยู่ต่อไปเพื่อปฏิบัติงาน ให้กับองค์กรอย่างตั้งใจ

ทฤษฎีความผูกพัน

แนวคิดของ Northcraft and Neale (1990) ได้กล่าวว่า บุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กร เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรม ของบุคคลในลักษณะของความเต็มใจต้องการปฏิบัติงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร มีความรู้สึกอย่างเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ กับองค์กร ซึ่งเป็นความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งของบุคคลที่มีกับองค์กร โดยมีสาเหตุจากองค์ประกอบต่างๆ เช่น บุคคลมีความศรัทธา ในเป้าหมายและคุณค่าขององค์กร บุคคลมีความทุ่มเทเพื่อองค์กร และบุคคลมีความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกขององค์กร โดย Greenberg (1993) ได้แบ่งองค์ประกอบเกี่ยวกับความผูกพันที่สำคัญไว้ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความผูกพันของบุคคลเกี่ยวกับ ความรู้สึก (Affective Commitment) หมายถึง บุคคลมีความต้องการที่จะปฏิบัติงานกับองค์กร เพราะมีความศรัทธา ในค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร 2) ความผูกพันของบุคคลเกี่ยวกับการคงอยู่ (Continuance Commitment) หมายถึง บุคคลมี ความต้องการที่จะปฏิบัติงานกับองค์กร เพราะมีความเชื่อว่าหากย้ายไปอื่นผลตอบแทนที่ได้รับอาจจะไม่คุ้มค่า 3) ความผูกพันของ บุคคลเกี่ยวกับบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง บุคคลต้องการที่จะปฏิบัติงานกับองค์กร เหตุผลเพราะได้รับแรง กดดันจากบุคคลอื่น และจากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร โดย Allen and Mayer (1990) และ Putsom (2020) พิจารณาว่าหากบุคคลมีความผูกพันจะแสดงพฤติกรรมออกมาใน 3 ลักษณะ ประกอบด้วย ความผูกพันเกี่ยวกับความรู้สึกที่ดี มีแต่ด้านบวก ความผูกพันอยากทำงานอยู่กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง และสุดท้าย คือ ความผูกพันด้านบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านดังกล่าวก่อให้เกิดความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร ซึ่งเมื่อ Godbersen et al. (2024) ทำการศึกษาแรงงาน ในประเทศเยอรมนีกับตัวแปรภาวะผู้นำแบบรับใช้ (Servant Leadership) ที่ส่งผลต่อการผูกพันกับผู้บังคับบัญชา

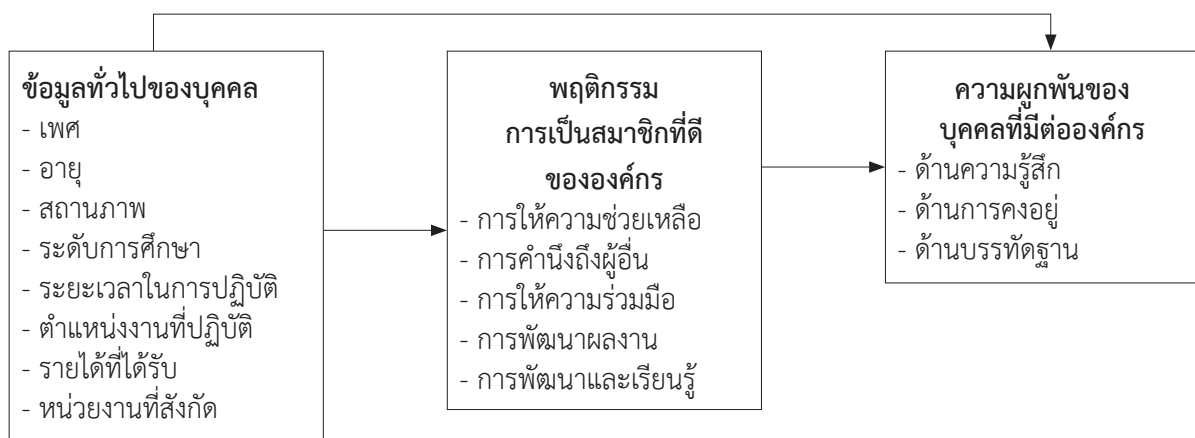
และต่อเนื่องไปยังมิติต่าง ๆ ของความผูกพันต่อองค์กร ผลการวิจัยพบว่ามิติของความผูกพันกับผู้บังคับบัญชา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อมิติต่าง ๆ ของความผูกพันต่อองค์กร โดยเฉพาะความมุ่งมั่นทางอารมณ์ (Affective Commitment) ซึ่งได้รับผลกระทบจากการมอบอำนาจ (Empowerment) และพฤติกรรมผู้นำเชิงอภัยและความจริงใจมากกว่ามิติอื่น ๆ ค่า R^2 สำหรับมิติบางอย่างอยู่ในระดับสูงถึง 0.32–0.49 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการพัฒนาเชิงพฤติกรรมและความสัมพันธ์เชิงผู้บังคับบัญชาสามารถเพิ่มความผูกพันเชิงอารมณ์ของพนักงานและลดผลลบต่อองค์กรได้

แนวคิดของ Coffman and Gonzalez-Molina (2025) ได้กล่าวถึง ปัจจัยความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรของ The Gallup Organization พบว่า ผลประกอบการของการดำเนินธุรกิจมียอดเยี่ยมขึ้นเกิดจากความร่วมมือของบุคลากรในองค์กร ดังนั้น ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร (Employee Engagement) เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ผู้บริหารสามารถวัดความผูกพันของบุคคลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือ และให้บุคคลยอมรับผลการดำเนินงานขององค์กร บุคคลมีความพึงพอใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อองค์กร และสร้างความเชื่อมั่นที่ดีเพื่อให้บุคคลมีความต้องการที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และ Gallup ยังสนใจเรื่องของทัศนคติของบุคคลที่มีต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน รวมถึงผลผลิตทั้งหมดขององค์กรด้วย Coffman and Gonzalez-Molina (2025) ยังได้กล่าวว่า ปัจจุบันก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจทางอารมณ์ ซึ่งองค์กรที่ประสบผลสำเร็จมีความเชื่อว่าทรัพยากรที่สร้างคุณค่าให้กับองค์กรมากที่สุด นั่นคือ “คน” หรือ “ทรัพยากรมนุษย์” ที่เป็นทั้งบุคลากรและลูกค้า ที่มักจะใช้ความรู้สึกเป็นอันดับแรกก่อนใช้เหตุผล ด้วยเหตุนี้จึงทำให้บุคลากรและลูกค้ามีความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้ความรู้สึกเป็นส่วนใหญ่ และเมื่อปี 2002 Gallup ได้ศึกษาถึงลักษณะของบุคคลที่เป็นตัวขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจจำนวนมาก พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลของบุคคลและลูกค้า จึงได้พบแนวทางที่บุคคลเป็นตัวขับเคลื่อนผลลัพธ์ของการดำเนินงาน สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการที่รู้จักในนามของ The Gallup และปัจจุบันได้กลายเป็น Model อันดับหนึ่งของบริษัทที่ปรึกษาทางด้านการจัดการ และยังแสดงให้เห็นถึงพนักงานทุกระดับจะต้องร่วมกันสร้างการเติบโตขององค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยแบบสอบถามสร้างจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Greenberg (1993) และ Coffman and Gonzalez-Molina (2025) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ รายได้เฉลี่ย และหน่วยงานที่สังกัด
2. ตัวแปรต้นกลาง (Moderator Variables) คือ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ประกอบด้วย พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ การคำนึงถึงผู้อื่น การให้ความร่วมมือ การพัฒนาผลงาน และการพัฒนาและเรียนรู้
3. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร ประกอบด้วย ความผูกพันด้านความรู้สึก ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐาน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร
- สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร
- สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันขององค์กร
- สมมติฐานที่ 4 ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมด ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติในองค์กร รายได้เฉลี่ย และหน่วยงานที่สังกัด คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทเอกชนได้
- สมมติฐานที่ 5 ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมด ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติในองค์กร รายได้เฉลี่ย และหน่วยงานที่สังกัด คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานบริษัทเอกชนได้
- สมมติฐานที่ 6 ตัวแปรทั้งหมด ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทเอกชนได้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 140 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรในบริษัททั้งหมด 100% ประกอบด้วย 1) ผู้บริหาร (ระดับสูง ระดับกลาง และระดับต้น) จำนวน 13 คน 2) บุคลากรระดับปฏิบัติการ จำนวน 127 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีคำนวณโดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Spearman's rank correlation เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์และระดับทิศทางระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร
4. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) แบบ Stepwise เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.9 อายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป ร้อยละ 38.6 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 85.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54.3 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 47.1 ตำแหน่งงานอื่นๆ ที่ปฏิบัติการ ร้อยละ 42.9 รายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 47.1 และหน่วยงานฝ่ายผลิต ร้อยละ 40.0

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความผูกพันต่อองค์กรภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความผูกพันที่มีต่อองค์กร สูงสุดคือด้านความรู้สึก ($\mu = 4.40$) รองลงมาคือด้านบรรทัดฐาน ($\mu = 4.30$) และระดับความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ ด้านการคงอยู่ ($\mu = 4.20$) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความรู้สึกผูกพันด้วยความภาคภูมิใจ

กับงานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติจากองค์กรแห่งนี้มากที่สุด ($\mu = 4.50$) มีความกังวลด้านการคงอยู่กับองค์กรเกี่ยวกับปัญหาในการดำรงชีวิต หากต้องลาออกจากงานโดยที่ยังไม่มีงานใหม่รองรับ ($\mu = 4.26$) และมีบรรทัดฐานในการตั้งใจทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้คุ้มค่ากับค่าตอบแทนที่ได้รับ ($\mu = 4.48$)

3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.38$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีพฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือสูงสุดที่สุด ($\mu = 4.48$) รองลงมาเท่ากัน 2 ด้าน คือ พฤติกรรมด้านการพัฒนาผลงาน และด้านการพัฒนาและเรียนรู้ ($\mu = 4.37$) และด้านที่ต่ำสุดคือพฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือ ($\mu = 4.35$) โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า พฤติกรรมให้การช่วยเหลือที่สูงที่สุดคือการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานอย่างต่อเนื่อง ($\mu = 4.53$) มีการคำนึงถึงผู้อื่นด้วยการพยายามหลีกเลี่ยง และไม่สร้างปัญหาให้กับเพื่อนร่วมงาน ($\mu = 4.41$) และการให้ความร่วมมือในเรื่องการติดตามข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่องค์กรประกาศให้ทราบเกี่ยวกับการพัฒนางานขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ ($\mu = 4.41$) และมีพฤติกรรมในการพัฒนาผลงานให้มีความพร้อมที่จะนำเครื่องมือใหม่ๆ มาใช้ในการพัฒนาผลงานของตนเอง ($\mu = 4.48$) และมีการพัฒนาและเรียนรู้ว่ายังไม่มีคามจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานของตนเองให้เป็นแนวทางเดียวกันกับองค์กร ($\mu = 4.29$)

4. การทดสอบสมมติฐาน

4.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในภาพรวม ในระดับต่ำ ($r = .169$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ตัวอื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ย และหน่วยงานที่สังกัด ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เมื่อพิจารณาพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในรายด้าน พบว่า สถานภาพของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือในระดับต่ำ ($r = .172$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์เชิงลบกับ พฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือในระดับปานกลาง ($r = -.226$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ ยังพบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านการพัฒนาผลงาน ในระดับปานกลาง ($r = .242$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ทุกตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวม เมื่อพิจารณาความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในรายด้าน พบว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันด้านความรู้สึกระดับต่ำ ($r = .239^{**}, .180^*, .238^{**}$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ทั้งนี้ความผูกพันด้านการคงอยู่ และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ไม่พบความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง

4.3 สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร พบว่า พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวม ในระดับปานกลาง ($r = .498$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนี้ ความผูกพันด้านความรู้สึกระดับต่ำ ($r = .368$) ความผูกพันด้านการคงอยู่ ($r = .426$) และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r = .456$) รายละเอียดตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร

ตัวแปร	ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร			
	ภาพรวม	ด้านความรู้สึก	ด้านการคงอยู่	ด้านบรรทัดฐาน
พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในภาพรวม	.498**	.368**	.426**	.456**
พฤติกรรมด้านความช่วยเหลือ	.344**	.424**	.178*	.305**
พฤติกรรมด้านคำนึงถึงผู้อื่น	.322**	.245**	.279**	.285**
พฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือ	.526**	.338**	.459**	.514**
พฤติกรรมด้านการพัฒนาผลงาน	.270**	.105	.274**	.276**
พฤติกรรมด้านการพัฒนาและการเรียนรู้	.453**	.289**	.453**	.378**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.4 สมมติฐานที่ 4 ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมด ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติในองค์กร รายได้เฉลี่ย และหน่วยงานที่สังกัด คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทเอกชนได้ พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระทุกตัวแปรสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันที่มีต่อองค์กรในภาพรวมได้ร้อยละ 7.2 ($R^2 = .072$) โดยหน่วยงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถอธิบายความผันแปรได้สูงสุด ($R^2 = .045$) รองลงมา คือ รายได้ระหว่าง 25,000 – 35,000 บาท (R^2 เพิ่ม = .027) และตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($r = .269$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.5 สมมติฐานที่ 5 ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมด ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติในองค์กร รายได้เฉลี่ย และหน่วยงานที่สังกัด คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานบริษัทเอกชนได้ พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระทุกตัวแปรสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรในภาพรวมได้ ร้อยละ 18.8 ($R^2 = .188$) โดยตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงสามารถอธิบายความผันแปรได้สูงสุด ($R^2 = .059$) เพศชาย (R^2 เพิ่ม = .050) รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท (R^2 เพิ่ม = .041) ฝ่ายคลังสินค้า/จัดส่ง (R^2 เพิ่ม = .038) ตามลำดับ และตัวแปรทั้ง 4 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($r = .434$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6 สมมติฐานที่ 6 ตัวแปรทั้งหมด ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทเอกชนได้ พบว่า ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวม กลุ่มตัวแปรอิสระทุกตัวแปรสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันที่มีต่อองค์กรในภาพรวมได้ร้อยละ 33.8 ($R^2 = .338$) โดย ตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร สามารถอธิบายความผันแปรได้สูงสุด ($R^2 = .248$) รองลงมา คือ หน่วยงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R^2 เพิ่ม = .063) และหน่วยงานฝ่ายขาย (R^2 เพิ่ม = .027) ตัวแปรทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวมในระดับมาก ($r = .582$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

1. ความผูกพันต่อองค์กร

กลุ่มตัวแปรอิสระทุกตัวแปรสามารถที่สามารอธิบายความผันแปรของความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม ได้แก่ หน่วยงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถอธิบายความผันแปรได้สูงสุด รองลงมา คือ รายได้ระหว่าง 25,000 – 35,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ Harland (1972) กล่าวว่า ปัจจัยขั้นพื้นฐานส่วนบุคคลส่งผลให้บุคคลมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น เพราะมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจในการทำงานของบุคคล ตามที่ Harland (1972) ได้กล่าวว่า เงินเดือนที่ได้รับมีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนที่มากเพียงพอต่อการครองชีพจะทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในการทำงานที่ขึ้นเมื่อบุคคลมีความพึงพอใจในงานที่ได้ปฏิบัติ ในสิ่งที่ได้รับก็จะส่งผลให้บุคคลมีความผูกพันต่อองค์กรได้ และแตกต่างจากผลวิจัยของ Tang and Sarsfield-Baldwin (1996) ที่เสนอว่าความยุติธรรมเชิงการกระจาย (Distributive Justice) และความยุติธรรมเชิงกระบวนการ (Procedural Justice) เป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร มากกว่าค่าตอบแทนเพียงอย่างเดียว และเมื่อเชื่อมโยงกับพฤติกรรมที่เป็นพลเมืองที่ดีขององค์กรงานของ Organ (1988) และ Podsakoff et al. (2000) เชื่อว่า ความผูกพันต่อองค์กร โดยเฉพาะความผูกพันเชิงอารมณ์ (Affective Commitment) มีบทบาทสำคัญต่อการแสดงพฤติกรรมที่เป็นพลเมืองที่ดีขององค์กร เช่น การช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน (Altruism) การรักษามาตรฐานงาน (Conscientiousness) และการสนับสนุนนโยบายองค์กร (Civic Virtue) กล่าวคือ หากพนักงานมีความพึงพอใจในงานและรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ย่อมเต็มใจที่จะทำงานเกินกว่าหน้าที่ที่กำหนด ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร

2. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี

กลุ่มตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรในภาพรวมได้แก่ ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงสามารถอธิบายความผันแปรได้สูงสุด รองลงมา คือ เพศชาย และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter et al. (1974) ที่กล่าวว่า ความก้าวหน้า และความมั่นคงในหน้าที่การงานของบุคคล การประสบความสำเร็จในงานที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงลักษณะงานเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรและเสริมให้บุคคลมีความผูกพันต่อองค์กรตามที่คาดหวังมากขึ้น

3. อิทธิพลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร

กลุ่มตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวมได้แก่ หน่วยงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ และหน่วยงานฝ่ายขาย โดยมีตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร เป็นตัวแปรคั่นกลางสามารถอธิบายความผันแปรได้สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Koontz and Wehrich (1993) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกในระหว่างปฏิบัติงานในองค์กร หากแสดงออกอย่างสม่ำเสมอจะกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร หรือการกระทำของบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งๆ ที่ให้การยอมรับ และปฏิบัติตามกันอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความคุ้นชิน ซึ่งพฤติกรรมที่บุคคลได้แสดงออกมานั้นอาจจะนำไปสู่การสืบทอดแนวทางการปฏิบัติในการทำงานร่วมกันของสมาชิกในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดให้เป็นต้นแบบ หรือวางแผนงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์เกี่ยวกับการกำหนดกฎ กติกา ระเบียบ หรือข้อบังคับการปฏิบัติของบุคคลที่มุ่งเน้นพฤติกรรมให้การความช่วยเหลือกับทีมงาน ผู้ร่วมงาน หรือบุคคลอื่นในองค์กร

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 72.9) อายุตั้งแต่ 31 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 38.6) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 85.0) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 54.3) ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ระหว่าง 1-5 ปี (ร้อยละ 47.1) ตำแหน่งงานอื่นๆ ที่ปฏิบัติการ (ร้อยละ 42.9) รายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,000-25,000 บาท (ร้อยละ 47.1) และหน่วยงานฝ่ายผลิต (ร้อยละ 40.0)

ระดับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร

ผลการวิเคราะห์ระดับความผูกพันองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน

พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร ด้านความรู้สึก มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\mu = 4.40$) รองลงมา ด้านบรรทัดฐาน มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\mu = 4.30$) และระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ ด้านการคงอยู่ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\mu = 4.20$)

พฤติกรรมของบุคคลต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.38$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า พฤติกรรมด้านพฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ ($\mu = 4.48$) รองลงมา พบว่า มีระดับความคิดเห็นเท่ากัน คือ พฤติกรรมด้านพฤติกรรมการพัฒนาผลงาน และพฤติกรรมการพัฒนาและเรียนรู้ ($\mu = 4.37$) ระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ พฤติกรรมด้านพฤติกรรมการให้ความร่วมมือ ($\mu = 4.35$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคลากร จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชากรที่ทำการศึกษากับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ตัวอื่นๆ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ย และหน่วยงานที่สังกัด ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กร ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยของบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันด้านความรู้สึก ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ทั้งนี้ ความผูกพันด้านการคงอยู่ และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ไม่พบความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวม ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 4 ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และหน่วยงานที่สังกัด คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับความผูกพันของบุคลากร พบว่า ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวม โดยตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันที่มีต่อองค์กร ได้แก่ หน่วยงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรายได้เฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนความผูกพันด้านความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อองค์กร โดยตัวแปรอิสระทุกตัวแปรสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันได้โดยตัวแปรด้านสถานภาพ สมรส และหน่วยงานฝ่าย อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 5 ตัวแปรทั้งหมด ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับความผูกพันของบุคลากร พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรในภาพรวม พฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือ พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ และพฤติกรรมการพัฒนาผลงาน อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 6 ตัวแปรทั้งหมด ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถจำแนกระดับความผูกพันของบุคลากร พบว่า ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวม กลุ่มตัวแปรอิสระทุกตัวแปรสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันที่มีต่อองค์กรในภาพรวม ได้แก่ ตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร สามารถอธิบายความผันแปรได้สูงสุด รองลงมา คือ หน่วยงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ และหน่วยงานฝ่ายขาย ตัวแปรทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในภาพรวมในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ควรจัดให้มีการวิจัยประเมินความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรในทุกปี เพื่อให้ทราบถึงความผูกพันของบุคคลที่มีต่อการองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานขององค์กรเป็นหลัก
2. ควรส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานกับผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานในแต่ละหน่วยงานให้มีความสัมพันธ์ที่ดีในระดับสูงต่อไป และเพื่อการประสานงานในแต่ละหน่วยงานในอนาคตที่องค์กรได้ปรับเปลี่ยน
3. ควรส่งเสริมให้บุคลากรได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อประสิทธิภาพของการปฏิบัติที่ดีในอนาคต
4. ควรทำการตรวจสอบประวัติการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กรอยู่เสมอ เพื่อการพัฒนามาตรฐานการทำงานที่ดีให้แก่บุคลากรโดยคำนึงถึงความสำคัญของงานที่ได้รับมอบหมาย
5. ควรจัดให้มีการพิจารณาการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ตามความเหมาะสมของผลงาน หรือความสามารถของบุคคลอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, 63(1), 1-18.
- Coffman, C., & Gonzalez-Molina, G. (2025). *Follow this path: How the world's greatest organizations drive growth by unleashing human potential*. Hachette+ ORM.
- Godbersen, H., Dudek, B., & Ruiz Fernández, S. (2024). The relationship between organizational commitment, commitment to supervisor and servant leadership. *Frontiers in Organizational Psychology*, 2, 1353959.
- Greenberg, J. (1993). The social side of fairness: Interpersonal and informational classes of organizational justice. In R. Cropanzano (Ed.), *Justice in the workplace: Approaching fairness in human resource management* (pp. 79–103). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Harland, D. G. (1972). *Health and welfare indicators*. Government of Canada, Department of Regional Economic Expansion.
- Karawit, S. (2020). *Factors affecting employees' organizational commitment: A case study of the Business Stakeholder Engagement unit of a company* (Master's thesis). Mahidol University. [in Thai]
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The social psychology of organizations*. Wiley.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1993). *Management: A global perspective* (10th ed.). McGraw-Hill International Editions.
- Milkovich, G. T., & Boudreau, J. W. (1996). *Human Resource Management* (7th ed.). Richard D. Irwin.
- Northcraft, G. B., & Neale, M. A. (1990). *Organizational behavior: A management challenge*. The Dryden Press.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington Books.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of management*, 26(3), 513-563.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59(5), 603–609. <https://doi.org/10.1037/h0037335>

- Putsom, W. (2020). The relationship among organizational climate, leader-member exchanges and affective commitment towards positive organizational behavior of a not-for-profit organization in Thailand. *Journal of Business Administration the Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 9(2), 146-165.
- Schnake, M., & Dumler, M. P. (1997). Organizational citizenship behavior: The impact of rewards and reward practices. *Journal of Managerial Issues*, 9(2), 216-229.
- Silva, I., Dias, Á., & Pereira, L. (2024). Determinants of employee intention to stay: a generational multigroup analysis. *International Journal of Organizational Analysis*, 32(8), 1389-1418.
- Spector, A., Thorgrimsen, L., Woods, B. O. B., Royan, L., Davies, S., Butterworth, M., & Orrell, M. (2003). Efficacy of an evidence-based cognitive stimulation therapy programme for people with dementia: randomised controlled trial. *The British Journal of Psychiatry*, 183(3), 248-254.
- Sheldon, M. E. (1971). Investments and involvements as mechanisms producing commitment to the organization. *Administrative science quarterly*, 16(2), 143-150.
- Tang, T. L. P., & Sarsfield-Baldwin, L. J. (1996). Distributive and procedural justice as related to satisfaction and commitment. *SAM Advanced Management Journal*, 61(3), 25-31.

Technical Efficiency and Managerial Implications of Para Rubber Production in Upper Northern Thailand

ประสิทธิภาพทางเทคนิคและข้อเสนอแนะเชิงบริหารในการผลิตยางพาราในภาคเหนือของประเทศไทย

Dr. Itthirit Wongchai

Assistant Professor,

School of Economics and Investment, Bangkok University

ดร. อิทธิฤทธิ์ วงศ์ไชย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์และการลงทุน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail: Itthirit.w@bu.ac.th

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 18 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 8 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 27 พฤศจิกายน 2568

Abstract

Rubber is a vital economic crop for Thailand, which is one of the world's major producers and exporters of natural rubber. This has led to a continuous expansion of rubber production, particularly in the Upper Northern region, where rubber plantations are widespread. However, it has been found that the yield per rai in this region has significantly declined compared to other parts of the country. This study aims to examine the characteristics and measure the technical efficiency of rubber production, as well as to analyze the factors contributing to technical inefficiency in rubber cultivation in the Upper Northern region of Thailand. Data were collected from 400 rubber farmers across five districts—Chiang Kham, Phu Sang, Chiang Dao, Fang, and Chiang Khong—located in the provinces of Phayao, Chiang Mai, and Chiang Rai. The analysis employed the Stochastic Production Frontier approach to estimate technical efficiency, while the Tobit model was used to identify the factors affecting technical inefficiency in rubber production at the 90% and 95% confidence levels. The results revealed that the technical efficiency of rubber farming, as measured by Stochastic Frontier Analysis (SFA), was very high (0.901–1.000) among most farmers in Chiang Kham (Phayao), Chiang Dao (Chiang Mai), and Chiang Khong (Chiang Rai). In contrast, farmers in Phu Sang (Phayao) and Fang (Chiang Mai) demonstrated high levels of technical efficiency (0.701–0.900). Significant factors contributing to technical inefficiency included the number of training sessions attended, farming experience, employment of tapping labor, and the amount of rainfall in the cultivation area. The findings of this research can be used as a guideline to drive development and enhance technical efficiency, while also offering management recommendations for rubber production in the northern region of Thailand.

Keywords: Rubber, Technical Efficiency, Stochastic Frontier, Upper northern region

บทคัดย่อ

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลก ส่งผลให้มีการขยายตัวของการผลิตยางพาราอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีการปลูกยางพาราอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตาม พบว่า ผลผลิตต่อไร่ในพื้นที่ดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจนมากกว่าภูมิภาคอื่นของประเทศไทย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาลักษณะและวัดประสิทธิภาพทางเทคนิคของการผลิตยางพารา ตลอดจนวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไม่มีประสิทธิภาพทางเทคนิค ในการผลิตยางพาราในพื้นที่ภาคเหนือ ตอนบนของประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรชาวสวนยางจำนวน 400 ราย ใน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเชียงคำ อำเภอภูซาง อำเภอเชียงดาว อำเภอฝาง และอำเภอเชียงของ ในจังหวัดพะเยา เชียงใหม่ และเชียงราย การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยใช้

แนวทางเส้นพรมแดนการผลิตแบบสุ่ม เพื่อประมาณค่าประสิทธิภาพทางเทคนิค และใช้ แบบจำลองทอบิต เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไม่มีประสิทธิภาพทางเทคนิคในการผลิตยางพารา โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 90 และร้อยละ 95 ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพทางเทคนิคในการทำสวนยางวัดโดยวิธี Stochastic Frontier Analysis (SFA) อยู่ในระดับ สูงมาก (0.901–1.000) ในกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ของอำเภอเชียงคำ (จังหวัดพะเยา), อำเภอเชียงดาว (จังหวัดเชียงใหม่) และอำเภอเชียงของ (จังหวัดเชียงราย) ขณะที่อำเภอภูซาง (จังหวัดพะเยา) และอำเภอฝาง (จังหวัดเชียงใหม่) มีระดับประสิทธิภาพทางเทคนิคในเกณฑ์สูง 0.701–0.900) สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความไม่มีประสิทธิภาพทางเทคนิค อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ จำนวนครั้งที่ได้รับการอบรม ประสบการณ์ในการทำสวนยาง การจ้างแรงงานกรีดยาง และปริมาณน้ำฝนในพื้นที่ ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาและการปรับปรุงประสิทธิภาพทางเทคนิค รวมถึงเป็นข้อเสนอแนะเชิงบริหารในการผลิตยางพาราในภาคเหนือของประเทศไทย

คำสำคัญ: ยางพารา ประสิทธิภาพทางเทคนิค เส้นพรมแดนเชิงพื้นที่สุ่ม ภาคเหนือตอนบน

Introduction

Rubber remains a vital economic crop for Thailand and the global economy, primarily due to its extensive applications in the automotive, medical, and industrial sectors. The global demand for natural rubber has continued to rise in recent years, driven by economic recovery, infrastructure development, and increasing demand for electric vehicles. According to the Office of Agricultural Economics (2024), Thailand remains the world's largest producer and exporter of natural rubber, accounting for approximately one-third of global output. The total production of natural rubber in Thailand was projected to reach 4.93 million tons in 2025, representing an annual increase of about 2.9% from 2024, while exports were estimated at 4.2 million tons (Krungsri Research, 2024; Sunsirs, 2024). In the domestic context, the Upper Northern provinces have become an increasingly important region for rubber cultivation, expanding rapidly due to government promotion policies and farmers' diversification away from traditional crops. The major rubber-producing provinces in this region include Chiang Mai, Chiang Rai, Phayao, Lamphun, Lampang, Nan, and Mae Hong Son. However, despite the growing plantation area, yields in this region have fluctuated and, in some years, declined more sharply than in other regions of the country. Earlier data from the OAE (2021) indicated that yields fell from 182 kg/rai in 2018 to 178 kg/rai in 2020, while more recent reports estimated the regional yield at approximately 205 kg/rai in 2025 (Sunsirs, 2024). These variations may be attributed to changes in climatic conditions, soil fertility, and differences in production technology and management practices among farmers. Given these conditions, improving the technical efficiency of rubber production in the Upper Northern region is essential for ensuring the sector's sustainability and competitiveness. Therefore, the objectives of this study are (1) to measure the technical efficiency of para rubber production using the Stochastic Frontier Analysis (SFA) approach, and (2) to identify factors contributing to technical inefficiency through a Tobit regression model. The findings will provide valuable insights into resource allocation and technology adoption for smallholder farmers, thereby contributing to productivity enhancement, income improvement, and long-term sustainability of rubber production in the region. This study focuses on smallholder rubber farms located in the Upper Northern region of Thailand, encompassing the provinces of Chiang Mai, Chiang Rai, and Phayao. The research employs a stochastic frontier production-function approach to estimate technical efficiency, complemented by a Tobit model to analyze the determinants of technical inefficiency.

Literature Review

Production

Production involves three interrelated components: (1) inputs, which are the resources used to produce goods and services; (2) the production process, referring to the series of steps that combine inputs and resources to create outputs; and (3) outputs, which are the results or products derived from the production process (Phaithun, 1998). The relationship among these components is represented by the production function (Coelli et al., 2005), which can be expressed as:

$$y = f(x)$$

Where: y = Output

x = Inputs

In the context of Thailand's rubber sector, statistical evidence over the past five years demonstrates changing patterns in cultivation and yield performance. According to the Office of Agricultural Economics (2024), the country's rubber plantation area expanded from approximately 20.46 million rai in 2019 to 22.08 million rai in 2023, while total production fluctuated between 4.6–4.9 million tons annually. However, average yields have declined from 237 kg/rai in 2019 to 213 kg/rai in 2023, reflecting a gradual reduction in productivity despite area expansion (Krungsri Research, 2024; Sunsirs, 2024). The national average yield reported by the Department of Agriculture (2023) remains around 270 kg/rai, suggesting that northern regions lag behind the national mean. This trend indicates possible inefficiencies in resource utilization, climatic limitations, or technological disparities among smallholder farmers. Such quantitative evidence highlights the importance of analyzing the efficiency dimension of rubber production to understand how farmers in emerging regions—especially the Upper North—can optimize resource use under current technological and environmental constraints.

Measuring Technical Efficiency

Technical efficiency refers to the ability of a production unit to maximize output given a set of inputs (Farrell, 1957). The conceptual foundation of efficiency measurement originates from Farrell's (1957) frontier framework, later developed through stochastic and deterministic approaches. Two common analytical tools for measuring efficiency are Stochastic Frontier Analysis (SFA) and Data Envelopment Analysis (DEA). This study adopts the SFA approach using the Cobb–Douglas production function, which considers both random errors and inefficiency components (Meeusen & van Den Broeck, 1977; Aigner et al., 1977; Drinkwater & Harris, 1999; Kumbhakar & Lovell, 2000; Coelli et al., 2005; Songsrirote & Singhapreecha, 2007). The method is widely applied in agricultural economics, offering robust estimates of technical efficiency. For instance, Abdul-Rahaman (2016) evaluated the technical efficiency of small-scale cotton farmers in northern Ghana using SFA and reported that age, education level, family size, and farming experience significantly affected efficiency. Similarly, Pattarakamolse and Chaovanapoonphol (2018) applied SFA to garlic production in Fang District, Chiang Mai Province, and found high levels of efficiency influenced by household-head education, cultivated area, access to water sources, and farming experience. Integrating these perspectives with recent statistical data provides empirical justification for examining technical efficiency in para-rubber production within Thailand's upper northern provinces, where productivity stagnation persists despite continued expansion in plantation area.

Research Methodology

1. Sample Group

The sample group in this study consists of 400 rubber farmers selected from five districts located in the upper northern region of Thailand: Chiang Khong (Chiang Rai Province), Fang and Chiang Dao (Chiang Mai Province), and Chiang Kham and Phu Sang (Phayao Province).

A probability sampling method, specifically stratified random sampling, was employed to ensure that all major rubber-growing areas in the upper northern region were proportionally represented. Each district was treated as a stratum based on the total number of registered rubber farmers in that district, according to the records of the Rubber Authority of Thailand (2024).

The proportionate allocation technique was applied to determine the number of samples in each district, using the following formula:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

where : n_i = number of samples in stratum i ,

N_i = total number of rubber farmers in stratum i ,

N = total population of rubber farmers in all study areas,

n = total sample size (400 farmers).

Data Collection

Primary Data

Primary data were obtained through structured interviews using a pretested questionnaire administered to 400 rubber farmers. The questionnaire covered socioeconomic characteristics, input–output variables, and production conditions related to rubber cultivation.

Secondary Data

Secondary data were collected from published articles, academic journals, research reports, and official documents from relevant institutions such as the Office of Agricultural Economics (OAE) and the Rubber Authority of Thailand (RAOT). These data were used to support the literature review and to define variables in the econometric models.

Data Analysis

Data analysis was divided into two parts: (1) General analysis of the farmers' data, and (2) Analysis of technical efficiency and the factors contributing to technical inefficiency in rubber production. The details are as follows:

2. Descriptive Statistics

General characteristics of the sample were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation.

3. Econometric Analysis

A two-step procedure was applied:

- Step 1: Estimation of technical efficiency using the Stochastic Frontier Analysis (SFA) with the Cobb–Douglas production function and Maximum Likelihood Estimation (MLE) via Frontier 4.1 software.

- Step 2: Examination of determinants of technical inefficiency using the Tobit regression model, where the inefficiency scores obtained from the first step served as the dependent variable.

Variables Used in the Analysis

- Stochastic Frontier Analysis (SFA)

Input:

- Cultivated area
- Number of rubber trees
- Amount and cost of chemical fertilizer
- Amount and cost of urea fertilizer
- Age at which tapping starts
- Tapping period
- Number of laborers
- Use of decomposing agents for leaves

Output:

- Rubber yield

- Tobit Regression Analysis

Independent Variable:

- Number of training sessions attended
- Farmers' experience
- Use of customized fertilizer
- Area characteristics
- Planting distance
- Employment of tapping labor
- Rainfall amount
- Prevalence of rubber diseases
- Government policy support

Dependent Variable

- Technical inefficiency (TI) score obtained from the SFA model

Research Findings

General Information on Farmers

The study revealed that the general characteristics of rubber farmers in the five districts of Northern Thailand's Upper Northern region are as follows: Most of the farmers are male, with an average age of 50 years or older. The average educational level is primary school. The average cultivated area is between 11-20 rai, with an average income from rubber plantations ranging between 50,001-100,000 THB per year. The farmers have an average experience of 11-15 years (Table 1).

Table 1 Summary of General Information on Farmers by District

Area List	Chiang Rai	Phayao		Chiang Mai	
	Chiang Khong	Chiang Kham	Phu Sang	Fang	Chiang Dao
Sample Size	180	70	70	40	40
Average Age (years)	41-50	>50	>50	>50	>50
Education Level	Primary	Primary	Primary	Primary	Primary
Cultivated Area (Rai)	11-20	11-20	≤ 10	11-20	11-20
Income (Baht/Year)	50,001-100,000	50,001-100,000	50,001-100,000	<50,000	50,001-100,000
Experience (years)	≤ 5	11-15	≤ 5	11-15	11-15
Total		400			

Source: Based on the findings of the survey

Results of Technical Efficiency Measurement of Rubber Plantation Using SFA Method

The technical efficiency of rubber plantations was measured using the SFA method in the following northern provinces of Thailand: Chiang Rai Province (Chiang Khong District), Phayao Province (Phu Sang District, and Chiang Kham District), Chiang Mai Province (Fang District, and Chiang Dao District)

Chiang Rai Province

Chiang Khong District

The technical efficiency of farmers is notably high, ranging from 0.901 to 1.000, with 168 farmers (93.33% of the sample) falling within this range. The next most common efficiency level was classified as high (0.701–0.900), comprising 12 farmers (6.67%). When considering the overall technical efficiency of rubber plantations in Chiang Khong District, the maximum technical efficiency observed was 0.957, and the minimum was 0.705 (with a standard deviation of 0.041). The average technical efficiency of rubber plantations was 0.939, or 93.90% of the total potential technical efficiency. This implies that the most efficient production could achieve 100% of the total technical efficiency [TE=1]. However, the average technical efficiency in Chiang Khong District, Chiang Rai Province, reached only 93.90%, indicating that the use of production factors is not yet fully optimized. Farmers could potentially increase their technical efficiency by an additional 6.10% (Table 2).

Table 2 Technical Efficiency Levels in Rubber Plantation, Chiang Rai Province

Technical Efficiency Level (TE)		Chiang Rai Province (Chiang Khong District)	
		Number of Individuals	Percentage
Very Low	[0.000-0.300]	0	0.00
Low	[0.301-0.500]	0	0.00
Moderate	[0.501-0.700]	0	0.00
High	[0.701-0.900]	12	6.67
Very High	[0.901-1.000]	168	93.33
Total		180	100.00
Mean ($\bar{X}$)		0.939	
Maximum (Max)		0.957	
Minimum (Min)		0.705	
Standard Deviation (S.D.)		0.041	

Source: Derived from calculations.

Phayao Province

1. Chiang Kham District

The technical efficiency of rubber plantations in Fang District, Chiang Mai Province, as estimated using the Stochastic Frontier Analysis (SFA) method show that most farmers in Chiang Kham district exhibited very high technical efficiency levels (0.901-1.000). A total of 66 farmers, accounting for 94.29%, fell into this category, while four farmers (5.71%) were classified under the high efficiency level (0.701-0.900).

When considering the overall technical efficiency of rubber plantations in Chiang Kham District, the maximum efficiency observed was 0.995, and the minimum was 0.712 (with a standard deviation of 0.050). The average technical efficiency of rubber plantations was 0.982, or 98.20% of the total potential technical efficiency. This implies that the most efficient production could achieve 100% of the total technical efficiency [TE=1]. However, the average technical efficiency in Chiang Kham District reached only 98.20%, indicating that the use of production factors is not yet fully optimized. Farmers could potentially increase their technical efficiency by an additional 1.80% (Table 3).

2. Phu Sang District

Most farmers in Phu Sang District exhibited high technical efficiency levels (0.701-0.900). A total of 50 farmers, accounting for 71.43%, fell into this category. The medium efficiency level (0.501-0.700) included 17 farmers (24.29%), while two farmers (2.85%) were in the low efficiency category (0.301-0.500), and only one farmer (1.43%) achieved very high efficiency (0.901-1.000). Considering the overall technical efficiency of rubber plantations in Phu Sang District, the maximum efficiency observed was 0.917, and the minimum was 0.311 (with a standard deviation of 0.117). The average technical efficiency of rubber plantations was 0.743, or 74.30% of the total potential technical efficiency. This implies that the most efficient production could achieve 100% of the total technical efficiency [TE=1]. However, the average technical efficiency in Phu Sang District reached only 74.30%, indicating that the use of production factors is not yet fully optimized. Farmers could potentially increase their technical efficiency by an additional 25.70% (Table 3).

Table 3 Technical Efficiency Levels (TE) in Rubber Plantation, Phayao Province

Technical Efficiency Level (TE)		Phayao Province			
		Phu Sang District		Chiang Kham District	
		Number of Individuals	Percentage (%)	Number of Individuals	Percentage (%)
Very Low	[0.000-0.300]	0	0.00	0	0.00
Low	[0.301-0.500]	2	2.85	0	0.00
Moderate	[0.501-0.700]	17	24.29	0	0.00
High	[0.701-0.900]	50	71.43	4	5.71
Very High	[0.901-1.000]	1	1.43	66	94.29
Total		70	100.00	70	100.00
Mean ($\bar{X}$)		0.743		0.982	
Maximum (Max)		0.917		0.995	
Minimum (Min)		0.311		0.712	
Standard Deviation (S.D.)		0.117		0.117	

Source: Derived from calculations.

Chiang Mai Province

1. Fang District

The technical efficiency of rubber plantations in Fang District, Chiang Mai Province, as estimated using the Stochastic Frontier Analysis (SFA) method, indicates that the majority of farmers demonstrate high efficiency levels (0.701–0.900). A total of three farmers, accounting for 82.50%, fall into this category. Following this, four farmers (10.00%) achieved very high efficiency (0.901–1.000), while three farmers (7.50%) were classified under the medium efficiency level (0.501–0.700). When considering the overall technical efficiency of rubber plantations in Fang District, the maximum efficiency observed was 0.911, and the minimum was 0.568 (with a standard deviation of 0.080). The average technical efficiency was 0.801, or 80.10% of the total potential technical efficiency. This implies that the most efficient production could achieve 100% of the total technical efficiency [TE=1]. However, the average technical efficiency in Fang District reached only 80.10%, indicating that the use of production factors is not yet fully optimized. Farmers could potentially increase their technical efficiency by an additional 19.90% (Table 4).

2. Chiang Dao District

The technical efficiency of rubber plantations in Chiang Dao District, Chiang Mai Province, measured using the SFA method, indicates that most farmers exhibited very high technical efficiency levels (0.901–1.000). A total of 34 farmers, accounting for 85.00%, fall into this category. Following this, four farmers (10.00%) were classified under the high efficiency level (0.701–0.900), while two farmers (5.00%) exhibited medium efficiency (0.501–0.700). When considering the overall technical efficiency of rubber plantations in Chiang Dao District, the maximum efficiency observed was 0.947, and the minimum was 0.684 (with a standard deviation of 0.061). The average technical efficiency was 0.911, or 91.10% of the total potential technical efficiency. This implies that the most efficient production could achieve 100% of the total technical efficiency [TE=1]. However, the average technical efficiency in Chiang Dao District reached only 91.10%, indicating that the use of production factors is not yet fully optimized. Farmers could potentially increase their technical efficiency by an additional 8.90% (Table 4).

Table 4 Technical Efficiency Levels (TE) in Rubber Plantation, Chiang Mai Province

Technical Efficiency Level (TE)		Chiang Mai Province			
		Fang District		Chiang Dao District	
		Number of Individuals	Percentage (%)	Number of Individuals	Percentage (%)
Very Low	[0.000-0.300]	0	0.00	0	0.00
Low	[0.301-0.500]	0	0.00	0	0.00
Moderate	[0.501-0.700]	3	7.50	2	5.00
High	[0.701-0.900]	33	82.50	4	10.00
Very High	[0.901-1.000]	4	10.00	34	85.00
Total		40	100.00	40	100.0

Table 4 Technical Efficiency Levels (TE) in Rubber Plantation, Chiang Mai Province (Cont)

Technical Efficiency Level (TE)	Chiang Mai Province			
	Fang District		Chiang Dao District	
	Number of Individuals	Percentage (%)	Number of Individuals	Percentage (%)
Mean ($\bar{X}$)	0.801		0.911	
Maximum (Max)	0.911		0.947	
Minimum (Min)	0.568		0.684	
Standard Deviation (S.D.)	0.080		0.061	

Source: Derived from calculations.

Overall Efficiency Measurement Across the Five Districts

The technical efficiency of rubber plantations across five key districts in the provinces of Phayao, Chiang Mai, and Chiang Rai was measured using the Stochastic Frontier Analysis (SFA) method. The study found that three districts achieved very high levels of technical efficiency: Chiang Khong District in Chiang Rai Province, Chiang Kham District in Phayao Province, and Chiang Dao District in Chiang Mai Province, with average technical efficiency scores of 0.9392, 0.9111, and 0.9817, respectively. The other two districts, Fang District in Chiang Mai Province and Phu Sang District in Phayao Province, achieved high levels of efficiency, with average technical efficiency scores of 0.8014 and 0.7429, respectively (as shown in Figure 1). However, the average efficiency scores across all five districts indicate that the use of production factors is not yet fully optimized. This suggests that farmers could still enhance their technical efficiency to achieve maximum production efficiency [TE=1].

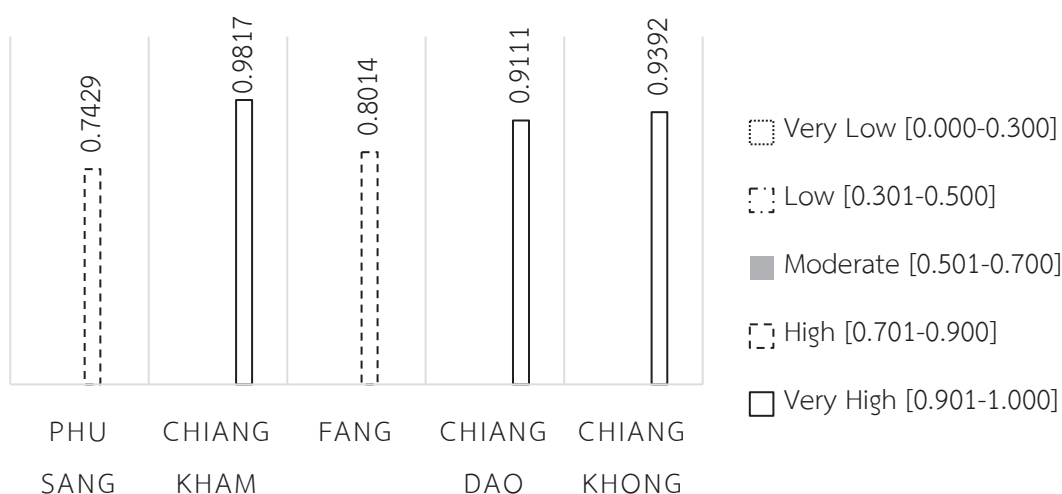


Figure 1 Technical Efficiency Levels of Rubber Plantations in the Five Districts

Analysis of Factors Affecting Technical Inefficiency in Rubber Plantations

The factors contributing to technical inefficiency in rubber plantations were analyzed using the Tobit model. The study revealed that in the upper northern region of Thailand, several variables significantly impact technical inefficiency at the 90% and 95% confidence levels. These variables include the number of training sessions attended, farming experience, employment of tappers, and rainfall amount.

This means that as farmers participate in more training sessions and gain more experience in rubber cultivation, their skills and expertise in rubber planting improve. Additionally, increased rainfall positively impacts rubber tree growth, leading to higher yields. On the other hand, hiring workers for tapping during the harvest season is a practical choice, but it raises production costs. Moreover, if the hired tappers lack experience, the quantity of latex obtained may decrease.

Table 5 Tobit Model Estimation Results

Factor	Tobit Model	
	Coefficient	Sig.
Constant	0.9197	0.0000
Number of Training Sessions (Z_1)	-0.0015	0.0882*
Experience (Z_2)	-0.0231	0.0929*
Customized Fertilizer Usage (Z_3)	0.0017	0.2296 ^{ns}
Land Characteristics (Z_4)	-0.0099	0.4602 ^{ns}
Planting Distance (Z_5)	0.0125	0.3791 ^{ns}
Hired Tapping (Z_6)	-0.0287	0.0336**
Rainfall (Z_7)	-0.0759	0.0286**
Rubber Tree Diseases (Z_8)	0.0192	0.2287 ^{ns}
Government Policies (Z_9)	-0.0242	0.1934 ^{ns}

Source: Derived from calculations

Note: * Statistical significance at the 90% confidence level

** Statistical significance at the 95% confidence level

*** Statistical significance at the 99% confidence level

ns Not statistically significant

Conclusion

This study employed the Stochastic Frontier Analysis (SFA) to evaluate the technical efficiency of rubber cultivation in five key districts of Thailand's upper northern region. The findings revealed that farmers in Chiang Khong (Chiang Rai Province), Chiang Kham (Phayao Province), and Chiang Dao (Chiang Mai Province) demonstrated very high technical efficiency (0.901–1.000), while those in Fang (Chiang Mai Province) and Phu Sang (Phayao Province) exhibited high efficiency (0.701–0.900). These results indicate that, although the rubber farmers in the study areas perform relatively efficiently, none have yet reached their full production potential (TE = 1.00). Thus, improvements in input allocation and management practices remain necessary to enhance productivity. The Tobit regression analysis, conducted at the 90% and 95% confidence levels, identified four variables that significantly influence technical inefficiency: (1) frequency of training sessions, (2) farming experience, (3) employment of tapping labor, and (4) rainfall levels. Specifically, farmers with greater experience and more training opportunities tended to achieve higher efficiency, whereas overreliance on hired tappers was associated with increased inefficiency, likely due to inconsistent tapping quality and higher labor costs. These findings are consistent with several previous studies in the field of

agricultural efficiency. For instance, Abdul-Rahaman (2016) found that education and experience positively affected cotton farmers' technical efficiency in Northern Ghana, emphasizing the role of human capital in improving agricultural performance. Similarly, Pattarakamolse and Chaovanapoonphol (2018) reported that garlic farmers in Fang District, Chiang Mai, benefited from training and experience in achieving higher production efficiency—a result that aligns closely with the present study's findings for rubber farmers in the same region. Moreover, the present study's observation that rainfall positively affects efficiency emphasizes the critical role of climatic conditions in rubber production. Adequate and well-distributed rainfall supports optimal latex flow, reduces tree stress, and enhances the overall productivity of rubber plantations. Conversely, the inefficiency associated with dependence on hired tappers highlights the importance of effective labor management. Overreliance on external labor can lead to inconsistent tapping practices, increased production costs, and reduced long-term efficiency due to variations in skill levels and limited supervision. From a broader perspective, these findings suggest that the determinants of technical efficiency in rubber production are multifaceted, integrating both human and environmental dimensions. Knowledge acquisition through training, experience-based learning, and adaptive management under changing climatic conditions are essential for achieving optimal performance. Meanwhile, structural challenges related to labor organization and resource utilization continue to constrain farmers from reaching their full productive potential.

Recommendations

1. Production Recommendations: The study indicates that although most districts demonstrate high levels of technical efficiency, some show considerably low efficiency. This variation is likely attributed to differences in management practices or imbalances in production inputs. To improve efficiency, farmers should adopt better management strategies, including optimizing planting density, regulating fertilizer application, and enhancing their understanding of efficient rubber production techniques.

2. Policy Recommendations: Existing rubber production policies in Thailand have been insufficient in addressing these issues. It is recommended that the government formulate more targeted and supportive policies for rubber farmers. Additionally, adopting best practices from countries with successful rubber sector strategies could enhance the effectiveness of Thailand's policy framework.

References

- Abdul-Rahaman, A. (2016). Stochastic frontier analysis (SFA) of technical efficiency: Insights from smallholder cotton farmers in the Northern Region of Ghana. *Global Journal of Agricultural Economics, Extension and Rural Development*, 4(1), 361–367.
- Aigner, D., Lovell, C. A. K., & Schmidt, P. (1977). Formulation and estimation of stochastic frontier production function models. *Journal of Econometrics*, 6(1), 21–37.
- Coelli, T. J., Prasada Rao, D. S., O'Donnell, C. J., & Battese, G. E. (2005). *An introduction to efficiency and productivity analysis*. Springer US.
- Department of Agriculture. (2023). Agricultural production data of Thailand 2023. *Ministry of Agriculture and Cooperatives*. <https://www.doa.go.th> [in Thai]
- Drinkwater, S., & Harris, R. (1999). Frontier 4.1: A computer program for stochastic frontier production and cost function estimation. *The Economic Journal*, 109(456), F453–F458.
- Farrell, M. J. (1957). The measurement of productive efficiency. *Journal of the royal statistical society series a: statistics in society*, 120(3), 253–281.

- Krungsri Research. (2024). *Rubber industry outlook 2025–2027*. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/agriculture/rubber/io/rubber-2025-2027> [in Thai]
- Meeusen, W., & van Den Broeck, J. (1977). Efficiency estimation from Cobb–Douglas production functions with composed error. *International Economic Review*, 18(2), 435–444.
- Office of Agricultural Economics. (2024). *Agricultural statistics of Thailand 2024*. <https://www.oae.go.th> [in Thai]
- Pattarakamol, C., & Chaovanapoonphol, Y. (2018). Technical efficiency of garlic production in Fang District, Chiang Mai Province. *Khon Kaen Agriculture Journal*, 46(2), 359–366. [in Thai]
- Phaithun, R. (1998). *Agricultural product marketing* (3rd ed.). Thai Wattana Panich Press. [in Thai]
- Rubber Authority of Thailand. (2024). *Rubber statistics report 2024*. <https://www.raot.co.th> [in Thai]
- Songsrirote, N., & Singhapreecha, T. (2007). *Production efficiency analysis in Thai agriculture*. Faculty of Economics. Chulalongkorn University. [in Thai]
- Sunsirs. (2024, November 27). *Thailand natural rubber production outlook 2025*. https://www.sunsirs.com/uk/detail_news-23786.html

การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นและการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรที่ส่งผลต่อการลดต้นทุน
ในกระบวนการผลิต กรณีศึกษา บริษัทผลิตชิ้นส่วนทองเหลือง ในเครื่องปรับอากาศแห่งหนึ่ง ในจังหวัด
ปทุมธานี

The Effect of Japanese Production Management and total Quality Management
on Reducing Production cost: a Case Study of a brass Component Manufacturing
Company for air Conditioners in Pathum Thani Province.

ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Dr. Boonyada Nasomboon

Assistant Professor in the Master of Business Administration (Japanese Business Administration)

Faculty of Business Administration, Thai-Nichi Institute of Technology

E-mail: boonyada@tni.ac.th; Ph: 081-295-2450

เสาวลักษณ์ ทองเอียด

นักศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Saowalak Thongead

Graduate Student in Master of Business Administration (Japanese Business Administration)

Faculty of Business Administration, Thai-Nichi Institute of Technology

E-mail: Th.Saowalak_st@tni.ac.th; Ph: 092-974-9791

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 5 ตุลาคม 2568
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 27 ตุลาคม 2568
ครั้งที่ 2	: 9 พฤศจิกายน 2568
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 2 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร และการลดต้นทุนการผลิต 2) การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต และ 3) การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานแผนกผลิตของบริษัทผลิตชิ้นส่วนทองเหลืองในเครื่องปรับอากาศแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 110 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร และการลดต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.81 และ 4.07 ตามลำดับ 2) การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานและด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องร่วมกันทำนายการลดต้นทุนการผลิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุร้อยละ 42.90 และ 3) การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานร่วมกันทำนายการลดต้นทุนการผลิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดยมีสัมประสิทธิ์การตัดสินใจโดยรวมร้อยละ 52.90 จากผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นและการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อก่อให้เกิดการลดต้นทุนในกระบวนการผลิตและส่งเสริมการทำงานอย่างเป็นระบบตอบสนองต่อความมั่นคงขององค์กร

คำสำคัญ: การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) การลดต้นทุนการผลิต

Abstract

This research aimed to study: 1) the levels of Japanese manufacturing management, total quality management, and production cost reduction; 2) the aspects of Japanese manufacturing management that affect production cost reduction; and 3) the aspects of total quality management that affect production cost reduction. Data were collected through an online questionnaire administered to 110 production employees of an air conditioner brass parts manufacturing company in Pathum Thani Province. The data were analyzed using descriptive statistics, Pearson's product-moment correlation coefficient, and multiple regression analysis. The results showed that: 1) the levels of Japanese manufacturing management, total quality management, and production cost reduction were all high, with mean scores of 3.50, 3.81, and 4.07, respectively; 2) aspects of Japanese manufacturing management—specifically operating standards and continuous improvement activities—jointly and significantly predicted production cost reduction at the 0.01 level, with a coefficient of determination of 42.90%; and 3) aspects of total quality management—specifically quality and process improvement and employee participation—jointly and significantly predicted production cost reduction at the 0.01 and 0.05 levels, with an overall coefficient of determination of 52.90%. The findings can be used as guidelines for implementing Japanese manufacturing management and total quality management throughout the organization to reduce production costs and promote systematic operations that support organizational stability.

Keywords: Japanese production management, Total quality management, Cost reduction

บทนำ

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2567 มีแนวโน้มที่จะปรับตัวสูงขึ้นจากปี 2566 จากปัจจัยการขยายตัวของภาคการส่งออก โดยมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมอยู่ที่ 23,195 ล้านดอลลาร์ สรอ. ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 นอกจากนี้การลงทุนของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีมูลค่าลงทุนรวมอยู่ที่สัดส่วนร้อยละ 25.9 ซึ่งหากเกิดการลงทุนขึ้นจริงจะช่วยเพิ่มการลงทุนภายในประเทศในปี 2567 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2023) กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น มีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 8 ในปี 2567 เนื่องจากทิศทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เช่น สหรัฐฯ และจีนที่คาดว่าเศรษฐกิจจะเริ่มฟื้นตัวขึ้น นอกจากนี้อัตราการถือครองเครื่องปรับอากาศในตลาดภูมิภาคเอเชียยังต่ำกว่าร้อยละ 20 ซึ่งยังมีโอกาสที่จะเติบโตขึ้นได้ (The Federation of Thai Industries, 2024)

บริษัทผลิตชิ้นส่วนทองเหลืองในเครื่องปรับอากาศแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี มีการส่งขายชิ้นส่วนทองเหลืองจำนวน 66.9 ล้านชิ้น จากข้อมูลการขายในปี 2565 และในปี 2566 มีการชะลอตัวของการสั่งซื้อชิ้นส่วนทองเหลืองในเครื่องปรับอากาศลง และลูกค้าบางรายมีการขอยกเลิกการซื้อขายเนื่องจากบริษัทไม่สามารถทำการแข่งขันด้านราคากับผู้ผลิตรายอื่นได้ ทำให้อยอดขายลดลงอยู่ที่ 50 ล้านชิ้น เมื่อราคาไม่อาจแข่งขันได้ผู้ผลิตจำเป็นต้องมุ่งเน้นความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ความสามารถทางการแข่งขันเกิดจากการได้เปรียบด้านปัจจัยการผลิตหรือการบริหารคุณภาพ Lertnaisat (2007) กล่าวว่า กิจกรรมการลดต้นทุนดำเนินการเพื่อการรักษากำไรด้วยการวางแผนและลดต้นทุนรวมให้มีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตอันเป็นภาระหลักของต้นทุนรวม ซึ่งบริษัทที่ศึกษานั้นต้นทุนส่วนใหญ่ (80%) จะเป็นต้นทุนของวัตถุดิบซึ่งไม่สามารถลดได้ และต้นทุนการผลิตและอื่นๆ (20%) เป็นต้นทุนที่สามารถทำการปรับปรุงได้ การจัดการคุณภาพในประเทศญี่ปุ่นเป็นผลมาจากองค์กรญี่ปุ่นได้พัฒนาชุดเครื่องมือเฉพาะและเทคนิคในการแสวงหาความเป็นเลิศทางธุรกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง (Shrafat & Ismail, 2019) การบริหารจัดการองค์กรในภาคอุตสาหกรรมสิ่งสำคัญที่สุดคือการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตซึ่งเป็นต้นทางที่จะทำให้องค์กรสามารถทำกำไรและบรรลุเป้าหมายในการบริหารธุรกิจได้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตองค์กรต้องเข้าใจกระบวนการผลิตของตนเองมีจุดบกพร่องที่ใดและจะอย่างไรเพื่อแก้ไขปัญหานั้น กล่าวคือต้องเข้าใจสภาพปัจจุบันในกระบวนการผลิตของตนเองก่อนแล้วใช้เครื่องมือมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยปรับปรุงกระบวนการผลิต เครื่องมือสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการผลิตแบบญี่ปุ่น อาทิเช่น การบำรุงรักษาที่ทุกคน

มีส่วนร่วม (Total Productive Maintenance) การมีมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standardized Work หรือ Work Instructions : WI) เป็นการมีระบบเอกสารอ้างอิงไว้เป็นมาตรฐานเพื่อให้พนักงานทำงานอย่างถูกวิธีและลดปัญหาที่เคยเกิดขึ้น การขจัดความสูญเปล่า (Eliminating Waste) เป็นการกำจัดหรือยกเลิกกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าหรือไม่จำเป็น กิจกรรมที่อันตราย ไม่มีประสิทธิภาพและซ้ำซ้อน และการให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Kaizen) ซึ่งการผลักดันการใช้เครื่องมือให้เกิดประโยชน์ส่งผลทางตรงกับการบริหารคุณภาพด้านผลผลิต คุณภาพ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย และการส่งมอบ (Nasomboon, 2020 ; Tangpaithoon, 2021; Sirikasemsuk, 2022)

นอกจากนี้บริษัทยังนำการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) มาช่วยปรับปรุงกระบวนการผลิตโดย Simachokdee (2007) กล่าวว่า การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เป็นวิธีการบริหารจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศ มุ่งเน้นความต้องการของลูกค้าและคุณภาพเป็นศูนย์กลาง โดยที่ทุกคนมีส่วนร่วมปรับปรุงกระบวนการและสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dimitrantzou et al. (2022) ที่ศึกษาบทบาทของวัฒนธรรมองค์กรในการนำการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรมาใช้และต้นทุนคุณภาพ ผลพบว่าการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรที่ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การวางแผนคุณภาพเชิงกลยุทธ์ การบริหารและการมีส่วนร่วมของพนักงาน การมุ่งเน้นลูกค้า การบริหารจัดการกระบวนการ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ และการจัดการความรู้และการศึกษา ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการลดต้นทุนด้านการปฏิบัติตามมาตรฐาน เช่น การอบรม การตรวจสอบคุณภาพ และการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นและการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต กรณีศึกษา บริษัทผลิตชิ้นส่วนทองเหลืองในเครื่องปรับอากาศแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร และการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต
2. เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นประกอบด้วย: ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standardized Work หรือ Work Instructions: WI) ด้านการขจัดความสูญเปล่า (Eliminating Waste) และด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Kaizen) ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต (Cost Reduction)
3. เพื่อศึกษาการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ประกอบด้วย: ด้านภาวะผู้นำ (Leadership) ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus) ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Engagement) และด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ (Quality and Process Development) ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต (Cost Reduction)

สมมติฐานของการวิจัย

1. การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นประกอบด้วย: ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standardized Work หรือ Work Instructions: WI) ด้านการขจัดความสูญเปล่า (Eliminating Waste) และด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Kaizen) ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต (Cost Reduction)
2. การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ประกอบด้วย: ด้านภาวะผู้นำ (Leadership) ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus) ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Engagement) และด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ (Quality and Process Development) ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต (Cost Reduction)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. องค์กรสามารถทราบระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิตมากน้อยเพียงใด และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. องค์กรสามารถนำผลการวิจัยเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต นอกจากนี้องค์กรสามารถวางแผนการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อเพิ่มทักษะของพนักงานต่อไป

3. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นกรณีศึกษา หรือเป็นฐานข้อมูลอ้างอิงสำหรับการศึกษาและงานวิจัยต่อยอดในอนาคต เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการด้านการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น

การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น หมายถึง การนำเครื่องมือการจัดการแบบญี่ปุ่น มาช่วยในการขจัดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการ และปรับปรุงคุณภาพและกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยการปรับปรุงต่างๆควรกำหนดให้เป็นมาตรฐาน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ ในระยะเวลาและปริมาณที่กำหนด โดยใช้ปัจจัยการผลิตจำนวนน้อยที่สุด เพื่อให้เกิดต้นทุนการผลิตที่ต่ำที่สุด (Shrafat & Ismail, 2019) นอกจากนี้ Tangpaithoon (2021) กล่าวว่า ไคเซ็น (Kaizen) เป็นวิธีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการทำงานที่ดีขึ้นในลักษณะของการปรับปรุงแบบต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด และในการขจัดความสูญเปล่า (Eliminating Waste) โดยที่ความสูญเปล่าในโรงงานอุตสาหกรรมแฝงตัวอยู่ในทุกกระบวนการผลิตตั้งแต่วัตถุดิบเข้ามาจนถึงการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตลดลง ดังนั้น ในการทำงานก็ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด (Nasomboon, 2020) พบว่า มาตรฐานการปฏิบัติงาน และการขจัดความสูญเปล่า มีอิทธิพลทางตรงต่อการลดต้นทุนด้านผลิตภาพ คุณภาพ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย และการส่งมอบ

งานวิจัยครั้งนี้ได้ให้คำนิยามมาตรฐานการปฏิบัติงาน การขจัดความสูญเปล่า และกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องไว้ดังนี้

1. มาตรฐานการปฏิบัติงาน (Work Instructions : WI) หมายถึง วิธีการทำงาน และลำดับขั้นตอนการทำงานที่เหมาะสมที่สุด ที่ถูกกำหนดให้เป็นมาตรฐาน และสื่อสารให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง
2. การขจัดความสูญเปล่า (Eliminating Waste) หมายถึง การกำจัดความสูญเสียหรือสูญเปล่าต่างๆ ที่แอบแฝงอยู่ในกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ได้แก่ การผลิตของเสียและการแก้ไขงานเสีย (Defect/Rework) การรอคอย (Idle Time/Delay) และการเคลื่อนไหวที่มากเกินไป (Motion)
3. กิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Kaizen) หมายถึง การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องที่ละเล็กละน้อยอย่างสม่ำเสมอ โดยที่ทุกคนมีส่วนร่วมในการปรับปรุง

การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร

การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) หมายถึง การบริหารองค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพ โดยพนักงานทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการและสภาพแวดล้อมการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดย Simachokdee (2000) กล่าวว่า หลักการสำคัญของ TQM มี 3 ประการ ได้แก่ การมุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Customer Focus) การมุ่งเน้นในการปรับปรุงกระบวนการ (Process Improvement) และการมุ่งเน้นในความร่วมมือดำเนินการของทุกคนในองค์กร (Total Involvement) โดยใช้เครื่องมือและเทคนิคต่างๆ ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้ามาช่วยในการจัดการ Simachokdee (2007) กล่าวว่า การปฏิบัติการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ประกอบด้วย 4 วิธี ได้แก่ การมุ่งเน้นที่ลูกค้า การปรับปรุงกระบวนการ การให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม และการบูรณาการและจัดแถวเพื่อผลสัมฤทธิ์ และปัจจัยสนับสนุนให้ TQM ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ โครงสร้างขององค์กร ระบบการบริหารจัดการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การศึกษาและฝึกอบรม การติดต่อสื่อสาร การให้รางวัลและการจูงใจ การวัดผลงานหรือการกำหนดตัวชี้วัด และวัฒนธรรมองค์กร Dimitrantzou et al. (2022) พบว่า การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ที่ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การวางแผนคุณภาพเชิงกลยุทธ์ การบริหารและการมีส่วนร่วมของพนักงาน การมุ่งเน้นลูกค้า การบริหารจัดการกระบวนการ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องช่วยลดต้นทุนความผิดพลาดและของเสีย นอกจากนี้ Al Zawamri et al. (2025) พบว่าการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความสามารถในการผลิต

งานวิจัยครั้งนี้ได้ให้คำนิยามมาตรฐานการปฏิบัติงาน การขจัดความสูญเปล่า และกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องไว้ดังนี้

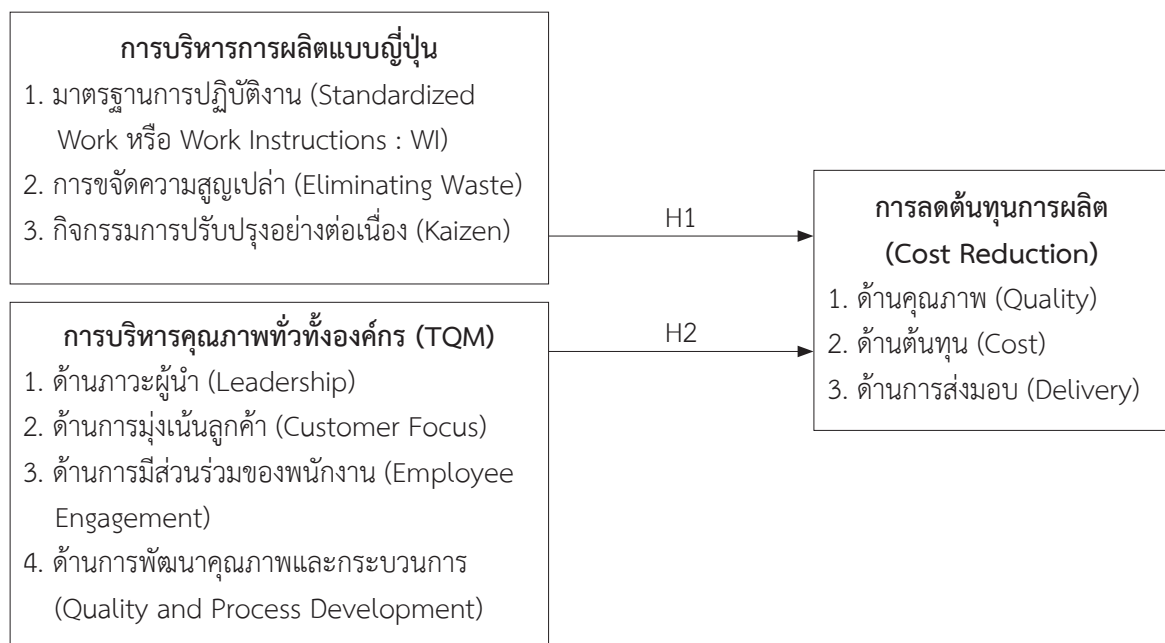
1. ด้านภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง ผู้จัดการที่มีคุณลักษณะเป็นผู้ริเริ่มในการเป็นตัวอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามนโยบายคุณภาพที่ได้กำหนดออกมา มีการสื่อสารเป้าหมายและนโยบายคุณภาพให้กับพนักงาน ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งติดตามความคืบหน้าและสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
2. ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus) หมายถึง การที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับข้อกำหนด Drawing specifications หรือความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยมีการสื่อสารข้อร้องเรียน (Claim) จากลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า
3. ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Engagement) หมายถึง การมุ่งเน้น สนับสนุน และสร้างบรรยากาศให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
4. ด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ (Quality and Process Development) หมายถึง การที่ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ เพื่อปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยที่ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วม

การลดต้นทุนการผลิต (Cost Reduction)

ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ให้คำนิยามการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต (Cost Reduction) หมายถึง ผลลัพธ์ของการจัดการกระบวนการและการทำงานปรับปรุง โดยการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ (Quality) ด้วยต้นทุน (Cost) ที่เหมาะสม และการส่งมอบ (Delivery) ผลิตภัณฑ์ในเวลาที่ถูกค่าต้องการ โดยมาจาก Danthamrongkul (2022) ที่กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ประสิทธิภาพมักถูกวัดในรูปของต้นทุนหรือจำนวนทรัพยากรที่ใช้ไปเมื่อเทียบกับผลงานหรือผลผลิตที่ได้ เช่น ต้นทุน แรงงาน เวลาที่ใช้ และ Suthikhajornkitkarn (2004) ที่กล่าวว่า ตัวชี้วัดสำหรับวัดความสามารถในการผลิตแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภาพ ด้านคุณภาพ ด้านต้นทุน ด้านการส่งมอบ ด้านความปลอดภัย และด้านขวัญและกำลังใจของพนักงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานระดับปฏิบัติการของแผนกผลิต Production 1 และแผนกผลิต Production 2 ของบริษัทผลิตชิ้นส่วนทองเหลืองในเครื่องปรับอากาศแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี โดยประชากรมีจำนวนทั้งสิ้น 118 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มกราคม 2568)

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ได้รับการตอบกลับจำนวน 110 คน โดยกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำคือ 92 คน ตามตารางของ (Krejcie and Morgan, 1970)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ และจัดส่งให้กับกลุ่มตัวอย่างในแผนกผลิตทั้ง 118 คน โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ได้รับการตอบกลับจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 93.22 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) เพื่อสอบถามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับองค์กร ตำแหน่งงานปัจจุบัน และแผนก จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามปลายปิดที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด, 5 = มากที่สุด) ตามแนวคิดของ Tangpaithoon (2021) และปรับเรียบเรียงข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยข้อคำถามประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน จำนวน 3 ข้อ ด้านการจัดความสูญเสียเปล่า จำนวน 4 ข้อ และด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง จำนวน 6 ข้อ รวม 13 ข้อ

ส่วนที่ 3 การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามปลายปิดที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด, 5 = มากที่สุด) ตามแนวคิดของ Simachokdee (2000) และปรับเรียบเรียงข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยข้อคำถามประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ จำนวน 5 ข้อ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน จำนวน 4 ข้อ และด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ จำนวน 9 ข้อ รวม 22 ข้อ

ส่วนที่ 4 การลดต้นทุนการผลิต ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามปลายปิดที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด, 5 = มากที่สุด) ตามแนวคิดของ Simachokdee (2000) และปรับเรียบเรียงข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยข้อคำถามประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ จำนวน 4 ข้อ ด้านต้นทุน จำนวน 3 ข้อ ด้านการส่งมอบ จำนวน 4 ข้อ รวม 11 ข้อ

การทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย นำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อทดสอบความตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) และความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผลการทดสอบได้ค่าความตรง 0.87-1.00 และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) จำนวน 30 คน ผลการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient (Cronbach, 1990) มีค่าระหว่าง 0.705-0.935

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ข้อมูลระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร และการลดต้นทุนการผลิต โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแปลผลและการจัดอันดับ
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร และการลดต้นทุนการผลิต โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)
4. การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) การลดต้นทุนการผลิต ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	1. ชาย	40	36.40
	2. หญิง	70	63.60
อายุ	1. ไม่เกิน 25 ปี	16	14.50
	2. 26-35 ปี	51	46.40
	3. 36-45 ปี	31	28.20
	4. 46 ปีขึ้นไป	12	10.90
ระดับการศึกษาสูงสุด	1. มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	66	60.00
	2. อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	31	28.20
	3.ปริญญาตรี	13	11.80
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับองค์กร	1. ไม่เกิน 5 ปี	59	53.60
	2. 6-10 ปี	32	29.10
	3. 11-15 ปี	13	11.80
	4. 16 ปีขึ้นไป	6	5.50
ตำแหน่งงานปัจจุบัน	1. ระดับปฏิบัติการ (Staff)	71	64.50
	2. หัวหน้างานระดับ Asst.Leader/Leader	31	28.20
	3. หัวหน้างานระดับ Asst.Supervisor/Supervisor	8	7.30
หน่วยงานที่สังกัด	1. แผนกผลิต Production 1	41	37.30
	2. แผนกผลิต Production 2	69	62.70

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 70 คน (ร้อยละ 63.60) เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 51 คน (ร้อยละ 46.40) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 66 คน (ร้อยละ 60.00) จำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับองค์กร ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับองค์กรไม่เกิน 5 ปี จำนวน 59 คน (ร้อยละ 53.60) จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับระดับปฏิบัติการ (Staff) จำนวน 71 คน (ร้อยละ 64.50) และเมื่อจำแนกตามแผนก ส่วนใหญ่อยู่แผนกผลิต Production 2 จำนวน 69 คน (ร้อยละ 62.70)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น

ระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 (S.D. = 0.429) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 (S.D. = 0.541) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ มีมาตรฐานการทำงานที่ระบุวิธีการทำงาน และลำดับขั้นตอนการทำงานไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.41 (S.D. = 0.668) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ปฏิบัติงานตามมาตรฐานการทำงานที่ระบุวิธีการทำงาน และลำดับขั้นตอนการทำงานที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ย 4.37 (S.D. = 0.648) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายคือ เข้าใจมาตรฐานการทำงานที่ระบุวิธีการทำงาน และลำดับขั้นตอนการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.35 (S.D. = 0.615) อยู่ในระดับมากที่สุด ดังตารางที่ 2

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น ด้านการจัดความสุญญเปล่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 (S.D. = 3.286) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ ใช้เวลาในการผลิตชิ้นงานดีเมื่อเทียบกับเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.62 (S.D. = 1.092) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เห็นเพื่อนร่วมงานใช้เวลาในการผลิตชิ้นงานดีเมื่อเทียบกับเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.40 (S.D. = 1.077) อยู่ในระดับมาก ถัดมาคือ ต้องเดินไปหยิบชิ้นงานที่ถูกจัดเก็บไว้ไกลจากพื้นที่การทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.24 (S.D. = 1.050) อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้ายคือ ต้องรอคอยชิ้นงานจากกระบวนการก่อนหน้าระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 2.92 (S.D. = 0.791) อยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่าพนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับการกำจัดความสุญญเปล่าและสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการควบคุมกระบวนการผลิตได้เป็นอย่างดีส่งผลให้ใช้เวลาในการผลิตชิ้นงานดีได้ตามเป้าหมาย แต่องค์กรมีการจัดการเรื่องการรอคอยอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากมีการรอคอยชิ้นงานจากกระบวนการก่อนหน้า ซึ่งเป็นส่วนที่ยังสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ ดังตารางที่ 2

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น ด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 (S.D. = 0.602) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ กิจกรรมไคเซ็นทำให้งานของท่านดีขึ้นหรือรวดเร็วขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.96 (S.D. = 0.703) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มุ่งมั่นในการทำกิจกรรมไคเซ็นเพื่อปรับปรุงการทำงานของท่านให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.80 (S.D. = 0.688) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ นำความรู้ความเข้าใจเรื่องกิจกรรมไคเซ็นมาวางแผนการปรับปรุงการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.67 (S.D. = 0.779) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 4 คือ มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมไคเซ็น มีค่าเฉลี่ย 3.51 (S.D. = 0.821) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 5 คือ คิดว่าเพื่อนร่วมงานนำความรู้ความเข้าใจเรื่องกิจกรรมไคเซ็นมาวางแผนการปรับปรุงการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.42 (S.D. = 0.734) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ คิดว่าเพื่อนร่วมงานมีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมไคเซ็น มีค่าเฉลี่ย 3.35 (S.D. = 0.735) อยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น	3.50	0.429	มาก
ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (WI)	4.38	0.541	มากที่สุด
ท่านมีมาตรฐานการทำงาน (WI) ที่ระบุวิธีการทำงาน และลำดับขั้นตอนการทำงานไว้อย่างชัดเจน	4.41	0.668	มากที่สุด
ท่านเข้าใจมาตรฐานการทำงาน (WI) ที่ระบุวิธีการทำงาน และลำดับขั้นตอนการทำงาน	4.35	0.615	มากที่สุด
ท่านปฏิบัติงานตามมาตรฐานการทำงาน (WI) ที่ระบุวิธีการทำงาน และลำดับขั้นตอนการทำงานที่กำหนดไว้	4.37	0.648	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการจัดความสูญเสีย (EW)	4.75	3.286	มากที่สุด
ท่านใช้เวลาในการผลิตชิ้นงานดีเมื่อเทียบกับเป้าหมาย	3.62	1.092	มาก
ท่านเห็นเพื่อนร่วมงานใช้เวลาในการผลิตชิ้นงานดีเมื่อเทียบกับเป้าหมาย	3.40	1.077	มาก
ท่านต้องรอคอยชิ้นงานจากกระบวนการก่อนหน้าระยะเวลานาน	2.92	0.791	ปานกลาง
ท่านต้องเดินไปหยิบชิ้นงานที่ถูกจัดเก็บไว้ไกลจากพื้นที่การทำงานของท่าน	3.24	1.050	มาก
ด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (KZ)	3.62	0.602	มาก
ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมไคเซ็น	3.51	0.821	มาก
ท่านคิดว่าเพื่อนร่วมงานมีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมไคเซ็น	3.35	0.735	ปานกลาง
ท่านนำความรู้ความเข้าใจเรื่องกิจกรรมไคเซ็นมาวางแผนการปรับปรุงการทำงานของท่าน	3.67	0.779	มาก
ท่านคิดว่าเพื่อนร่วมงานนำความรู้ความเข้าใจเรื่องกิจกรรมไคเซ็นมาวางแผนการปรับปรุงการทำงานของท่าน	3.42	0.734	มาก
ท่านมุ่งมั่นในการทำกิจกรรมไคเซ็นเพื่อปรับปรุงการทำงานของท่านให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.80	0.688	มาก
ท่านคิดว่ากิจกรรมไคเซ็นทำให้งานของท่านดีขึ้นหรือรวดเร็วขึ้น	3.96	0.703	มาก

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 0.505) เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ด้านภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 (S.D. = 0.586) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ เมื่อพบปัญหาคุณภาพ ผู้จัดการของท่านให้คำปรึกษาหรือความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D. = 0.718) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้จัดการของท่านเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามนโยบายคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.703) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ มีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายคุณภาพของบริษัท มีค่าเฉลี่ย 4.02 (S.D. = 0.704) อยู่ในระดับมาก อันดับที่สุดท้ายคือ ผู้จัดการของท่านมีการติดตามผลการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ย 4.01 (S.D. = 0.723) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ ผู้จัดการของท่านมีการสื่อสารนโยบายคุณภาพให้ท่านทราบ มีค่าเฉลี่ย 3.98 (S.D. = 0.704) อยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 3

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.577) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 ปฏิบัติตามข้อกำหนด Drawing Specifications หรือความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.26 (S.D. = 0.645) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับข้อกำหนด Drawing Specifications หรือความต้องการของลูกค้า เพื่อป้องกันความผิดพลาด มีค่าเฉลี่ย 4.12 (S.D. = 0.700) อยู่ในระดับมาก อันดับที่สุดท้ายคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อกำหนด Drawing Specifications หรือความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 0.829) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ ได้รับการร้องเรียน (Claim) จากลูกค้าทุกครั้ง ที่มีการร้องเรียน มีค่าเฉลี่ย 3.70 (S.D. = 0.963) อยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 3

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 (S.D. = 0.674) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ เพื่อนร่วมงานทุกคนในแผนกของท่านให้ความร่วมมือในการปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D. = 0.732) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ท่านเสนอความคิดเห็นของท่านในการปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.66 (S.D. = 0.849) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ เพื่อนร่วมงานทุกคนในแผนกของท่านมีส่วนร่วมในการคิด นำเสนอแนวทางการปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.61 (S.D. = 0.743) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ แลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพร่วมกับแผนกอื่นๆอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.49 (S.D. = 0.955) อยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 3

4. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 (S.D. = 0.601) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ มองเห็นปัญหาคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.91 (S.D. = 0.736) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถแก้ไขปัญหาคุณภาพที่ท่านพบได้ มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 0.710) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการ เช่น การค้นหาปัญหา การระบุสาเหตุ และการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.765) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 4 คือ เพื่อนร่วมงานมองเห็นปัญหาคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D. = 0.789) อยู่ในระดับมาก และมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D. = 0.800) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 5 คือ องค์กรของท่านสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.66 (S.D. = 0.911) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 6 คือ ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับทักษะในการปรับปรุงกระบวนการ เช่น การค้นหาปัญหา การระบุสาเหตุ และการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.65 (S.D. = 0.808) อยู่ในระดับมาก และเพื่อนร่วมงานสามารถแก้ไขปัญหาคุณภาพได้ มีค่าเฉลี่ย 3.65 (S.D. = 0.670) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ ได้รับการสนับสนุนทางทรัพยากร (เช่น งบประมาณ เครื่องมือ) ในการปรับปรุงกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.35 (S.D. = 0.992) อยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM)	3.81	0.505	มาก
ด้านภาวะผู้นำ (LDS)	4.03	0.586	มาก
ผู้จัดการของท่านเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามนโยบายคุณภาพ	4.04	0.703	มาก
ผู้จัดการของท่านมีการสื่อสารนโยบายคุณภาพให้ท่านทราบ	3.98	0.704	มาก
ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายคุณภาพของบริษัท	4.02	0.704	มาก
เมื่อท่านพบปัญหาคุณภาพ ผู้จัดการของท่านให้คำปรึกษาหรือความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาคุณภาพ	4.08	0.718	มาก
ผู้จัดการของท่านมีการติดตามผลการดำเนินงานของท่าน	4.01	0.723	มาก

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (CF)	3.97	0.577	มาก
ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อกำหนด Drawing Specifications หรือความต้องการของลูกค้า	3.81	0.829	มาก
ท่านปฏิบัติตามข้อกำหนด Drawing Specifications หรือความต้องการของลูกค้า	4.26	0.645	มากที่สุด
ท่านมีการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับข้อกำหนด Drawing Specifications หรือความต้องการของลูกค้า เพื่อป้องกันความผิดพลาด	4.12	0.700	มาก
ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการร้องเรียน (Claim) จากลูกค้า ทุกครั้งที่มีการร้องเรียน	3.70	0.963	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน (EGM)	3.65	0.674	มาก
ท่านเสนอความคิดเห็นของท่านในการปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ	3.66	0.849	มาก
เพื่อนร่วมงานทุกคนในแผนกของท่านมีส่วนร่วม ในการคิด นำเสนอแนวทางการปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ	3.61	0.743	มาก
เพื่อนร่วมงานทุกคนในแผนกของท่านให้ความร่วมมือ ในการปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ	3.82	0.732	มาก
ท่านแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพ ร่วมกับแผนกอื่นๆ อยู่เสมอ	3.49	0.955	มาก
ด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ (QPD)	3.70	0.601	มาก
ท่านได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับทักษะในการปรับปรุงกระบวนการ เช่น การค้นหาปัญหา การระบุสาเหตุ และการหาแนวทางในการแก้ไข ปัญหา	3.65	0.808	มาก
ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการ เช่น การค้นหาปัญหา การระบุสาเหตุ และการหาแนวทางในการแก้ไข ปัญหา	3.76	0.765	มาก
ท่านมองเห็นปัญหาคุณภาพ	3.91	0.736	มาก
เพื่อนร่วมงานมองเห็นปัญหาคุณภาพ	3.73	0.789	มาก
ท่านสามารถแก้ไขปัญหาคุณภาพที่ท่านพบได้	3.81	0.710	มาก
เพื่อนร่วมงานสามารถแก้ไขปัญหาคุณภาพได้	3.65	0.670	มาก
ท่านมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการผลิต	3.73	0.800	มาก
ท่านได้รับการสนับสนุนทางทรัพยากร (เช่น งบประมาณ เครื่องมือ) ในการปรับปรุงกระบวนการ	3.35	0.992	ปานกลาง
องค์กรของท่านสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ให้ดียิ่งขึ้น	3.66	0.911	มาก

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนการผลิต

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D. = 0.489) เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนการผลิต ด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D. = 0.491) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ ตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานก่อนส่งไปกระบวนการถัดไป มีค่าเฉลี่ย 4.35 (S.D. = 0.629) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ทำงานถูกต้องตามมาตรฐานคุณภาพที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.21 (S.D. = 0.592) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่ 3 คือ มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = 0.704) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ ได้รับชิ้นงานจากกระบวนการก่อนหน้าตามคุณภาพที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 3.67 (S.D. = 0.756) อยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 4

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนการผลิต ด้านต้นทุน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.644) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ ดูแลรักษาสต็อกอุปกรณ์ให้มีสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.648) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีการควบคุมการใช้วัสดุสิ้นเปลือง เช่น ถุงมือ เศษผ้า กระดาษ ไม่ให้เกินเป้าหมายอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.02 (S.D. = 0.813) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ มีการควบคุมการใช้วัตถุดิบไม่ให้เกินเป้าหมายอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D. = 0.803) อยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 4

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนการผลิต ด้านการส่งมอบ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 (S.D. = 0.560) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย อันดับที่ 1 คือ สามารถส่งมอบงานในปริมาณที่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.28 (S.D. = 0.651) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถส่งมอบงานได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.26 (S.D. = 0.673) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่ 3 คือ ได้รับงานจากกระบวนการก่อนหน้าตรงตามระยะเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 3.95 (S.D. = 0.709) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ ได้รับงานจากกระบวนการก่อนหน้าในปริมาณที่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.721) อยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนการผลิต

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การลดต้นทุนการผลิต	4.07	0.489	มาก
ด้านคุณภาพ (CR)	4.06	0.491	มาก
ท่านมีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสินค้า	4.00	0.704	มาก
ท่านทำงานถูกต้องตามมาตรฐานคุณภาพที่กำหนด	4.21	0.592	มากที่สุด
ท่านได้รับชิ้นงานจากกระบวนการก่อนหน้าตามคุณภาพที่กำหนด	3.67	0.756	มาก
ท่านตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานก่อนส่งไปกระบวนการถัดไป	4.35	0.629	มากที่สุด
ด้านต้นทุน (CR)	4.04	0.644	มาก
ท่านมีการควบคุมการใช้วัตถุดิบไม่ให้เกินเป้าหมายอยู่เสมอ	3.82	0.803	มาก
ท่านมีการควบคุมการใช้วัสดุสิ้นเปลือง เช่น ถุงมือ เศษผ้า กระดาษ ไม่ให้เกินเป้าหมายอยู่เสมอ	4.02	0.813	มาก
ท่านดูแลรักษาสต็อกอุปกรณ์ให้มีสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ	4.27	0.648	มากที่สุด

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนการผลิต (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการส่งมอบ (CR)	4.10	0.560	มาก
ท่านสามารถส่งมอบงานในปริมาณที่ครบถ้วน	4.28	0.651	มากที่สุด
ท่านได้รับงานจากกระบวนการก่อนหน้าในปริมาณที่ครบถ้วน	3.89	0.721	มาก
ท่านสามารถส่งมอบงานได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด	4.26	0.673	มากที่สุด
ท่านได้รับงานจากกระบวนการก่อนหน้าตรงตามระยะเวลาที่กำหนด	3.95	0.709	มาก

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบความปกติของข้อมูล (Normality)

ผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูลตัวแปรอิสระการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น จำนวน 3 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (WI) ด้านการจัดความสูญเสีย (EW) และด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (KZ) ตัวแปรอิสระการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) จำนวน 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำ (LDS) ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (CF) ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน (EGM) และด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ (QPD) และตัวแปรตามการลดต้นทุนการผลิต (CR) รวมทั้งสิ้น 8 ตัวแปร พบว่า การแจกแจงข้อมูลทั้ง 8 ตัวแปร มีการแจกแจงแบบปกติ เนื่องจากมีค่าการกระจายที่สมมาตร (Skewness) อยู่ในช่วง -3.0 ถึง +3.0 และความสูงของการกระจาย (Kurtosis) อยู่ในช่วง -3.0 ถึง +3.0 นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาค่าสถิติจากตารางข้างต้นพบว่า ตัวแปรทั้ง 8 ตัวแปรมีค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าฐานนิยม (Mode) ที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งถือว่าการแจกแจงของข้อมูลค่อนข้างสมมาตร (Vanichbuncha, 2007) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าการแจกแจงของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	S.D.	Skewness	Kurtosis
WI	3.00	5.00	4.38	0.54	-0.540	-0.456
EW	1.50	4.75	3.29	0.78	-0.177	-0.691
KZ	2.17	5.00	3.62	0.60	0.182	-0.029
LDS	2.80	5.00	4.03	0.59	-0.125	-0.637
CF	3.00	5.00	3.97	0.58	0.172	-0.669
EGM	2.00	5.00	3.65	0.67	-0.085	-0.199
QPD	2.11	5.00	3.69	0.60	-0.205	-0.072
CR	3.00	5.00	4.07	0.49	-0.054	-0.691

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation)

การวิเคราะห์สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณต้องตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันเองเกินกว่า 0.9 จะถือว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันมากจะทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2014) ซึ่งผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น จำนวน 3 ตัวแปร และตัวแปรอิสระการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) จำนวน 4 ตัวแปร พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กันเองเกินกว่า 0.9 ดังนั้นจึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)
ระหว่างตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปร	WI	EW	KZ	LDS	CF	EGM	QPD	CR
WI	1							
EW	0.038	1						
KZ	.376**	-.206*	1					
LDS	.439**	-0.031	.587**	1				
CF	.489**	-0.115	.374**	.382**	1			
EGM	.401**	-0.122	.600**	.517**	.570**	1		
QPD	.446**	-0.166	.548**	.499**	.590**	.767**	1	
CR	.600**	0.049	.470**	.455**	.525**	.633**	.715**	1

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1

ในการคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์เข้าในสมการถดถอยเชิงพหุ ใช้วิธี Stepwise คือ การเลือกตัวแปรโดยคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดและได้ตัวแบบที่ประหยัที่สุด โดยจะพิจารณาเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการ และในขณะเดียวกันจะพิจารณาตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการ สมควรที่จะถูกเลือกออกจากสมการหรือไม่ ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน ด้านการจัดความสูญเปล่า และด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุของตัวแปรการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต

ตัวแปร พยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	SE _B	β			Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.283	0.313		4.101	0.000**		
WI	0.445	0.071	0.493	6.245	0.000**	0.858	1.165
KZ	0.231	0.064	0.284	3.605	0.000**	0.858	1.165

R = 0.655 R² = 0.429 SEE_{st} = 0.373 F = 40.167

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิธี Stepwise พบว่า การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (WI) และด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (KZ) ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต โดยตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 2 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกและสามารถร่วมกันพยากรณ์การลดต้นทุนการผลิตได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุหรือค่าอำนาจในการพยากรณ์ ร้อยละ 42.90 สามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y}_1 = 1.283 + 0.445 (\text{ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน}) + 0.231 (\text{ด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง})$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

$$\hat{Z}_1 = 0.493 \text{ (ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน)} + 0.284 \text{ (ด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง)}$$

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน และด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 8 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุของตัวแปรการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต (CR)

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	SE _B	β			Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.845	0.205		8.993	0.000**		
QPD	0.454	0.084	0.558	5.394	0.000**	0.412	2.428
EGM	0.149	0.075	0.206	1.991	0.049*	0.412	2.428
R = 0.727 R ² = 0.529 SE _{est} = 0.339 F = 60.142							

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิธี Stepwise พบว่า การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ (QPD) และด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน (EGM) ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต โดยตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 2 ตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกและสามารถร่วมกันพยากรณ์การลดต้นทุนการผลิตได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดยมีสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุหรือค่าอำนาจในการพยากรณ์ ร้อยละ 52.90 สามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y}_2 = 1.845 + 0.454 \text{ (ด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ)} + 0.149 \text{ (ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน)}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

$$\hat{Z}_2 = 0.558 \text{ (ด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ)} + 0.206 \text{ (ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน)}$$

อภิปรายผล

การศึกษาการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นและการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต กรณีศึกษาบริษัทผลิตชิ้นส่วนทองเหลืองในเครื่องปรับอากาศแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร และการลดต้นทุนการผลิต

ผลการศึกษาพบว่าระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร และการลดต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า องค์กรมีการนำแนวคิดและเครื่องมือด้านการจัดการมาประยุกต์ใช้ได้ในระดับที่ดี เมื่อแจกแจงเป็นรายด้านจะเห็นว่าระดับการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน และด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรมีการกำหนดขั้นตอนการทำงานและส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาและปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามถึงด้านการขจัดความสูญเปล่าได้คะแนนอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ยังคงมีช่องว่างที่องค์กรยังต้องพัฒนาในด้านการลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้น

ระดับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรในทุกๆด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ด้านภาวะผู้นำและด้านการมุ่งเน้นลูกค้าได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งแสดงว่าองค์กรมีผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับนโยบายคุณภาพ และพนักงานตระหนักถึงข้อกำหนดหรือความต้องการของลูกค้าอย่างดี ในขณะเดียวกันด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน และด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน แสดงถึงวัฒนธรรมการทำงานที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง

ระดับการลดต้นทุนการผลิตในทุกๆด้านอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรสามารถควบคุมต้นทุนได้ดีผ่านการจัดการคุณภาพที่เหมาะสมและการส่งมอบงานที่ตรงเวลา ครบถ้วน นอกจากนี้ยังมีการควบคุมการใช้วัสดุสิ้นเปลืองและการบำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต

ผลการศึกษาพบว่าการบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน และด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีการกำหนดและจัดทำมาตรฐานการทำงานที่ระบุวิธีการทำงานและลำดับขั้นตอนการทำงานไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้พนักงานมีความเข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานการทำงานที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ในด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง พนักงานในองค์กรตระหนักได้ว่ากิจกรรมไคเซ็นทำให้งานของพวกเขาดีขึ้นหรือรวดเร็วขึ้น ส่งผลให้พนักงานให้ความร่วมมือและมุ่งมั่นในการนำความรู้ที่มีมาทำกิจกรรมไคเซ็น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anwar et al. (2024) พบว่า ไคเซ็นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการลดต้นทุน โดยมีผลอิทธิพลเชิงบวกต่อการลดต้นทุน เท่ากับ 0.720 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nasomboon (2020) พบว่า การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นที่ประกอบด้วย การดูแลพื้นที่ทำงานตามหลัก 5ส. การบำรุงรักษาวิผลแบบทุกคนมีส่วนร่วม มาตรฐานการปฏิบัติงาน การควบคุมด้วยสายตา และการขจัดความสูญเปล่า มีอิทธิพลทางตรงต่อการลดต้นทุน ที่ประกอบด้วย ผลิตภาพ คุณภาพ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย และการส่งมอบ และพบว่ากิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องที่ประกอบด้วย ทักษะและความเพียรของพนักงาน ระบบสนับสนุนและรองรับการดำเนินงาน ความมุ่งมั่นของผู้นำ การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการรับรู้ถึงความสำเร็จมีอิทธิพลทางตรงต่อการลดต้นทุนที่ประกอบด้วย ผลิตภาพ คุณภาพ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย และการส่งมอบ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) เพื่อศึกษาการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต

ผลการศึกษาพบว่าการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต แสดงให้เห็นว่าพนักงานในองค์กรมองเห็นถึงปัญหาคุณภาพที่เกิดขึ้นในองค์กรสามารถนำความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการมาแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี และให้ความร่วมมือและเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น และลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพได้อีกด้วย จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าพนักงานในองค์กรมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของกระบวนการผลิตเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการลดต้นทุนการผลิตในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kunda and Bupe (2025) พบว่า กิจกรรม Kaizen ที่ประกอบด้วย 5ส. การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร การบำรุงรักษาวิผลแบบทุกคนมีส่วนร่วม (TPM) 5W1H (What, Why, Where, When, Who and How) ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ที่ประกอบด้วย เวลารอบการผลิต อัตราสินค้าเสีย เวลาหยุดเครื่องจักร ต้นทุนการดำเนินงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ AlZawamri et al. (2025) พบว่า การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรที่ประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง การมุ่งเน้นลูกค้า การสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความสามารถในการผลิต ที่ประกอบด้วย การลงทุนในทุนมนุษย์ ผลกระทบของทุนมนุษย์ต่อความสามารถในการผลิต คุณภาพ ขนาดการผลิต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจอยู่ที่ 0.696 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dimitrantzou et al. (2022) พบว่า การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ที่ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การวางแผนคุณภาพเชิงกลยุทธ์ การบริหารและการมีส่วนร่วมของพนักงาน การมุ่งเน้นลูกค้า การบริหารจัดการกระบวนการ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ และการจัดการความรู้และการศึกษาส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการลดต้นทุนด้านการปฏิบัติตามมาตรฐาน เช่น การอบรม การตรวจสอบคุณภาพ และการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ส่งผลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อช่วยลดต้นทุนความผิดพลาดและของเสีย

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรในอนาคต แบ่งออกเป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

1. การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานและด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.1 การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานและด้านกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดความผิดพลาดในการทำงาน โดยควรกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน ทบทวนและปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และองค์กรควรส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมไคเซ็นและการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมไคเซ็นผ่านการฝึกอบรมหรือศึกษาดูงาน เพื่อให้พนักงานเข้าใจปัญหาและสามารถพัฒนาแนวทางปรับปรุงได้อย่างเหมาะสม พร้อมสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างวัฒนธรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน และลดการเกิดปัญหาซ้ำ

1.2 การบริหารการผลิตแบบญี่ปุ่นด้านการจัดความสูญเสียเปล่าที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิตอย่างไม่มีนัยสำคัญ องค์กรควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดความสูญเสียเปล่าให้แก่พนักงาน และองค์กรควรลดความสูญเสียเปล่าจากการรอคอยและการขนย้ายวัสดุที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สาเหตุของความล่าช้าจากกระบวนการก่อนหน้า เช่น เครื่องจักรขัดข้อง วัตถุดิบขาดแคลน หรือระยะทางในการขนย้ายที่ไม่เหมาะสม จากนั้นปรับปรุงกระบวนการผลิต เช่น การจัดผังพื้นที่ทำงานใหม่ ปรับปรุงระบบขนส่งวัสดุ ใช้การบำรุงรักษาแบบป้องกัน (Preventive Maintenance) และอาจนำระบบติดตามการผลิตแบบเรียลไทม์มาใช้ เพื่อช่วยลดความล่าช้าและความสูญเสียเปล่าอย่างเป็นระบบ

2. การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน ส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรด้านการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน องค์กรควรส่งเสริมสนับสนุนทางทรัพยากร (เช่น งบประมาณ เครื่องมือ) ในการปรับปรุงกระบวนการ และองค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปรับปรุงคุณภาพโดยรับฟังความคิดเห็นและนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหา พร้อมด้วยการให้รางวัลเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการปรับปรุงคุณภาพ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

2.2 การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรด้านภาวะผู้นำและด้านการมุ่งเน้นลูกค้าที่ส่งผลต่อการลดต้นทุนในกระบวนการผลิตอย่างไม่มีนัยสำคัญ องค์กรควรส่งเสริมทักษะภาวะผู้นำให้แก่ผู้จัดการ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นบทบาทในการติดตามนโยบายคุณภาพ การสื่อสารข้อร้องเรียนจากลูกค้าให้พนักงานทุกระดับรับรู้ และส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นลูกค้าและการพัฒนาคุณภาพตลอดทั้งองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งถัดไปควรศึกษาปัจจัยและอุปสรรคอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการลดต้นทุนการผลิตเพิ่มเติม เช่น การจัดการแบบลีน (Lean Manufacturing) การจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) การบริหารสินค้าคงคลัง การบำรุงรักษาแบบทวิผล (Total Productive Maintenance) เป็นต้น

2. การศึกษาวิจัยในครั้งถัดไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการลดต้นทุนการผลิตของบริษัทผลิตชิ้นส่วนทองเหลืองในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อศึกษาว่าหากนำตัวแปรดังกล่าวไปใช้บริหารภายในองค์กรแล้วจะเกิดผลลัพธ์เหมือนหรือแตกต่างจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- Al Zawamri, K. S. A., Ahmad, A., Tong, C. S., & Loh, K. S. (2025). The impact of total quality management on productivity in oil and gas manufacturing industries: A case study from SME of Oman. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(3), 388–406. <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i3.4934>
- Anwar, A., Kara, M. H., Abdullah, W., & Awaluddin, M. (2024). The Role of Islamic Values in Strengthening Effects of Kaizen, Employee Loyalty and Accounting Information System to Cost Reduction. *Journal Ekonomi Islam*, 13(1), 117-130. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v13i1.2326>
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.
- Danthamrongkul, W. (2022). *Business administration: Success and sustainability through value creation*. Thammasat University Press. [in Thai]
- Dimitrantzou, C., Psomas, E., Bouranta, N., & Kafetzopoulos, D. (2022). The role of organisational culture in total quality management adoption and cost of quality. *Total Quality Management & Business Excellence*, 33(15-16), 1718-1736. <https://doi.org/10.1080/14783363.2021.1997143>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014) *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kunda, M., & Bupe, G. M. M. (2025). Assessing the Effect of Kaizen Practices on Operational Efficiency: A Case Study of a Steel Manufacturing Company in Zambia. *African Journal of Commercial Studies*, 6(1), 65-73.
- Lertnaisat, R. (2007). *Professional production management handbook* (Vol. 3). Technology Promotion Association (Thailand–Japan). [in Thai]
- Nasomboon, B. (2020). The mediating effect of Kaizen event between production management in Japanese style and cost reduction in Lat Krabang Industrial Estate. *Journal of Business Administration and Languages*, 8(1), 78–87. [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *NESDC economic report: Thailand's economic situation in the third quarter of 2023 and outlook for 2023–2024*. Office of the National Economic and Social Development Council. [in Thai]
- Shrafat, F. D., & Ismail, M. (2019). Structural equation modeling of lean manufacturing practices in a developing country context. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(1), 122-145.
- Simachokdee, V. (2000). *Quality is learning* (2nd ed.). Technology Promotion Association (Thailand–Japan). [in Thai]
- Simachokdee, V. (2007). *TQM: A handbook for organizational excellence*. Nation Books. [in Thai]
- Sirikasemsuk, K. (2022). *A study of industrial operations for lean production*. Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Suthikhajornkitkarn, S. (2004). *Manufacturing KPI for TPM excellence*. SE- EDUCATION. [in Thai]
- Tangpaithoon, S. (2021). *Productivity management techniques*. Nai Nopphat Design and Print Ltd., Part. [in Thai]

- The Federation of Thai Industries. (2024). *Industry trends 2024: 46 industry groups and 5 regions*.
The Federation of Thai Industries. [in Thai]
- Vanichbuncha, K. (2007). *Statistical analysis: Statistics for administration and research* (10th ed.). Chulalongkorn University Press. [in Thai]



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยของผู้บริโภค จังหวัดนครราชสีมา

Marketing Mix Factors Influencing Buying Decision Process for Thai Traditional Woven Fabric of Consumers in Nakhon Ratchasima Province

ดร. จอมภัก จันทะคัต

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

Dr. Chompak Jantakat

Lecturer in Faculty of Business Administration,
Vongchavalitkul University

E-mail: chompak_jan@vu.ac.th; Ph: 061-968-7816

ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
(ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

Pamorn Sakullertwattana

Lecturer in Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University

E-mail: pamorn_sak@vu.ac.th; Ph: 080-446-1719

(Corresponding Author)

บารมี วรรณพงษ์เจริญ

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

Baramee Wannaphongcharoen

Lecturer in Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University

E-mail: baramee_wan@vu.ac.th; Ph: 098-181-0323

พิชญา วรรณพงศ์เจริญ

อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Phitchaya Wannaphongcharoen

Lecturer in Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

E-mail: phitchaya.w@nrru.ac.th

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 11 พฤศจิกายน 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ

ครั้งที่ 1 : 3 กันยายน 2568

ครั้งที่ 2 : 15 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 18 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นไทย จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคชาวไทยที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นไทยที่อาศัยในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 385 ราย เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นไทย จังหวัดนครราชสีมา ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสามารถร่วมกันทำนายกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นได้ร้อยละ 81 โดยที่เหลืออีกร้อยละ 19 สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่น

เขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้ $Z = 0.473(X_2) + 0.360(X_4) + 0.161(X_1) + 0.070(X_3)$ (X_1 คือ ผลิตภัณฑ์ X_2 คือ ราคา X_3 คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย X_4 คือ การส่งเสริมการตลาด) ทั้งนี้ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์กับกลุ่มทอผ้าพื้นถิ่นไทยสามารถนำข้อมูลเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาธุรกิจดังนี้ 1) ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและการแข่งขันในท้องตลาด 2) การจัดทำสื่อโฆษณาผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ กิจกรรมส่งเสริมการขายและสร้างตัวแทนขายที่แนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี 3) ผลิตภัณฑ์มีสีสันสวยงาม ลวดลายมีความประณีต ลายผ้ามีเอกลักษณ์ สร้างสรรค์จากเรื่องราวแหล่งกำเนิด และ 4) ผู้ซื้อสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ได้ทั้งช่องทางขายออนไลน์ออฟไลน์ และขายในร้านค้าหรือแหล่งผลิต

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้อ ผ้าทอพื้นถิ่นไทย

Abstract

This quantitative research examined the influence of four marketing mix factors—product, price, distribution channel, and promotion—on the decision-making process for purchasing Thai local woven fabric products in Nakhon Ratchasima Province. The study involved a sample of 385 Thai consumers residing in the province who had previously purchased local woven fabrics. Data were collected using a questionnaire, and analyzed through frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as hypothesis testing and multiple regression analysis. The findings revealed that all four marketing mix components significantly affected consumers' purchasing decisions at the 0.05 statistical significance level. Together, these factors explained 81% of the variance in purchasing decisions, while the remaining 19% was attributable to other variables not included in the model. The raw-score prediction equation was $Z = 0.473(X_2) + 0.360(X_4) + 0.161(X_1) + 0.070(X_3)$ (X_1 = Product, X_2 = Price, X_3 = Distribution Channel, X_4 = Promotion). The results provide valuable implications for Thai local weaving groups and related entrepreneurs. The recommendations for business development including: (1) setting prices that align with product quality and market competition; (2) enhancing promotional efforts through both online and offline media, organizing promotional activities and developing knowledgeable sales representatives, designing products with attractive colors ; (3) intrincating patterns, and unique designs inspired by local heritage; and expanding both online and offline sales channels; and (4) providing storefronts and direct-from-source purchasing options.

Keywords: Marketing Mix, Buying Decision Process, Thai Traditional Woven Fabric

บทนำ

ผ้าทอท้องถิ่นไทย (Thai Traditional Woven Fabric) เป็นที่รู้จักแพร่หลายในด้านคุณภาพและความหลากหลาย โดยเฉพาะผ้าไหมและผ้าฝ้ายที่มีลวดลายและสีสันเฉพาะตัว ผ้าทอท้องถิ่นไทยมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตหลายประการ สรุปได้ 5 ประเด็นสำคัญ ดังนี้ 1) สร้างเอกลักษณ์ ผ้าทอท้องถิ่นไทยมีลวดลายและเทคนิคการทอที่เฉพาะตัว ทำให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง 2) เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีเรื่องราวและวัฒนธรรม การใช้ผ้าทอท้องถิ่นช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจ 3) สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น การใช้วัสดุจากชุมชนท้องถิ่นช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนและผู้ผลิตผ้า 4) การอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งผู้ประกอบการที่ใช้ผ้าทอท้องถิ่นมีส่วนในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและส่งเสริมวัฒนธรรม และ 5) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Wichaidi et al., 2022)

เมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานตามมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยจากภาครัฐในปี 2563-2564 พบว่าทุกจังหวัดมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการสวมใส่ผ้าไทยและผ้าพื้นเมืองตามความเหมาะสมของจังหวัดนั้น ๆ ส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการมีรายได้จากการจำหน่ายระหว่างเดือนมิถุนายน 2563-มกราคม 2564 จำนวนถึง 8,511 ล้านบาท ซึ่งจังหวัดนครราชสีมาสามารถมียอดขายสูงใน 3 อันดับแรก รองจากจังหวัดขอนแก่น (Thaipost, 2021) นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอในจังหวัดนครราชสีมายังแสดงให้เห็นถึงคุณภาพ โดยได้รับรางวัลหลาย ๆ รางวัลด้วยกัน เช่น รางวัลชนะเลิศจากโครงการ “ผ้าไทยใส่ให้สนุก” ในงาน Silk Festival 2023 และปี 2025 ได้รับรางวัลหม่อมงามจิตต์บุรฉัตร ผลงานที่โดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์คุณภาพและการจัดการชุมชน (Community Development Office, 2025) นับได้ว่าผ้าทอท้องถิ่นไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างอาชีพและกระจายรายได้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยในจังหวัดนครราชสีมาได้เป็นอย่างดี

ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของผ้าทอพื้นถิ่นไทยมีหลาย ๆ ด้านด้วยกัน ซึ่งในช่วงกว่า 10 ปีจนถึงปัจจุบัน พบปัญหาที่สำคัญ เช่น ต้นทุนการผลิตสูง ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการบางส่วนมีข้อจำกัดด้านการผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าครั้งละจำนวนมากได้ กลุ่มทอผ้าขาดทักษะที่จำเป็น กลุ่มตัดเย็บผ้าบางพื้นที่ขาดความประณีต การแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ที่ราคาถูกกว่า การขาดแคลนวัตถุดิบ และขาดความรู้การเข้าถึงตลาดและการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของตลาด เป็นต้น การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องมีความร่วมมือจากหลายฝ่าย รวมถึงการส่งเสริมเรื่องการผลิตและกระบวนการตลาด เพื่อสนับสนุนผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทย (Bailee, 2017) สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอในจังหวัดนครราชสีมา พบปัญหาสำคัญส่วนใหญ่คือปัญหาด้านการตลาด เช่น คู่แข่งขันจำนวนมาก การเดินทางไปออกร้านจำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ มีค่าใช้จ่ายสูงและเสี่ยงภัยอันตรายที่ไม่แน่นอน จึงเน้นการหายอดขายจากการแนะนำและบอกต่อเป็นหลัก แต่รายได้ก็ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ถึงแม้ปัจจุบันจะรู้ว่าจะสามารถจำหน่ายแบบออนไลน์ได้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็ยังมีความไม่มั่นใจในการใช้เทคโนโลยี และสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ไม่เสถียรในพื้นที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจ นอกจากนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการพัฒนาด้านการตลาดให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ให้ได้มากยิ่งขึ้นและคนที่ซื้อ รู้จักมากขึ้น (Leelanapasak et al., 2020)

จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะวิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาด้านการตลาดผ้าทอพื้นถิ่นไทย ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ นำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ 4P (Product, Price, Place, Promotion) มาออกแบบการศึกษาด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ความต้องการเข้าใจผลิตภัณฑ์ทำให้สามารถพัฒนาและปรับปรุงให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การกำหนดราคาที่เหมาะสม โดยพิจารณาความสามารถในการจ่ายเงินของกลุ่มลูกค้าและการวิเคราะห์ราคาของคู่แข่ง การเข้าใจช่องทางจำหน่ายแบบใดที่เหมาะสมที่สุดในการเข้าถึงลูกค้า เช่น ร้านค้าออนไลน์ ร้านค้าออฟไลน์ หรือการจัดงานแฟร์ เป็นต้น รวมทั้งการเลือกกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม เช่น การโฆษณา การจัดกิจกรรม หรือการใช้สื่อสังคมเพื่อดึงดูดลูกค้า การศึกษาข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นไทย ในจังหวัดนครราชสีมาหรือจังหวัดใกล้เคียง สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ใช้เป็นแนวทางปรับปรุงพัฒนาการผลิตและการตลาดของผ้าทอพื้นถิ่นไทย นอกจากการศึกษาทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เพื่อมาพัฒนาการผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยแล้ว การเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buying Decision Process) จะช่วยให้ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นไทย เข้าใจว่าผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจซื้ออย่างไร ซึ่งสามารถนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนการตลาดที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ เมื่อรู้ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นไทย สามารถสร้างหรือวางแผนการผลิตและการตลาดที่น่าสนใจเพื่อลดความลังเลในการตัดสินใจของผู้ซื้อ จากที่กล่าวมาทำให้คณะวิจัยต้องการทราบว่าในปัจจุบันนี้มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ้าทอพื้นถิ่นไทยบ้าง เพื่อนำผลการศึกษาจากการวิจัยนี้มาปรับปรุงพัฒนาการผลิตและการตลาดกับกลุ่มทอผ้าพื้นถิ่นไทยในจังหวัดนครราชสีมาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นไทยของผู้บริโภคจังหวัดนครราชสีมา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะวิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎี เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีนำมาพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix, 4Ps) กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (Buying Decision Process) และความหมายของผ้าทอพื้นถิ่น (Traditional Woven Fabric) รายละเอียดดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Kotler and Kelle (2006) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาดเป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ องค์การธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สามารถกล่าวได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดคือ 4Ps ซึ่งส่วนประกอบทั้ง 4 ปัจจัยมีความเกี่ยวพันหรือสัมพันธ์กัน ขึ้นอยู่กับจะวางกลยุทธ์โดยเน้นน้ำหนักที่ P ตัวใดมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีงานวิจัยส่วนใหญ่ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไทยนำปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4Ps

มาเป็นองค์ประกอบของตัวแปรในการศึกษา เพื่อค้นหาว่ามีปัจจัย 4Ps ไດบ้างที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) นำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ เช่นการศึกษาของ Srijaiwong et al. (2022), Boonyachai (2024) และ Buathin and Navavongsathian (2024) เป็นต้น นอกจากนี้งานวิจัยต่างประเทศได้กล่าวว่าปัจจัย 4Ps มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอในประเทศอินโดนีเซีย โดยเฉพาะการส่งเสริมการขายและราคา (Arfan et al., 2019)

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps ประกอบด้วยดังนี้ (Kotler & Keller, 2006)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ พัฒนา, และจัดการสินค้าหรือบริการ ที่นำเสนอให้แก่ลูกค้า ซึ่งรวมถึงคุณสมบัติ คุณภาพ และความต้องการของตลาดในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านราคา (Price) หมายถึง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมูลค่าของสินค้าหรือบริการ รวมถึงการตั้งราคาขาย การลดราคา และการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง เพื่อให้สินค้าหรือบริการมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ซื้อได้อย่างเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสินค้าหรือบริการไปยังผู้ซื้อ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ขาย และการกระจายสินค้า เพื่อให้สินค้าสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในเวลาที่เหมาะสม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้ามีวัตถุประสงค์ เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงโน้มน้าวหรือสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญ 4 ประเภท ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยนี้เห็นความสำคัญจึงได้นำแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix, 4Ps) จำนวน 4 ตัว เป็นตัวแปรในการวิจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process)

นักวิชาการด้านการตลาดหลาย ๆ ท่าน ได้ค้นหาความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) ในยุคแรกๆ เช่น Engel et al. (1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นลักษณะนิสัยเกี่ยวกับพฤติกรรมหนึ่งในการซื้อ แสวงหาสินค้าหรือบริการที่รวมไปถึงกระบวนการไตร่ตรองที่อาจเกิดการกระทำนั้นในอนาคต ต่อมา Belch and Belch (1993) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากลักษณะนิสัยในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภคแต่ละคนที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อการสนองความต้องการที่เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ Schiffman et al. (2019) กล่าวเพิ่มเติมว่าพฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการกระทำต่าง ๆ เพื่อค้นหาการซื้อ การใช้ประโยชน์ การประเมินผล และการใช้จ่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ในช่วงยุคปี ค.ศ. 2000 Armstrong et al. (2014) ให้ความหมายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเชื่อมโยงกับการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจ Solomon (2024) อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่บุคคลใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อ การใช้ และการประเมินผลผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทั้งในปัจจุบันและอนาคต นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคยังครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหา การคัดเลือก การจัดหา การบริโภค และการจัดการภายหลังการใช้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและบรรลุความพึงพอใจส่วนบุคคล สรุปว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง กระบวนการหรือรูปแบบพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความคิด ประสบการณ์ การแสวงหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ การใช้ และการประเมินผลิตภัณฑ์หรือบริการ อันมีเป้าหมายเพื่อสนองตอบความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ Armstrong et al. (2014) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buying Decision Process) เป็นกระบวนการหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การรับรู้ปัญหา (Recognition of the problem) หมายถึง ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการหรือปัญหาที่ต้องการแก้ไข เช่น ต้องการเสื้อผ้าใหม่หรือของขวัญให้คนพิเศษ เป็นต้น 2. การค้นหาข้อมูล (The search for information) หมายถึง ผู้บริโภคเริ่มค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยอาจใช้แหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เพื่อน หรือโฆษณา เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation) หมายถึง ผู้บริโภคเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์หลาย ๆ ตัวเลือก ทั้งในแง่ของราคา คุณภาพ และคุณลักษณะต่างๆ 4. การตัดสินใจซื้อ (Decision) หมายถึง หลังจากประเมินตัวเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์อะไร และจะซื้อที่ไหน และ 5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) หมายถึง หลังจากใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะประเมินความพอใจต่อสินค้าว่าเป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่ และอาจส่งผลต่อการซื้อซ้ำในอนาคต

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งได้นำแนวคิด/ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) ทั้ง 5 ขั้นตอน เป็นตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด เช่น การศึกษาของ Apipatpadul and Srisornkompon (2022), Sriaiwong et al. (2022) เป็นต้น จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยนี้ จึงได้นำแนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นตัวแปรในการวิจัย ได้แก่ 1. การรับรู้ปัญหา (Recognition of the problem) 2. การค้นหาข้อมูล (The search for information) 3. การประเมินทางเลือก (Evaluation) 4. การตัดสินใจซื้อ (Decision) และ 5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior)

ผ้าทอพื้นถิ่นไทย (Thai Traditional Woven Fabric)

ผ้าทอพื้นถิ่นไทย (Thai Traditional Woven Fabric) หมายถึง ผ้าที่ทำขึ้นโดยชุมชนท้องถิ่นในประเทศไทย โดยใช้เทคนิคการทอผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งมักสะท้อนถึงวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาของชุมชนที่ผลิตผ้านั้นๆ (Sutthiwong & Suwannawaj, 2016) ผ้าทอพื้นถิ่นมักมีลวดลายและสีสันทที่สื่อถึงเรื่องราวหรือความเชื่อของพื้นที่ เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และผ้าลายต่างๆ ที่นิยมในแต่ละภูมิภาคของประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น ผ้าไหมที่มีคุณภาพสูง เช่น ผ้าไหมแพรวา ผ้าฝ้ายที่มีความนุ่มและใช้ในชีวิตประจำวัน ผ้าลายที่มีลวดลายเฉพาะที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์หรือความเชื่อของชุมชน เป็นต้น การใช้ผ้าทอพื้นถิ่นไม่เพียงแต่เป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น แต่ยังช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและศิลปะการทอผ้าที่มีคุณค่า

สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยส่วนหนึ่งสนับสนุนการกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

H1: ปัจจัยผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

การศึกษาของ Phorncharoen et al. (2020) มีผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โอท็อป การศึกษาไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ Chumsri and Papattha (2021) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสตรีมุสลิมในกรุงเทพมหานคร จึงตั้งสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

H2: ปัจจัยราคามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

การศึกษาของ Chumsri and Papattha (2021) กล่าวว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสตรีมุสลิมในกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกับการศึกษาของ Apipatpadul and Srisornkompon (2022) ที่กล่าวว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมีของผู้ประกอบการตลาดผ้าผืนผ้า การศึกษาของ Karnchanapayap (2021) กล่าวว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคจังหวัดเชียงราย และการศึกษาของ Arfan et al. (2019) เสนอว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอในประเทศอินโดนีเซีย จึงตั้งสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยราคามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

H3: ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

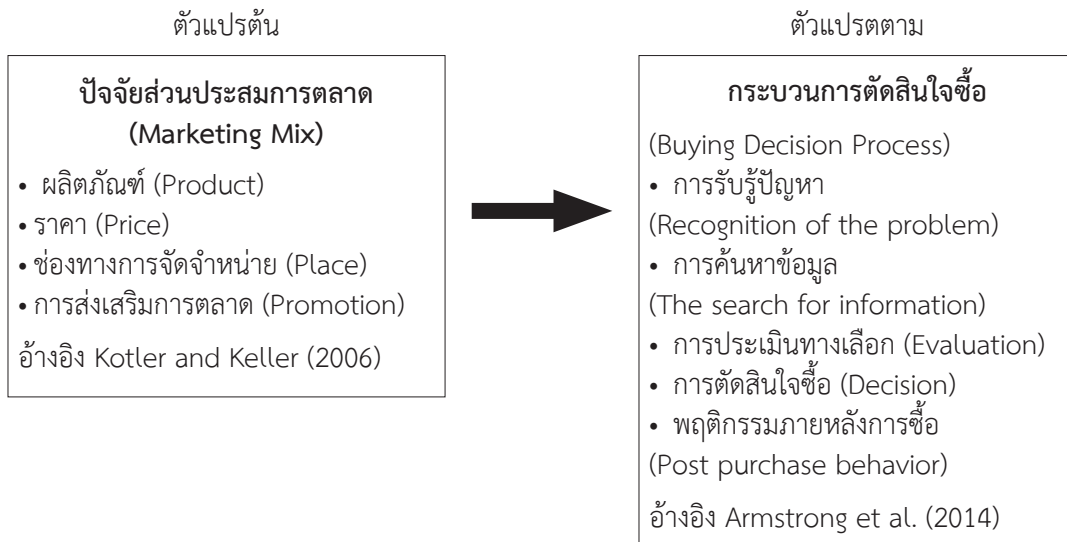
การศึกษาของ Sriaiwong et al. (2022) กล่าวว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีจังหวัดลำปาง เช่นเดียวกับ Apipatpadul and Srisornkompon (2022) กล่าวว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลมากที่สุดต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการตลาดผ้าผืนผ้า และ Katekan and Sirirat (2023) นำเสนอว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถทำนายการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าไหมไทย จึงตั้งสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

H4: ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

การศึกษาของ Srijaiwong et al. (2022) พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมีย้อมสีจังหวัดลำปาง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Karnchanapayap (2021) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคจังหวัดเชียงราย และการศึกษาของ Arfan et al. (2019) เสนอว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอในประเทศอินโดนีเซีย จึงตั้งสมมติฐานที่ 4 ปัจจัยปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร และขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ คือ ผู้บริโภคชาวไทยอาศัยในจังหวัดนครราชสีมาที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นไทย กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรและไม่ทราบค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ใช้สูตรของ Khazanie (1996) กำหนดให้ค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ได้เท่ากับ 384.16 ปัดเศษทศนิยมเป็นหลักเต็มได้จำนวนขนาดตัวอย่าง 385 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ คำถามประเภทตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตรวัดเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย พัฒนาแบบสอบถามตามแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix, 4Ps) ของ Kotler and Keller (2006) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จำนวน 20 ข้อ (Uthaihoem et al., 2022; Srijaiwong et al., 2022) ข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ระดับมาตรวัด 5 ระดับตามวิธีของ Likert โดยให้ค่าระดับความสำคัญมากที่สุดเป็น 5 คะแนนถึงความสำคัญน้อยที่สุดเป็น 1 คะแนน ดังนี้ (Likert, 1932)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดระดับปัจจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย พัฒนาแบบสอบถามตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคจำนวน 19 ข้อ (Chuangcherm & Kee-ariyo, 2022; Karnchanapayap, 2021) แบบสอบถามมีลักษณะแบบสอบถามวัดระดับพฤติกรรมเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ระดับมาตรวัด 5 ระดับตามวิธีของ Likert โดยให้ค่าระดับความสำคัญมากที่สุดเป็น 5 คะแนนถึงความสำคัญน้อยที่สุดเป็น 1 คะแนน ดังนี้ (Likert, 1932)

แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) งานวิจัยนี้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (Best & Kahn, 2016)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง สำคัญมากอย่างยิ่ง / ชื่นแน่นอน / ชอบมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง สำคัญมาก / อาจจะซื้อ / ชอบมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง สำคัญน้อย / อาจจะซื้อ / อาจจะชอบ

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด / ไม่ซื้อแน่นอน / ไม่ชอบแน่นอน

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาข้อคำถามด้วยวิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence, IOC) จากการวิเคราะห์แต่ละข้อคำถามพบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50-1.00 นับว่ามีความเหมาะสมนำไปใช้เป็นข้อคำถามได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977) จากนั้นนำไปทดลองกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ด้วยวิธีของ Cronbach (1970) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตอนที่ 2 จำนวน 20 ข้อ มีค่า 0.919 เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มตัวแปร 4Ps มีค่าตั้งแต่ 0.714-0.854 (ดังตารางที่ 1) และแบบสอบถามตอนที่ 3 จำนวน 19 ข้อ มีค่า 0.888 เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 0.723-0.830 ถือว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมและน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 1 แสดงค่า Cronbach's alpha coefficient

แบบสอบถาม ตอนที่	ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่า Cronbach's alpha coefficient
2	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) รวม	20	0.919
	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Product)	5	0.854
	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Price)	5	0.814
	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Place)	5	0.823
	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Promotion)	5	0.714
3	ปัจจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่น รวม	19	0.888
	การรับรู้ปัญหา	4	0.810
	การค้นหาข้อมูล	4	0.830
	การประเมินทางเลือก	3	0.765
	การตัดสินใจซื้อ	5	0.802
	พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3	0.723

งานวิจัยนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการค้นคว้าจากหนังสือ บทความวิจัย บทความวิชาการ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และ 2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 โดยให้ตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ผ่าน google form ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากต้องการผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นไทย โดยมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถามจากคุณสมบัติ คือ ผู้ตอบแบบสอบถาม

อาศัยในจังหวัดนครราชสีมาและเครือข่ายผ้าทอพื้นถิ่นไทย และใช้วิธีการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) โดยให้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจากการสุ่มแบบเจาะจงทำการส่งต่อแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามคนต่อไปที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนของผู้ตอบ งานวิจัยนี้ใช้วิธีตั้งค่าให้ตอบแบบสอบถามได้ครั้งเดียวต่อ IP address หรืออีเมล งานวิจัยดำเนินเก็บแบบสอบถามระหว่างเดือนมกราคม 2566 – กุมภาพันธ์ 2566 ได้ข้อมูลกลับคืนมาและได้ตรวจสอบความเรียบร้อยได้แบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์จำนวน 385 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดกับตัวแปรกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่น ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter เลือกตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสมการความถดถอย ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (Vanichbuncha, 2012)

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ขอนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 79.9 อายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 สถานภาพโสด จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.08 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 82.6 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix, 4Ps)

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4Ps) ในภาพรวมระดับมาก (mean = 4.17, S.D. = 0.19) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (mean = 4.18, S.D. = 0.22) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (mean = 4.17, S.D. = 0.21) ด้านราคา (mean = 4.17, S.D. = 0.21) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (mean = 4.12, S.D. = 0.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix, 4Ps) ในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.18	0.22	มาก
2. ด้านราคา (Price)	4.17	0.21	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.20	0.25	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.12	0.22	มาก
ในภาพรวม	4.17	0.19	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย

ผลการวิเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน ในภาพรวมระดับมาก (mean = 4.19, S.D. = 0.19) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการปฏิบัติในระดับมาก ได้แก่ การประเมินทางเลือก (mean = 4.60, S.D. = 0.30) รองลงมา คือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (mean = 4.30, S.D. = 0.41) การตัดสินใจซื้อ (mean = 4.05, S.D. = 0.34) และการรับรู้ปัญหา (mean = 3.75, S.D. = 0.43) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย ในภาพรวม

กระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่น	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. การรับรู้ปัญหา	3.75	0.43	มาก
2. การค้นหาข้อมูล	4.24	0.39	มาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย ในภาพรวม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
3. การประเมินทางเลือก	4.60	0.30	มาก
4. การตัดสินใจซื้อ	4.05	0.34	มาก
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.30	0.41	มาก
ในภาพรวม	4.19	0.19	มาก

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยของผู้บริโภคจังหวัดนครราชสีมา” วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี Enter และผลตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า ตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Xs) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่น (Y) มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระดับน้อยถึงปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ไม่เกิน 0.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กลุ่มตัวอย่างมีการแจกแจงแบบปกติ (Normality) โดยมีค่า sig ของ Kolmogorov-Smirnov เท่ากับ 0.2 มากกว่า 0.05 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 4 ปัจจัย (X1 - X4) ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity โดยมีค่า VIF ที่พบว่าไม่มีตัวแปรใดมากกว่า 10 มีค่าระหว่าง 1.659-2.577 และมีค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.388-0.603 จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่าสามารถนำไปวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุได้ (Vanichbuncha, 2003)

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นทั้งหมด 4 ปัจจัย ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ (X1) ราคา (X2) ช่องทางการจัดจำหน่าย (X3) และ การส่งเสริมการตลาด (X4) ทั้ง 4 ปัจจัยนี้สามารถอธิบายความผันแปรกับตัวแปรตามกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย ได้ถูกต้องร้อยละ 81 ส่วนอีกร้อยละ 19 ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ (ดังตารางที่ 4) แสดงให้เห็นว่าจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยทั้ง 4 สมมติฐาน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF	Tolerance
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	0.261	0.074		3.515	0.000		
ผลิตภัณฑ์ (X1)	0.139	0.021	0.161	6.418	0.000	2.063	0.485
ราคา (X2)	0.429	0.025	0.473	16.988	0.000	2.577	0.388
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X3)	0.059	0.018	0.075	3.341	0.000	1.659	0.603
การส่งเสริมการตลาด (X4)	0.317	0.023	0.360	13.737	0.000	2.281	0.438

P-Value = 0.05 $R^2 = 0.81$ Adj $R^2 = 0.80$

จากผลการทดสอบสมมติฐาน เขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 0.261 + 0.429(X2) + 0.317(X4) + 0.139(X1) + 0.059(X3)$$

เขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z = 0.473(X2) + 0.360(X4) + 0.161(X1) + 0.075(X3)$$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยทั้ง 4 ปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรกับตัวแปรตามกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยได้ร้อยละ 81 เรียงลำดับจากความมีอิทธิพลมากไปน้อย ได้แก่ ราคา การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย งานวิจัยนี้ขอเสนอการอภิปรายตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน ดังนี้

ปัจจัยด้านราคา ผลวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่าอิทธิพลเชิงบวกสูงที่สุดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย หากผู้บริโภคชาวไทยจังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเพิ่มขึ้น 0.473 หน่วย หรือร้อยละ 47.30 จะส่งผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากผู้บริโภคชาวไทยในจังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญในการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ความประณีตของผลิตภัณฑ์ และสามารถต่อรองราคาได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chumsri and Papattha (2021) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสตรีมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยราคาควรมีความเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อเสื้อผ้าของสตรีมุสลิมเนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยในการครองชีพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Srijaiwong et al. (2022) กล่าวว่าราคามีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมีย้อมสีกลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมีย้อมสีธรรมชาติ บ้านนาเดา โดยราคาควรมีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Apipatpadul and Srisornkompon (2022) กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ผ้าควรมีราคาคู่ค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของลวดลายผ้า และสอดคล้องกับ Karnchanapayap (2021) กล่าวว่าราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือโดยราคาควรมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ซื้อและสามารถต่อรองได้

ปัจจัยรองลงมา คือ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ผลวิจัยแสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการตลาดมีค่าอิทธิพลเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่น หากผู้บริโภคชาวไทยจังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 0.360 หน่วย หรือร้อยละ 36 จะส่งผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสื่อโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ที่หลากหลายกิจกรรม โดยเฉพาะกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การให้ของแถม การลดราคาในช่วงเทศกาล เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Srijaiwong et al. (2022) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมีย้อมสี โดยจัดกิจกรรมการลด แลก แจก แถม การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของ Karnchanapayap (2021) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือโดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดโปรโมชั่น การจัดของแถม การลดราคา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อให้กับผู้ซื้ออย่างสม่ำเสมอ และให้มีพนักงานขายให้คำแนะนำข้อมูลในตัวผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลวิจัยแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์มีค่าอิทธิพลเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย หากผู้บริโภคชาวไทยจังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 0.161 หน่วย หรือร้อยละ 16.1 จะส่งผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงามประณีต ลวดลายมีความชัดเจน และมีเอกลักษณ์เฉพาะของลายผ้า สอดคล้องกับการศึกษาของ Chumsri and Papattha (2021) เสนอว่าแบบของเสื้อผ้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสตรีมุสลิม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phorncharoen et al. (2020) กล่าวว่าความสวยงาม ภาพลักษณ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โอท็อปในจังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ผลวิจัยแสดงให้เห็นว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าอิทธิพลเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทย หากผู้บริโภคชาวไทยจังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญกับปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 0.075 หน่วย หรือร้อยละ 7.50 จะส่งผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยเพิ่มขึ้น โดยผู้บริโภคจังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญกับการค้นหาผลิตภัณฑ์ได้ทั้งช่องทางขายออนไลน์และช่องทางขายในร้านค้าหรือแหล่งผลิต ขั้นตอนในการซื้อผ่านออนไลน์ควรใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และสามารถซื้อได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับการศึกษาของ Katekan and Sirirat (2023) กล่าวว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าไหมไทยโดยเฉพาะทางออนไลน์เป็นช่องทางที่มีความสะดวกสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับการศึกษาของ Srijaiwong et al. (2022) กล่าวว่าผู้บริโภคซื้อผ้าฝ้ายปั่นมีย้อมสีธรรมชาติต้องสามารถสั่งซื้อหรือเลือกชมผลิตภัณฑ์ได้ทางออนไลน์ ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง และสอดคล้อง

กับการศึกษาของ Apipatpadul and Srisornkompon (2022) เสนอว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือในจังหวัดอุดรธานีโดยกระบวนการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ควรมีความสะดวกง่ายต่อการซื้อ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอพื้นถิ่นไทยของผู้บริโภคจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4Ps) ในด้านผลิตภัณฑ์ สูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยที่ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลสูงสุดต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยรองลงมาคือการส่งเสริมการตลาด ในส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นมียิทธิพลทางบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเช่นกันแต่อยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นควรให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับราคา และอาศัยการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

คณะผู้วิจัยขอเสนอแนะผลการวิจัยเพื่อเสนอเป็นแนวทางการปฏิบัติแก่กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้
ด้านราคา ผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยควรกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพความประณีตของผลิตภัณฑ์ ตั้งราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับราคาแข่งขันในท้องตลาด มีป้ายแสดงราคาขายให้ชัดเจนและให้ตั้งราคาที่สมารถต่อรองได้ นอกจากนี้ หากมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางขายออนไลน์ควรกำหนดราคาต่ำกว่าราคาขายในร้านค้าหรือแหล่งผลิตเพื่อดึงดูดใจ เนื่องจากผู้ซื้อไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสผลิตภัณฑ์ได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยควรจัดทำสื่อโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ติดป้ายโฆษณา หนังสือ นิตยสารที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น สื่อโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Line Twitter Instagram website เป็นต้น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การให้ของแถม การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น และสร้างตัวแทนขายที่มีอรรถาธิบายดีและสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์กับผู้ซื้อได้ดี

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีสีสันสดใสสวยงาม ลวดลายมีความประณีต ชัดเจน มีเอกลักษณ์เฉพาะของลายผ้าโดยสร้างสรรค์จากความมีชื่อเสียงของท้องถิ่น เอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ และสร้างลายผ้าจากเรื่องราวแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตควรพัฒนามาตรฐานให้มีคุณลักษณะพิเศษและมีความทนทาน เช่น สีย้อม เส้นด้าย เป็นต้น เนื้อผ้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ควรสวมใส่สบายดูแลรักษาง่าย และควรสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์สวยงามดึงดูดความสนใจ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยควรพัฒนาช่องทางให้ผู้ซื้อสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ได้ทั้งช่องทางขายออนไลน์และช่องทางขายร้านค้าหรือแหล่งผลิต ช่องทางขายออนไลน์ควรมีเว็บไซต์ facebook Line รูปภาพผลิตภัณฑ์หลากหลายชัดเจน สวยงาม ผู้ซื้อสามารถซื้อได้ตลอดเวลา ติดต่อได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว ชำระเงินได้หลายวิธี และร้านค้าเครือข่ายควรมีทำเลที่ตั้งร้านที่เดินทางสะดวก มีที่จอดรถสะดวกสบาย สถานที่สะอาดเรียบร้อย บรรยากาศตกแต่งสวยงาม และมีห้องทดลองสวมใส่ผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

คณะผู้วิจัยขอเสนอแนะผลการวิจัยนี้ควรประยุกต์ใช้กับผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบ ข้อดีข้อเสียแต่ละพื้นที่ และนำข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงแนวทางการปฏิบัติแก่กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทยให้มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานมากขึ้น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ที่ต้องส่งเสริมแก่ผู้ผลิตผ้าทอพื้นถิ่นไทย

ข้อจำกัดในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยนี้ เป็นการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผ่านการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ อาจมีความคลาดเคลื่อนไม่สามารถใช้ในการอ้างอิงประชากรทั้งหมดได้ และคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นคำถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แท้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาและทบทวนวรรณกรรม โดยนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประเด็นอื่น ๆ ได้แก่ กระบวนการ (Process) บุคคล (People) และลักษณะทางกายภาพ (Physicla) เพิ่มเป็นตัวแปรต้นในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้ครอบคลุมด้านการตลาดบริการทางออนไลน์ เนื่องจากอาจมีการเพิ่มช่องทางการขายผ้าทอพื้นถิ่นไทยทางออนไลน์ สามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Apipatpadul A., & Srisornkompon P. (2022). Online marketing mix factors influencing buying decision process hand woven Clothnakha cloth market, Mueang Udon Thani District, Udon Thani province. *Journal of Management Science Udon Thani Rajabhat University*, 4(5), 107-120. [in Thai]
- Arfan, M. F., Fauzi, P. A., & Rini, E. S. (2019). The effect of promotion, price perception and product quality on purchasing weaving decisions on consumers of Raki weaving assisted by Deli Serdang cooperative service. *International Journal of Research & Review*, 6(7), 349-360.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Bailee, C. (2017). Problems and Needs of Textiles Product in Loei Province. *Ratchaphruek Journal*, 15(3), 89-96. [in Thai]
- Belch, G., & Belch, M. (1993). *Introduction to advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (2nd ed.). Richard D. Irwin.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (2016). *Research in education*. Pearson Education India.
- Boonyachai, Y. (2024). Technology Acceptance and Marketing Mix Affecting Attitude and Intention of Working-Age People to use Electric Vehicles in Bangkok and Metropolitan Region. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 13(2), 140-156. [in Thai]
- Buathin, R., & Navavongsathian, A. (2024) The new normal travel behavior and service marketing mix affecting the hotel selection process of Thai tourists in Chonburi Province. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 13(2), 125–139. [in Thai]
- Community Development Office, Nakhon Ratchasima Province. (2025, August 28). *Korat preserves the Lao-Wiang silk heritage! Ban Du, Pak Thong Chai District, selected as the province's representative to compete for the prestigious 'Mom Ngamchit Buraschat' Award for 2025*. <https://korat.cdd.go.th/th/content/category/detail/id/8/iid/260314> [in Thai]
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. Harper & Row.
- Chuangcherm, S., & Kee-ariyo, C. (2022). The decision making of textile Chock Tai-Yuan on purchasing of tourists in Ratchburi province. *Journal of Technical Education Development*, 35(124), 92-101. [in Thai]
- Chumsri, A., & Papattha P. (2021). The marketing mix effecting muslim women's purchase decision on purchasing fashion clothes in Bangkok. *Maejo Business Review*, 3(2), 74-94. [in Thai]
- Engel, J. F., Kollat, D. T., and Blackwell, R. D. (1968). *Consumer Behavior*. Holt, Rinehart & Winston.
- Karnchanapayap, P. (2021). Factors affecting purchasing decision on handwoven cotton processing products in Muang District Chiang Rai province. *Journal of Philosophical Vision*, 26(1), 192-201. [in Thai]
- Katekan, P., & Sirirat E. (2023). Marketing mix factors affecting decision in purchasing Thai silk products via online channel. *SSRU Journal of Public Administration*, 6(2), 507-520. [in Thai]
- Khazanie, R. (1996). *Statistics in a world of applications* (4th ed.). Harper Collins.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. (12th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Leelanapasak W., Sanont R., Kantajorn S. (2020). Developing online marketing potential for textile community enterprises in Sida district, Nakorn Ratchasima province. *Social Science Journal of Prachachuen Research Network*, 2(3), 40-56. [in Thai]
- Likert, R., (1932). The method of constructing an attitude scale. *Archives of Psychology*, 140, 44-53.
- Phorncharoen, I., Tamadan, J., Sihanant, T., & Khamphaengchin, B. (2020). Management, marketing mix and purchase behavior influencing decision process of purchasing OTOP products in Ubon Rachatani province. *Panyapiwat Journal*, 12(2), 30-42. [in Thai]
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijs Research*, 2, 49-60. Schiffman, L. G., Wisenblit, J., & Kumar, S. R. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education India.
- Solomon, M. R. (2024). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (14th ed., Global ed.). Pearson.
- Srijaiwong, N., Pornnimit, K., & Ratniyom, R. (2022). Marketing development: A case study of Kikham weaving group Nam Long village, Sobprab district, Lampang province. *Journal of Administration and Social Science Review*, 5(1), 39-52. [in Thai]
- Sutthiwong, A., & Suwannawaj, S. (2016). Design of Teenjok printing for creating contemporary fashion from Thai Phun wisdom, Sukhothai. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 7(2), 146-158. [in Thai]
- Thaipost. (2021, May 12). Promoting the wearing of Thai fabrics generates 8.5 billion baht in revenue. Thaipost. <https://www.thaipost.net/main/detail/102581> [in Thai]
- Thammabutr, A., Ardhan P., & Nillit T. (2021). Marketing strategy for local Hand - woven silk of Surin province. *Academic Journal of Management Technology (AJMT)*, 2(2), 1-13. [in Thai]
- Uthaihoem, D., Chotikul, N., Soonsuwon, K., Saesow, K., & Chooset, N. (2022). Marketing mix factors affecting consumer buying behaviours of Longmud fabric in Songkhla. *Journal of Buddhist Anthropology*, 7(2), 310-324. [in Thai]
- Vanichbuncha, K. (2003). *Structural Equation Modeling* (2nd Edition). Chulalongkorn University. [in Thai]
- Vanichbuncha, K. (2012). *Statistics for Research*. (6nd Edition). Chulalongkorn University. [in Thai]
- Wichaidit, S., Kongmanon, S., & Buatama, P. (2022). Value addition of local woven wisdoms toward creative tourism. *Journal of Modern Learning Development*, 7(3), 349-365. [in Thai]



สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ (Objectives)

- เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า และการผลิตผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการบัญชี การตลาด การเงินและการธนาคาร การบริหารการปฏิบัติการและเทคโนโลยี การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ การบริหารการขนส่งพัสดุและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว การโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการ การบริหารจัดการทั่วไป การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ เศรษฐศาสตร์ และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบของบทความวิชาการ และบทความวิจัยที่มีคุณภาพด้านการบัญชี การตลาด การเงินและการธนาคาร การบริหารการปฏิบัติการและเทคโนโลยี การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ การบริหารการขนส่งพัสดุและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว การโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการ การบริหารจัดการทั่วไป การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ เศรษฐศาสตร์ และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- เพื่อเป็นสื่อกลางในการนำเสนอ แลกเปลี่ยนความรู้เชิงวิชาการของผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์อย่างกว้างขวาง

ขอบเขตของวารสารฯ (Scopes)

ขอบเขตของวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาคหรือเชิงจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------|--|
| • การบัญชี | • การตลาด |
| • การเงินและการธนาคาร | • การบริหารการปฏิบัติการและเทคโนโลยี |
| • การบริหารธุรกิจ | • การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร |
| • อสังหาริมทรัพย์ | • การบริหารการขนส่ง พัสดุและโลจิสติกส์ |
| • การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ | • การท่องเที่ยว การโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการ |
| • การบริหารจัดการทั่วไป | • เศรษฐศาสตร์ |
| • การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ | • การวิเคราะห์ปัญหาทางสังคมเศรษฐกิจในภาพรวม |
| • คอมพิวเตอร์ธุรกิจ | รวมถึงหลักสำคัญในด้านการบริหารจัดการ |

บทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย **ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ** การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ (Manuscript Requirements)

ผู้ที่ประสงค์ส่งบทความสามารถส่งบทความที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ โดยผู้เขียนบทความทุกคนต้องให้ข้อมูล เกี่ยวกับชื่อและนามสกุลของผู้เขียน หน่วยงานที่สังกัด รวมทั้งข้อมูลที่ติดต่อได้ให้ชัดเจน ในกรณีเป็นบทความที่เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลักก่อนนำต้นฉบับส่งต่อการวิจัย บทความที่จะส่งไม่ควรมีความยาวเกิน 25 หน้า และบทความควรมีความยาวไม่เกิน 300 คำ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) มีคำสำคัญ (Keywords) ไม่เกิน 5 คำ โดย ทั้งบทความภาษาไทยและบทความภาษาอังกฤษต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษด้วยเช่นเดียวกัน ผู้ส่งบทความ ควรตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ต้นฉบับ เช่น ตัวสะกด วรรคตอนและความเหมาะสม ความสละสลวยของการใช้ภาษา ผู้ส่งบทความจะต้องเขียนอ้างอิงเอกสารอื่นโดยจัดให้อยู่ในรูปแบบ APA Style (สามารถดูรายละเอียดได้ที่ http://en.wikipedia.org/wiki/APA_style#Reference_list) และจะต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการอ้างอิงบทความวิจัยที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ (1) ต้องผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยให้ผู้เขียนระบุเลขที่หนังสือรับรอง พร้อมแนบสำเนาหนังสือรับรองประกอบการส่งบทความ หรือ (2) ผู้วิจัยหลัก (Corresponding Author) ต้องผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากสถาบันการศึกษา พร้อมแนบสำเนาประกาศการผ่านการอบรมฯ

องค์ประกอบของบทความ

บทความวิจัย และบทความวิชาการ ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง (Title) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียน (Author (s)) ใช้ชื่อและนามสกุลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อมระบุหน่วยงานที่สังกัด รวมทั้ง E-mail ของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ (กรณีใช้ Free E-mail ที่ไม่สามารถระบุหน่วยงานที่สังกัด ขอให้เพิ่มเบอร์ โทรศัพท์ที่ติดต่อได้)
3. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 300 คำ
4. คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่เกิน 5 คำ และระบุไว้ท้ายบทคัดย่อ
5. เนื้อหา (Contents) จัดเป็น 1 คอลัมน์ มีรายละเอียดดังนี้
 - 5.1 บทความวิจัยควรให้มีการนำเสนอการวิจัยและผลที่ได้รับอย่างเป็นระบบโดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบเพิ่มเติมที่แตกต่างได้)
 - o บทนำ (Introduction)
 - o วัตถุประสงค์ของการวิจัย
 - o สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี)
 - o แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - o วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) ที่สามารถอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยรวมถึงการเก็บข้อมูลหรือเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยอย่างชัดเจน
 - o ผลการวิจัย (Results)
 - o อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย (Discussion and Conclusion)
 - o ข้อเสนอแนะ
 - o เอกสารอ้างอิง (References)
 - 5.2 บทความวิชาการ หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน และมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน และเสนอแนะมีประเด็นอย่างสมบูรณ์โดยควรประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบเพิ่มเติมที่แตกต่างได้)
 - o บทนำ (Introduction)
 - o แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - o สารในประเด็นต่างๆ (Contents)
 - o อภิปรายผล และสรุป (Discussion and Conclusion)
 - o ข้อเสนอแนะ
 - o เอกสารอ้างอิง (References)

การเตรียมต้นฉบับ (บทความวิจัย/บทความวิชาการ)

1. บทความมีความยาวไม่เกิน 25 หน้า กระดาษ A4 โดยจัดเป็น 1 คอลัมน์ (รวมบทคัดย่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษและเอกสารอ้างอิง)
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ ให้กำหนดขอบบน 1.5 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1.5 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว
3. ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK โดยกำหนดขนาด ดังนี้
 - 3.1 ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 20 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.2 ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 15 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.3 ตำแหน่ง สถานที่ทำงาน และ E-mail address ของผู้เขียน ขนาด 15 point ตัวธรรมดาชิดซ้าย
 - 3.4 หัวข้อเรื่อง ขนาด 16 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.5 รายละเอียด/เนื้อเรื่อง ขนาด 15 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย
4. ตารางให้วางตารางไล่ลำดับที่อ้างอิงถึงในบทความ พิมพ์ชื่อและลำดับของตารางเหนือตาราง และพิมพ์คำอธิบาย เพิ่มเติมใต้ตาราง
5. การอ้างอิงในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิง โดยจัดให้อยู่ในแบบ APA Style

การอ้างอิงเอกสาร (References)

บทความทุกเรื่องที่จะเข้ามาพิจารณาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จะต้องมีการเขียนอ้างอิงเอกสารอื่นหรือเขียนแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ในการตอนท้ายของบทความ โดยให้เขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น และให้จัดอยู่ในรูปแบบ APA Style ซึ่งผู้ส่งบทความควรตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการอ้างอิงให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท. กำหนดอย่างเคร่งครัด (บทความเรื่องใดที่มีรูปแบบการอ้างอิงที่ยังไม่เป็นไปตามที่วารสารฯ กำหนดจะได้รับการส่งต่อไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความอ่านพิจารณาในขั้นตอนถัดไป) โดยผู้ส่งบทความต้องยึดตามหลักเกณฑ์หลักๆ ดังต่อไปนี้

การอ้างอิงบทความในวารสาร

• หลักเกณฑ์

Surname, initial. (year). title. *journal name*, volume, page number.

(นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ฉบับที่, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.)

• ตัวอย่าง

Detert, J. R., & Burris, E. R. (2007). Leadership behavior and employee voice: Is the door really open? *Academy of Management Journal*, 50 (4), 869-884.

การอ้างอิงหนังสือ

• หลักเกณฑ์

Surname, initial. (year). title. publisher.

(นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. สำนักพิมพ์.)

• ตัวอย่าง

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. John Wiley and Sons.

ขั้นตอนการดำเนินงานภายหลังได้รับต้นฉบับ

บทความที่ได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์ต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยกระบวนการดังต่อไปนี้

1. กองบรรณาธิการแจ้งให้ผู้ส่งบทความทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยแล้วสมบูรณ์
2. กองบรรณาธิการตรวจสอบขอบเขตของบทความ หากบทความอยู่ในขอบเขตวารสารฯ จะรับไว้พิจารณา
3. ในกรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นควรให้ดำเนินการส่งบทความ เพื่อทำการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป บรรณาธิการจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process)
4. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาถ้อยแถลงบทความแล้ว กองบรรณาธิการพิจารณาโดยอ้างอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่านเป็นอย่างน้อยว่าบทความนั้นๆ สมควรลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย หรือควรที่จะส่งให้กับผู้ส่งบทความกลับไปแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง
5. การพิจารณาบทความที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและมีการปรับปรุงแก้ไขจนกระทั่งมีความถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วนแล้ว กองบรรณาธิการจะออกหนังสือตอบรับการตีพิมพ์ให้ผู้เขียน ส่วนการพิจารณาว่าจะได้รับการตีพิมพ์ในวารสารฉบับที่เท่าใด กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตามความเหมาะสม

การส่งบทความ (Paper Submission)

ผู้ที่ประสงค์ส่งบทความกับวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย กรุณาส่งไฟล์ บทความผ่านระบบวารสารอิเล็กทรอนิกส์ Thai Journal Online (ThaiJO) ที่อยู่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/aphecityu/index> ในกรณีที่ไม่สามารถส่งบทความผ่านระบบได้ให้ส่งไฟล์ต้นฉบับบทความในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Word มายังอีเมล apheitbus_journal@southeast.ac.th ID line : 081-718-7457 โทรศัพท์ : 02-744-735 ถึง 65 ต่อ 157 หรือ 081-718-7457, 080-446-1719, 092-260-8244

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

แบบฟอร์มการส่งต้นฉบับเพื่อพิจารณานำลงวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/น.ส.).....

2. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด.....ตำแหน่งวิชาการ (ถ้ามี).....

3. สถานภาพผู้เขียน

○ อาจารย์สถาบันการศึกษา (ชื่อสถาบัน).....

หลักสูตร.....คณะ.....

○ นักศึกษาสถาบันการศึกษา (ชื่อสถาบัน).....

หลักสูตร.....คณะ.....

○ บุคคลทั่วไป (ชื่อหน่วยงาน)

4. ขอนำส่ง

○ บทความวิจัย เรื่อง (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

○ บทความวิชาการ เรื่อง (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

○ บทความปริทัศน์ เรื่อง (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

○ บทวิจารณ์หนังสือ เรื่อง (ภาษาไทย).....

5. ชื่อผู้เขียนร่วม (ถ้ามี)

(ชื่อสถาบัน)..... หลักสูตร.....คณะ.....

6. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก เลขที่

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....

จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....โทรสาร.....

E-mail.....

7. สิ่งที่ส่งมาด้วย ○ แฟ้มข้อมูลต้นฉบับ ชื่อแฟ้มข้อมูล.....

ลงนาม.....อาจารย์ที่ปรึกษา (กรณีเป็นนักศึกษา)

(.....)

วันที่...../...../.....

ลงนาม.....ผู้พิมพ์

(.....)

วันที่...../...../.....



แบบฟอร์มยื่นข้อเสนอส่งบทความ
วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ประเภทต้นฉบับบทความ ☐ วิจัย ☐ วิชาการ/ปริทัศน์ ☐ บทวิจารณ์หนังสือ

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 1).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 2).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 3).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ถ้าบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดุษฎีนิพนธ์ หรืออื่นๆ โปรดระบุ

☐ งานวิจัย/วิชาการ ชื่อเรื่อง

☐ ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง

☐ อื่นๆ (ระบุ)

การตรวจสอบความสมบูรณ์ต้นฉบับบทความ

หลักฐานการรับรองจริยธรรมในมนุษย์ (จำเป็น) ☐ มี ระบุเลขที่ใบรับรอง.....(แนบหลักฐาน) ☐ ไม่มี

☐ แบบฟอร์มการส่งต้นฉบับเพื่อพิจารณานำลงวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.

☐ กรอกข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน ☐ แนบหลักฐานประกอบถูกต้อง ครบถ้วน

☐ ไม่ถูกต้อง ครบถ้วน (กรุณาระบุ).....

บทความวิจัย (องค์ประกอบจำเป็นและต้องมีครบถ้วน)

สาขาของบทความ (ระบุ).....

ผลลัพธ์/องค์ความรู้ใหม่/ความเชื่อถือได้/คุณค่าทางวิชาการ/การประยุกต์ใช้ได้จริง/การนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

(กรุณาระบุ).....

☐ บทคัดย่อ ☐ ภาษาไทย ☐ ภาษาอังกฤษ (ตามหลักไวยากรณ์และมีความยาวไม่เกิน 300 คำ)

☐ บทนำ ☐ วัตถุประสงค์การวิจัย ☐ สมมติฐาน (ถ้ามี) ☐ ประโยชน์การศึกษา/วิจัย

☐ วิธีการดำเนินการวิจัย ☐ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการหรือกระบวนการที่ใช้

☐ เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ศึกษา/วิจัย

☐ วิธีขั้นตอน/การเก็บรวบรวมข้อมูล ☐ สถิติ การวิเคราะห์ และการนำเสนอ

☐ ผลการวิจัย

☐ อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

☐ ข้อเสนอแนะ ☐ ด้านวิชาการ ☐ ด้านนโยบาย ☐ ด้านพาณิชย์ ☐ ด้านสาธารณะ

☐ ด้านพัฒนาหน่วยงาน/หน่วยบริการ

☐ ความถูกต้องของรูปแบบบทความ ☐ รูปแบบถูกต้อง ☐ การอ้างอิงในเนื้อหาท้ายบทความและความทันสมัย

บทความวิชาการ (องค์ประกอบจำเป็นและต้องมีครบถ้วน)

☐ บทคัดย่อ ☐ ภาษาไทย ☐ ภาษาอังกฤษ (ตามหลักไวยากรณ์และมีความยาวไม่เกิน 300 คำ)

☐ บทนำ

☐ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

☐ สารในประเด็นต่าง ๆ

☐ อภิปรายผลและสรุป

☐ ข้อเสนอแนะ

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่าบทความนี้เป็นผลงานที่ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน และจะไม่นำไปตีพิมพ์ลงในวารสารอื่นซ้ำอีกและเป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมตามชื่อที่ระบุในบทความตามจริง กรณีมีการละเมิดลิขสิทธิ์จะมีการฟ้องร้องเกี่ยวกับข้อความส่วนใด ส่วนหนึ่ง ภาพ กราฟ และ หรือข้อคิดเห็นใดที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการละเมิดลิขสิทธิ์แต่เพียงฝ่ายเดียว

ข้าพเจ้ายอมรับเงื่อนไขของกองบรรณาธิการวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยทุกประการ

ลงชื่อ

(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ

(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.....

หรือ

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เขียนบทความคนที่ 1

วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เขียนบทความคนที่ 2

วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เขียนบทความคนที่ 3

วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เขียนบทความคนที่ 4

วันที่ เดือน พ.ศ.....



ใบสมัครสมาชิก

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

สำหรับผู้สมัคร

☐ ประเภทบุคคล

ชื่อ-สกุล.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

☐ ประเภทหน่วยงาน

หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

ขอเป็นสมาชิก วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

☐ สำหรับบุคคล

☐ ระยะเวลา 1 ปี เป็นเงิน 400 บาท

☐ สำหรับสถาบันการศึกษา

☐ ระยะเวลา 1 ปี เป็นเงิน 5,000 บาท

สถานที่จัดส่ง

☐ ชื่อบุคคล.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

☐ หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

ชำระเงินโดย

☐ เงินสด

☐ โอนเข้าบัญชี “วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.” เลขที่บัญชี 813-251289-0

บัญชีออมทรัพย์ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเดอะมอลล์นครราชสีมา และโปรดส่งหลักฐานการโอนเงิน
พร้อมใบสมัครสมาชิก ส่งกลับมาที่ E-mail : apheitbus_journal@southeast.ac.th

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ อาจารย์ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
(080-446-1719) หรือคุณณัฐดี สิริวัต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (092-260-8244)
โทรศัพท์ 0-2744-7356 ถึง 65 ต่อ 157 E-mail : apheitbus_journal@southeast.ac.th หรือ id line 081-718-7457

สำหรับเจ้าหน้าที่วารสาร

ใบเสร็จเล่มที่..... เลขที่..... วันที่รับค่าสมาชิก.....



สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี