วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Journal of Management Science Research, Surindra Rajabhat University

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2564 ISSN (Print) : 2586 - 8691, ISSN (Online) : 2730 – 1877

เจ้าของ : คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

บรรณาธิการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรวัตร์ ภูระธีรานรัชต์
อาจารย์ ดร.วิจิตรา โพธิสาร

กองบรรณาธิการ :

รองศาสตราจารย์ ดร.สาโรช อังสุมาลิน
รองศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ สุวชาติ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทัศนา สุทธิกุลสมบัติ
รองศาสตราจารย์ ดร.จุรีพร จันทร์พาณิชย์
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสรชกร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา โพธิ์ไพฑูรย์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูนพล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉลอง สุขทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์มลิจันทร์ ทองคำ

งานจัดการวารสาร :

นางสาวพัฒน์ศิกานต์ ศรีโกตะเพชร
นางสาวธาสินี ศรีบุญเรือง
นางกาญจนา สมัครสมาน
นางทัศพร ใจพินิจ
นางสาวณภัสภรณ์ พันจันทร์

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ :

รองศาสตราจารย์ ดร.วินัย ปัญจขจรศักดิ์
รองศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ สุวชาติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี เงยวิจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคัณธสิริกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทำนอง ชิดชอบ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒินันท์ นุ่นแก้ว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยนุช ปรากฏดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุมาวดี เดชธำรงค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรขวัญ พิลางาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ จันทีนอก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล ชะโยมชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิช ถิระโคตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิรินทิพย์ พิศวง
อาจารย์ ดร.ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา
อาจารย์ ดร.จณัญญา วงศ์เสนา จงศิริ
อาจารย์ ดร.ศิริวรรณ กวงเพ้ง
อาจารย์ ดร.ศิวาพร พยัคฆนันท์

สำนักงาน : วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ อาคาร 44
เลขที่ 186 หมู่ 1 ถนนสุรินทร์ - ปราสาท
ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ 32000

ออกแบบและพิมพ์ที่ : คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ความเป็นมาของวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

การจัดทำวารสารวิชาการและวิจัย ถือเป็นภารกิจที่สำคัญของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมให้บุคลากรของหน่วยงานได้เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และผลงานวิจัยสู่หน่วยงานภายนอกและความก้าวหน้าทางวิชาการในสาขานั้นๆ เป็นการสร้างเครือข่ายเผยแพร่อันนำไปสู่ความก้าวหน้าทางวิชาการของบุคลากรเป็นการเผยแพร่และถ่ายทอดเทคโนโลยีผลงานวิชาการในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และเป็นการสร้างเครือข่ายการเผยแพร่ผลงานวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดทำวารสารวิชาการดังกล่าว จึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองให้มีความแข็งแกร่งทางวิชาการ เพื่อเป็นที่พึ่งทางวิชาการแก่ท้องถิ่น สอดคล้องกับภารกิจ และเพื่อให้บรรลุประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ดังนั้น คณะวิทยาการจัดการในฐานะหน่วยงานที่สนับสนุนทางวิชาการจึงได้จัดทำวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยของบุคลากรมหาวิทยาลัยและหน่วยงานจากภายนอกในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์
2. เพื่อสนับสนุนการนำผลงานวิชาการและงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์
3. เพื่อสนองนโยบายการวิจัยและบริการวิชาการของคณะวิทยาการจัดการและมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

กำหนดออก-ช่วงเวลาตีพิมพ์

วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ เป็นวารสารวิชาการราย 6 เดือน (1 ปี มี 2 ฉบับ) กำหนดออก คือ เดือนมิถุนายน และเดือนธันวาคม ของทุกปี

เลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (International Standard Serial Number) ดังนี้

ISSN (Print) : 2586 - 8691, ISSN (Online) : 2730 – 1877

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ฉบับนี้เป็นฉบับประจำปีที่ 5 ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2564 จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้า การดำเนินงานวิจัย และการเผยแพร่ความรู้และวิทยาการในศาสตร์ของบริหารธุรกิจผ่านผลงานวิจัยและผลงานวิชาการ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจระหว่าง นักวิชาการ นักบริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป บทความที่ลงตีพิมพ์ได้ผ่านการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง (Peer Review) และเป็นบทความที่มีประโยชน์ในทางวิชาการ โดยมีบทความวิจัยจำนวน 8 เรื่อง ได้แก่ 1) การจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 2) แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ 3) การศึกษาโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) 4) การพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี 5) แนวทางการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง 6) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ 7) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และความภักดีของลูกค้า : ข้อมูลป้อนกลับจากบทรีวิวโดยลูกค้าลาซาด้า 8) การจัดการระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ภายใต้สถานการณ์โควิด - 19 และบทความวิชาการ จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “ปราสาทหมื่นชัย”

กองบรรณาธิการวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านทุกท่าน และขอขอบคุณที่ท่านผู้อ่านได้ให้ความสนใจ หากผู้อ่านจะมีข้อเสนอแนะใดในการปรับปรุงวารสารนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นกองบรรณาธิการขอน้อมรับไว้ด้วยความยินดียิ่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรวัตร์ ภูระธีรานรัชต์
บรรณาธิการ

สารบัญ

เรื่อง **หน้า**

บทความวิจัย

การจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 1
เนตรตะวัน โสมนาม, ทองแท่ง ทองลิ่ม และเชิดชัย ธุระแพง

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรใน
จังหวัดศรีสะเกษ 16
ยุพาพร จันทร, ธีรวัตร์ ภูระธีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์

การศึกษาโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์
การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) 31
จตุภัทร จินดาศักดิ์, ทองแท่ง ทองลิ่ม และเชิดชัย ธุระแพง

การพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี 43
สุชาดา กนกชัชวาล และณัฐจิรา หวังดี

แนวทางการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง 58
สราลักษณ์ เรืองหุ่น, วราภรณ์ เต็มแก้ว และอภิรดา นามแสง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก
สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ 73
จุฑามาศ อุปถัมภ์, ธีรวัตร์ ภูระธีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และความภักดีของลูกค้า : ข้อมูลป้อนกลับจากบทรีวิว
โดยลูกค้าลาซาด้า 88
สมเกียรติ ภู่พัฒน์วิบูลย์

การจัดการระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ภายใต้สถานการณ์โควิด - 19 103
โสภิดา สัมปัตติกร และชีวัน ทองสอดแสง

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง **หน้า**

บทความวิชาการ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “ปราสาทหมื่นชัย” 117
สุริยา คลังฤทธิ์, ยโสธารา ศิริภาประภากร, พระมหาเฉลิมเกียรติ แก้วหอม และพระนัด จารุวณฺโณ

เกี่ยวกับวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ 132
คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ 134
แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ 149
ขั้นตอนการทำงานของวารสาร 150
จริยธรรมการตีพิมพ์ 151

การจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

The Supply Chain Management of Cassava in Chom Bueng District, Ratchaburi

เนตรตะวัน โสมนาม[1*] ทองแท่ง ทองลิ่ม[2] และ เชิดชัย ธุระแพง[3]

Nettawan Somnam[1*], Tongtang Tonglim[2] and Chertchai Thurapaeng[3]

*Corresponding author, e-mail: nettawan25221979@gmail.com

Received: April 8th, 2021; **Revised**: May 10th, 2021; **Accepted**: May 11th, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี และ 2) เพื่อศึกษาการจัดการของห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรที่ปลูกมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี จำนวน 86 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) กิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี สามารถสรุปกระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลัง ห่วงโซ่อุปทานของมันสำปะหลังประกอบด้วยกิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ กิจกรรมต้นน้ำ คือ การปลูกมันสำปะหลังของเกษตรกร กิจกรรมกลางน้ำ คือ การรวบรวมมันสำปะหลังสดมาทำการแปรรูปเป็นแป้งมันสำปะหลัง และกิจกรรมปลายน้ำ คือ แป้งมันสำปะหลังที่ส่งขายในตลาดผู้บริโภคโดยตรง และอีกส่วนหนึ่งส่งขายให้กับอุตสาหกรรมปลายน้ำเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบและเป็นปัจจัยการผลิตของอุตาหกรรมแปรรูปอื่น และ 2) การจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง โดยภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.99, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า คือ ด้านการวางแผนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.47) รองลงมา คือ ด้านการผลิต ($\bar{x}$ = 4.03, S.D. = 0.35) ด้านการส่งมอบ ($\bar{x}$ = 4.00, S.D. = 0.52) ด้านการจัดหา ($\bar{x}$ = 3.98, S.D. = 0.84) และด้านการรับคืนสินค้า ($\bar{x}$ = 3.95, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การจัดการห่วงโซ่อุปทาน มันสำปะหลัง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

[1] นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Student in Doctor of Philosophy Program in Industrial Technology Management, Muban Chombueng Rajabhat University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Assistant Professor in Doctor of Philosophy Program in Industrial Technology Management,
Muban Chombueng Rajabhat University

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Assistant Professor in Doctor of Philosophy Program in Industrial Technology Management,
Muban Chombueng Rajabhat University

Abstract

This research aimed to 1) study the activities of cassava supply chain in Chombueng district, Ratchaburi and 2) study the supply chain management of cassava in Chombueng district, Ratchaburi. The sample group were 86 agriculturists who grow cassava in Chombueng district, Ratchaburi. The research instruments were questionnaire and in-depth interview. The statistical analyses were percentage, means, standard deviation, and content analysis. The research results revealed as follows: 1) the activities of cassava supply chain in Chombueng district, Ratchaburi could be summarized the processes of cassava flour. The supply chain of cassava consisted of upstream, midstream and downstream activities. The upstream activity was to grow cassava. The midstream activities were to collect fresh cassava roots and to make cassava flour. The downstream activities were to sell cassava flour directly to the consumers in the market and to the downstream industry as raw materials and production factors in other industries. 2) The overview of cassava supply chain management by was at high level ($\bar{x}$ = 3.99, S.D. = 0.55). The results of each aspect showed that planning was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.47), then production ($\bar{x}$ = 4.03, S.D. = 0.35), delivery ($\bar{x}$ = 4.00, S.D. = 0.52), procurement ($\bar{x}$ = 3.98, S.D. = 0.84) and merchandise returns ($\bar{x}$ = 3.95, S.D. = 0.59), respectively.

Keywords: Supply Chain Management, Cassava, Chom Bueng District, Ratchaburi

บทนำ

มันสำปะหลังเป็นพืชอาหารที่สำคัญของโลก อยู่ในอันดับ 5 รองจากข้าวสาลี ข้าวโพด ข้าว และมันฝรั่ง ส่วนใหญ่จะเพาะปลูกอยู่ในแถบทวีปแอฟริกาใต้ อเมริกาใต้อเมริกาเหนือ และเอเชีย สำหรับประเทศไทย มันสำปะหลังเป็นผลิตผลทางการเกษตรหลักอย่างหนึ่งที่มีปริมาณการส่งออกสูงเป็นอันดับ 2 รองจากข้าว และมีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับ 3 รองจากยางพาราและข้าว การเพาะปลูกมันสำปะหลังเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมปลูกด้วยวิธีการใช้สารเคมีทำให้มีรายจ่ายในการเพาะปลูกสูง และประสบปัญหาขาดทุนเนื่องจากต้นทุนในการผลิตสูง แม้ว่าสารเคมีจะช่วยให้มันสำปะหลังโตเร็ว หัวโต แป้งดี แต่ผลกระทบที่ตามมาเมื่อมีการเพาะปลูกติดต่อกันมาอย่างยาวนาน คือ ปัญหาดินเสื่อมสภาพ ปัญหาสารตกค้างในมันสำปะหลัง และปัญหาเกษตรกรได้รับสารพิษเข้าสู่ร่างกาย ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดโรคต่างๆ ตามมา เป็นต้น (ไพฑูรย์ ฟักเขียว, 2557 : 94)

การจัดการห่วงโซ่อุปทานแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทยตั้งแต่ต้นน้ำคือเกษตรกรผู้ผลิต กลางน้ำ คือ ผู้ประกอบการลานมัน โรงงานอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลัง ปลายน้ำ คือ ผู้ส่งออก อุตสาหกรรมการขนส่งในทุกกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังต่างประสบปัญหาการ ดำเนินงานที่ก่อให้เกิดต้นทุนทางการดำเนินธุรกิจ เช่น ต้นทุนทางการเกษตร การแทรกแทรงราคาของรัฐบาล กระบวนการผลิตที่มีต้นทุนสูง การขนส่งหรือต้นทุนโลจิสติกส์ เป็นต้น (วัชริน มีรอด และคณะ, 2558 : 64) การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพที่เกิดจากการร่วมมือกันของหน่วยธุรกิจโดยผ่านทางกลยุทธ์การบริหารจัดการโซ่อุปทาน (supply chain management : SCM) จะมุ่งเน้นประสิทธิภาพ ที่เพิ่มขึ้นจากความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดร่วมกันโดยมี

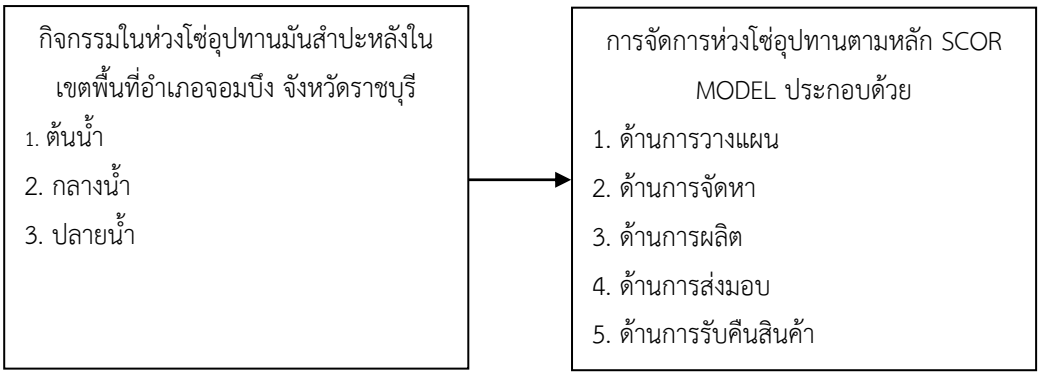
วัตถุประสงค์เพื่อที่จะสามารถลดต้นทุนให้ต่ำที่สุดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุดซึ่ง ทำให้ผู้ประกอบการตลอดสายสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินงานดีขึ้น คือ การทำให้โซ่อุปทานทั้งสายเกิดผลกำไรมากที่สุด ดังนั้น การบริหารจัดการโซ่อุปทาน จึงเป็นการบริหารการทำงานร่วมกันระหว่างกิจการที่อยู่ในสายการผลิตตลอดสายตั้งแต่ต้นกระบวนการผลิตไปจนจบกระบวนการที่ผู้บริโภคโดยการแบ่งปัน ข่าวสารข้อมูลที่จำเป็นและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนให้ต่ำที่สุดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด (พรทิพย์ รอดพ้น และคณะ, 2561 : 47 - 48)

จากความจำเป็นและความสำคัญของการนำการจัดการโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ ให้เกิดประสิทธิผล ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาการจัดการโซ่อุปทานมาปรับใช้ในอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังโดยการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาเพื่อนำการจัดการโซ่อุปทานมาใช้ในการพัฒนาองค์กรและศึกษาความเชื่อมโยงภายในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ผลิตแป้งมันสำปะหลัง ผู้ขายปัจจัยการผลิตผู้จัดส่งหรือผู้ส่งต่อผู้กระจายสินค้าตลอดจนลูกค้าในอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังเพื่อสนับสนุนระบบการจัดการโซ่อุปทานให้เกิดเป็นรูปธรรม เพราะการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง มีความสำคัญต่อการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะก่อให้เกิดการวางระบบบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ มีต้นทุนในการผลิตต่ำ รวมทั้งสามารถมีการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นได้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาการจัดการของห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากรูปที่ 1 พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี จะเริ่มจาก ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จากนั้นวิเคราะห์การจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL ซึ่งประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการจัดหา ด้านการผลิต ด้านการส่งมอบ ด้านการรับคืนสินค้า

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี จำนวน 112 คน (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร, 2563 : 29 - 32)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 กลุ่มตัวอย่างของวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คือ เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้จากการคำนวณโดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 : 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 86 คน โดยผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling)

2.2 กลุ่มตัวอย่างของวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี จำนวน 5 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการแบบเจาะจง (purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

การวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี มีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 2 ประเภท คือ

1. แบบสอบถาม เพื่อนำไปใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร จำนวน 5 ข้อ โดยมีข้อคำถามแบบทำรายการหรือเลือกตอบ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดนามบัญญัติและมาตรวัดเรียงลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL จำนวน 15 ข้อ มีลักษณะข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดนามบัญญัติและมาตรวัดอันตรภาคชั้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (balanced scorecard : BSC) จำนวน 12 ข้อ มีลักษณะข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดนามบัญญัติและมาตรวัดอันตรภาคชั้น

โดยใช้มาตรวัด 5 ระดับความสำคัญ คือ การเห็นด้วยว่ามีความสำคัญมากที่สุดถึงน้อยที่สุดแบบ Likert scales (Likert, 1970 : 275) ดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 4 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย 1 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย

การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยตามการรับรู้ของผู้ตอบที่ได้ตอบแบบสอบถาม (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 103) มีดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 3.51 - 4.50 มีความคิดเห็นในระดับมาก 2.51 - 3.50 มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 1.51 - 2.50 มีความคิดเห็นในระดับน้อย 1.00 - 1.50 มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยด้วยการทดสอบคุณภาพเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 0.92 แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับเกษตรกรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความ

น่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการของครอนบาค (Cronbach, 1990 : 202 - 204) ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่า 0.88

2. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยด้วยการนำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาถึงความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แล้วนำข้อคำถามมาปรับปรุงให้เหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยการประสานงานกับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเองกับผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสัมภาษณ์มีรูปแบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งการสัมภาษณ์ใช้คำถามแบบปลายเปิดเพื่อต้องการทราบความคิดเห็น รวมทั้งข้อเสนอแนะและมุมมองต่างๆ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (arithmetic mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวัดค่าเฉลี่ยและการกระจายของข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาตามกรอบแนวคิดของ SCOR Model ที่ได้กำหนดขึ้นโดยการวิเคราะห์ตามเนื้อหาที่ปรากฏในการสัมภาษณ์ มีการเทียบเคียงกับทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทานของวิทยา สุหฤทดำรง (2550 : 25) ส่วนวิธีการทางคุณภาพ คือ การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยจากเอกสารดังกล่าวประกอบกับเอกสารอื่นๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ามาดังกล่าวข้างต้น

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี พบว่า

1. กิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

จากการสัมภาษณ์ถึงกิจกรรมในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี สามารถสรุปกระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลังตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้ดังนี้

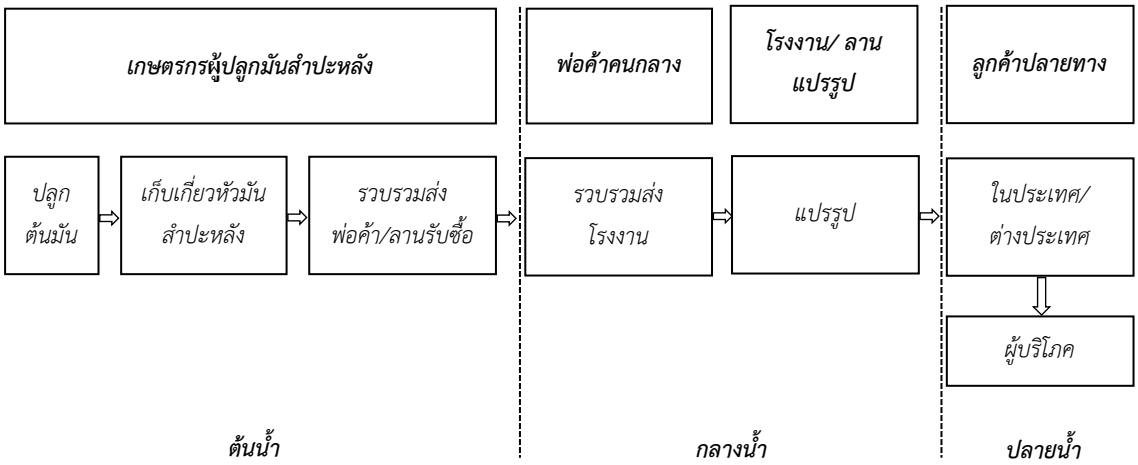
1.1 กระบวนการผลิตมันสำปะหลัง (ต้นน้ำ) สำหรับต้นน้ำเริ่มต้นที่เกษตรกรผู้เพาะปลูกมันสำปะหลัง ผลผลิตที่ได้ในช่วงต้นน้ำคือมันสำปะหลังสด (ผู้ประกอบการ ก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2563) สำหรับการคัดเลือกชนิดของพันธุ์มันสำปะหลังจะแตกต่างกันตามความเหมาะสมของพื้นที่ปลูกในแต่ละภูมิประเทศและการเลือกใช้พันธุ์ที่ให้ผลผลิตที่ดีให้ได้มันสำปะหลังที่มีคุณภาพ (ผู้ประกอบการ ข, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2563)

1.2 กระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลัง (กลางน้ำ) เป็นการรวบรวมมันสำปะหลังหัวสดจากเกษตรกรเพื่อนำมาทำการแปรรูปขั้นต้น (ผู้ประกอบการ ค, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563) ผู้ประกอบการที่

เป็นช่วงกลางน้ำของห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ ผู้ประกอบลานมัน โรงงานมันเส้นอัดเม็ด โรงงานแป้งมัน โรงงานอาหารสัตว์ และโรงงานแปรรูปอื่นๆ (ผู้ประกอบการ ง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563)

1.3 กระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลัง (ปลายน้ำ) ถือว่าเป็นผลผลิตที่ได้จากการแปรรูปที่จะนำไปใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคส่งขายไปยังลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (ผู้ประกอบการ จ, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563)

จากกระบวนการผลิตมันสาปะหลังดังกล่าวข้าวต้น สามารถสรุปเป็นรูปกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง ดังนี้



รูปที่ 2 กระบวนการผลิตมันสำปะลัง (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ)

จากรูปที่ 1 พบว่า กระบวนการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังต้นน้ำ คือ เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง กลางน้ำ คือ พ่อค้าคนกลาง โรงงาน/ ลานแปรรูป และปลายน้ำ คือ ลูกค้าปลายทาง

2. การจัดการของห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรีได้มีการศึกษาในด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานและผลการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 86 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบกิจการประเภทผู้ส่งออกมากที่สุด มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ อยู่ระหว่าง 11 - 15 ปี

2.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL

ผลการวิจัย ดังตารางที่ 1 พบว่า จัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.99, S.D. = 0.55) โดยด้านการวางแผนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.47) รองลงมา คือด้านการผลิต ($\bar{x}$ = 4.03, S.D. = 0.35) ด้านการส่งมอบ ($\bar{x}$ = 4.00, S.D. = 0.52) ด้านการจัดหา ($\bar{x}$ = 3.98, S.D. = 0.84) และด้านการรับคืนสินค้า ($\bar{x}$ = 3.95, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL

การจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการวางแผน	4.04	0.47	มาก
2. ด้านการจัดหา	3.98	0.84	มาก
3. ด้านการผลิต	4.03	0.35	มาก
4. ด้านการส่งมอบ	4.00	0.52	มาก
5. ด้านการรับคืนสินค้า	3.95	0.59	มาก
รวม	**3.99**	**0.55**	**มาก**

สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 2 - 6

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL ด้านการวางแผน

การวางแผน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรมีการวางแผนตามความต้องการของลูกค้า	4.04	0.84	มาก
2. เกษตรกรมีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้ได้มันสำปะหลังที่มีคุณภาพ	4.09	0.80	มาก
3. เกษตรกรมีการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า	4.05	0.84	มาก
รวม	**4.06**	**0.82**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านการวางแผน โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.06, S.D. = 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้ได้มันสำปะหลังที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.09, S.D. = 0.80) รองลงมาคือ เกษตรกรมีการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ($\bar{x}$ = 4.05, S.D. = 0.84) และเกษตรกรมีการวางแผนตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.84)

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL ด้านการจัดหา

การจัดหา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรมีความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการจัดหา	4.11	0.82	มาก
2. เกษตรกรมีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	4.04	0.86	มาก
3. เกษตรกรมีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งที่มีมาตรฐานที่ตรงตามความต้องการ	4.00	0.84	มาก
รวม	**3.98**	**0.84**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านการจัดหา โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.98, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการจัดหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.11, S.D. = 0.82) รองลงมาคือ เกษตรกรมีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.86) และเกษตรกรมีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งที่มีมาตรฐานที่ตรงตามความต้องการ ($\bar{x}$ = 4.00, S.D. = 0.84)

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL ด้านการผลิต

การผลิต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรสามารถปรับกำลังการทำงานในการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	4.05	0.81	มาก
2. เกษตรกรมีความสามารถในการจัดหากำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	4.06	0.79	มาก
3. เกษตรกรมีระบบในการติดตามผลเพื่อแสดงกำลังการผลิตที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้	4.07	0.82	มาก
รวม	**4.04**	**0.84**	**มาก**

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านการผลิต โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีระบบในการติดตามผลเพื่อแสดงกำลังการผลิตที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.07, S.D. = 0.82) รองลงมาคือ เกษตรกรมีความสามารถในการจัดหากำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{x}$ = 4.06, S.D. = 0.79) และเกษตรกรสามารถปรับกำลังการทำงานในการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{x}$ = 4.05, S.D. = 0.81)

ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL ด้านการส่งมอบ

การส่งมอบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรมีขั้นตอนกระบวนการส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วเพื่อให้การส่งมอบมีคุณภาพ	4.10	0.79	มาก
2. เกษตรกรมีการสื่อสารได้อย่างถูกต้องในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการส่งมอบสินค้า	4.02	0.79	มาก
3. เกษตรกรทำงานร่วมกับลูกค้าที่สำคัญเพื่อปรับปรุงกระบวนการการส่งมอบให้มีคุณภาพ	4.01	0.82	มาก
รวม	**4.03**	**0.80**	**มาก**

จากตารางที่ 5 พบว่า ด้านการส่งมอบ โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.03, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีขั้นตอนกระบวนการส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วเพื่อให้การส่งมอบมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.10, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ เกษตรกรมีการสื่อสารได้อย่างถูกต้องในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการส่งมอบสินค้า ($\bar{x}$ = 4.02, S.D. = 0.79) และเกษตรกรทำงานร่วมกับลูกค้าที่สำคัญเพื่อปรับปรุงกระบวนการการส่งมอบให้มีคุณภาพ ($\bar{x}$ = 4.01, S.D. = 0.82)

ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL ด้านการรับคืนสินค้า

การรับคืนสินค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรมีกระบวนการตรวจสอบข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการทำให้สินค้าเกิดความชำรุดเสียหาย	4.00	0.75	มาก
2. เกษตรกรแสดงความรับผิดชอบในการชดใช้ในกรณีสินค้าได้รับความเสียหาย	3.95	0.81	มาก
3. เกษตรกรมีความสามารถในการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นของสินค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า	3.80	0.83	มาก
รวม	**3.91**	**0.79**	**มาก**

จากตารางที่ 6 พบว่า ด้านการรับคืนสินค้า โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.91, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีกระบวนการตรวจสอบข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการทำให้สินค้าเกิดความชำรุดเสียหายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.00, S.D. = 0.75) รองลงมาคือ เกษตรกรแสดงความรับผิดชอบในการชดใช้ในกรณีสินค้าได้รับความเสียหาย ($\bar{x}$ = 3.95, S.D. = 0.81) และเกษตรกรมีความสามารถในการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นของสินค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ($\bar{x}$ = 3.80, S.D. = 0.83)

2.3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (BSC)

ผลการวิจัยดังตารางที่ 7 – 11

ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (BSC)

การดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านลูกค้า	4.05	0.82	มาก
2. ด้านกระบวนการภายใน	4.04	0.27	มาก
3. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.03	0.81	มาก
4. ด้านการเงิน	3.97	4.06	**0.80**
รวม	**4.02**	**1.49**	**มาก**

จากตารางที่ 7 พบว่า การดำเนินงานแบบดุลยภาพ ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.02, S.D = 1.49) โดยการดำเนินการด้านลูกค้ามีความสำคัญสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.05,

S.D = 0.82) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{x}$ =4.04, S.D = 0.27) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{x}$ = 4.03, S.D = 0.81) ด้านการเงิน ($\bar{x}$ = 3.97, S.D = 0.46) ตามลำดับ สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 8 – 11

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานด้านลูกค้า

ลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความของลูกค้าได้ตลอดเวลา	4.04	0.81	มาก
2. เกษตรกรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า	4.08	0.81	มาก
3. เกษตรกรเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้าและนำคำติชมมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงาน	4.05	0.84	มาก
รวม	**4.05**	**0.82**	**มาก**

จากตารางที่ 8 พบว่า ด้านลูกค้า โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.05, S.D. = 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.08, S.D. = 0.81) รองลงมา คือ เกษตรกรเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้าและนำคำติชมมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงาน ($\bar{x}$ = 4.05, S.D. = 0.84) และเกษตรกรสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความของลูกค้าได้ตลอดเวลา ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.81)

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน

กระบวนการภายใน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรมีการเตรียมพร้อมข้อมูลในเป็นปัจจุบันเพื่อนำไปวางแผนการดำเนินงาน	4.05	0.77	มาก
2. เกษตรกรมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานอยู่ต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน	4.00	0.87	มาก
3. เกษตรกรมีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการดำเนินงานอยู่เสมอ	4.07	0.80	มาก
รวม	**4.04**	**0.27**	**มาก**

จากตารางที่ 9 พบว่า ด้านกระบวนการภายใน โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการดำเนินงานอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.07, S.D. = 0.80) รองลงมา คือ เกษตรกรมีการเตรียมพร้อมข้อมูลในเป็นปัจจุบันเพื่อนำไปวางแผนการดำเนินงาน ($\bar{x}$ = 4.05, S.D. = 0.77) และเกษตรกรมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานอยู่ต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน ($\bar{x}$ = 4.00, S.D. = 0.87)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา

การเรียนรู้และพัฒนา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรมีการคัดเลือกแรงงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	4.08	0.81	มาก
2. เกษตรกรมีการนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอของแรงงานมาเป็นข้อมูลมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ	3.95	0.82	มาก
3. เกษตรกรมีการปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานให้ทันสมัย	4.06	0.80	มาก
รวม	**4.03**	**0.81**	**มาก**

จากตารางที่ 10 พบว่า ด้านการเรียนรู้และพัฒนา โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.03, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีการคัดเลือกแรงงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.08, S.D. = 0.81) รองลงมา คือ เกษตรกรมีการปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานให้ทันสมัย ($\bar{x}$ = 4.06, S.D. = 0.80) และเกษตรกรมีการนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอของแรงงานมาเป็นข้อมูลมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ ($\bar{x}$ = 3.95, S.D. = 0.82)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานด้านการเงิน

การเงิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เกษตรกรมีการผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ	4.05	0.86	มาก
2. เกษตรกรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	3.99	0.77	มาก
3. เกษตรกรมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.98	0.77	มาก
รวม	**4.06**	**0.80**	**มาก**

จากตารางที่ 11 พบว่า ด้านการเงิน โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.06, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกษตรกรมีการผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.05, S.D. = 0.86) รองลงมา คือ เกษตรกรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ($\bar{x}$ = 3.99, S.D. = 0.77) และเกษตรกรมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x}$ = 3.98, S.D. = 0.77)

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี จากข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย มีประเด็นที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ และน่าสนใจ ซึ่งสามารถนำมาสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยนำมาสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. กิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

จากการสัมภาษณ์ถึงกิจกรรมในกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี สามารถสรุปกระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลังตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้ดังนี้

1.1 กระบวนการผลิตมันสำปะหลัง (ต้นน้ำ) สำหรับต้นน้ำเริ่มต้นที่เกษตรกรผู้เพาะปลูกมันสำปะหลัง ผลผลิตที่ได้ในช่วงต้นน้ำคือมันสำปะหลังสด สำหรับการคัดเลือกชนิดของพันธุ์มันสำปะหลังจะแตกต่างกันตามความเหมาะสมของพื้นที่ปลูกในแต่ละภูมิประเทศและการเลือกใช้พันธุ์ที่ให้ผลผลิตที่ดีให้ได้มันสำปะหลังที่มีคุณภาพ

1.2 กระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลัง (กลางน้ำ) เป็นการรวบรวมมันสำปะหลังหัวสดจากเกษตรกรเพื่อนำมาทำการแปรรูปขั้นต้น ผู้ประกอบการที่เป็นช่วงกลางน้ำของห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ ผู้ประกอบลานมัน โรงงานมันเส้นอัดเม็ด โรงงานแป้งมัน โรงงานอาหารสัตว์ และโรงงานแปรรูปอื่นๆ

1.3 กระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลัง (ปลายน้ำ) ถือว่าเป็นผลผลิตที่ได้จากการแปรรูปที่จะนำไปใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคส่งขายไปยังลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

2. การจัดการของห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรีได้มีการศึกษาในด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานและผลการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 86 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบกิจการประเภทผู้ส่งออกมากที่สุด มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ อยู่ระหว่าง 11 - 15 ปี

2.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL พบว่า จัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลัก SCOR MODEL โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.99, S.D. = 0.55) โดยด้านการวางแผนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.04, S.D. = 0.47) รองลงมา คือ ด้านการผลิต ($\bar{x}$ = 4.03, S.D. = 0.35) ด้านการส่งมอบ ($\bar{x}$ = 4.00, S.D. = 0.52) ด้านการจัดหา ($\bar{x}$ = 3.98, S.D. = 0.84) และด้านการรับคืนสินค้า ($\bar{x}$ = 3.95, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

2.3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (BSC) ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.02, S.D = 1.49) โดยการดำเนินงานด้านลูกค้ามีความสำคัญสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.05, S.D = 0.82) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{x}$ =4.04, S.D = 0.27) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{x}$ = 4.03, S.D = 0.81) ด้านการเงิน ($\bar{x}$ = 3.97, S.D = 0.46) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล ดังนี้

กิจกรรมการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังที่มีการปฏิบัติการส่วนใหญ่ คือ เป็นการวางแผนเพราะวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดในการจัดการโซ่อุปทานซึ่งสามารถก่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจและอุตสาหกรรมโดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด การจัดหา การผลิต การส่งมอบและการส่งคืนสินค้าตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ รอดพ้น และคณะ (2561 : 46 - 55) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมมันสำปะหลังใน

เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยภาพให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยการวางแผนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการผลิต ด้านการส่งมอบ ด้านการจัดหา และด้านการรับคืนสินค้า

การดำเนินงานแบบดุลยภาพ เกษตรกรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินการด้านกระบวนการภายในมากที่สุด เพราะเกสรกรต้องมีการสร้างเครือข่ายในการจัดหาวัตถุดิบ สามารถคาดคะเนล่วงหน้า วางแผนและกำหนดเป้าหมายของความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ นำไปใช้พยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้ อีกทั้งองค์กรสามารถที่จะระบุกำลังการผลิต มีระบบในการติดตามผลเพื่อแสดงกำลังการผลิตที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้และมีความสามารถในการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งมีความสามารถในการจัดการกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในสภาวะที่ความต้องการผกผันได้ ดังนั้น การจัดหาและการผลิตจะส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานขององค์กรได้ อีกทั้งความเร็วในด้านการจัดหาวัตถุดิบ (sourcing flexibility and speed) คือ ความรวดเร็วและความสามารถในการเพิ่มหรือลดด้านการจัดหาวัตถุดิบขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้า รวมทั้งความยืดหยุ่นและความเร็วด้านการผลิต (manufacturing flexibility and speed) คือ ความรวดเร็วและความสามารถในการเพิ่มหรือลดด้านการผลิตขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้า และยังเชื่อมโยงกับ จงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ และคณะ (2553 : 97) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะของโซ่อุปทานในการผลิตลำไยเพื่อการส่งออกของไทย พบว่า การแบ่งปันข่าวสารข้อมูลเพื่อนำมาเตรียมพร้อมข้อมูลในทุกๆ ด้านในองค์กรส่งผลต่อสมรรถนะของโซ่อุปทานและสร้างประโยชน์แก่ทางธุรกิจอย่างมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ รอดพ้น และคณะ (2561 : 53) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ผลการดำเนินการได้นำมุมมองการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (BSC) ทั้ง 4 มุมมองมาวิเคราะห์ ภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผลการดำเนินการด้านกระบวนการภายในมีความสำคัญสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ด้านลูกค้า และด้านการเงิน ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ อุบลรัตน์ แจ้งเจริญ (2554 : 78 - 94) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในธุรกิจอุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระดับมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่วัดจากการวัดสมรรถนะขององค์กรจากการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบขององค์กรแบบสมดุล พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร รองลงมา คือ ด้านมุมมองด้านลูกค้า มุดมองด้านการเงิน และด้านกระบวนการภายใน นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา ปฐมชัยอัมพร (2556 : 77 - 78) ได้ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานตามแนวคิด Balanced Scorecard โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานตามแนวคิด BSC ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลการปฏิบัติงานตามแนวคิด BSC ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการภายในอยู่ในระดับมากที่สุด ลูกค้าอยู่ในระดับรองลงมา และน้อยที่สุดคือการเรียนรู้และพัฒนา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เพื่อให้การทำงานขององค์กรเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดควรจะมีการจัดหา ไม่ว่าจะเป็นวัสดุ อุปกรณ์ในการผลิตให้เพียงพอและใช้ในกรณีที่ขาดแคลนวัสดุในการผลิต เพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการให้เพียงพอ และทันเวลาในการใช้งานของลูกค้าซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการได้อย่างไม่ติดขัด

2. เพื่อให้องค์กรมีการวางแผนการบริหารทรัพยากร เช่น เงินทุน สถานที่ วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

3. จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กิจกรรมในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี สำหรับต้นน้ำเริ่มต้นที่เกษตรกรผู้เพาะปลูกมันสำปะหลัง กลางน้ำ เป็นการรวบรวมมันสำปะหลังหัวสดจากเกษตรกรเพื่อนำมาทำการแปรรูปขั้นต้น และปลายน้ำ ถือว่าเป็นผลผลิตที่ได้จากการแปรรูปที่จะนำไปใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคส่งขายไปยังลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังและผู้สนใจทั่วไปในเขตพื้นที่อื่นๆ และในจังหวัดใกล้เคียงที่จะนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากในการศึกษานี้เป็นการเลือกพื้นที่เป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงคือ อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี ซึ่งผู้ที่สนใจควรมีการพัฒนาเปลี่ยนพื้นที่หรือใช้พื้นที่ให้ครอบคลุม ทั้งหมดของการจัดการห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง เนื่องจากเป็นสินค้าเกษตรที่สามารถปลูกได้ในทุกๆ พื้นที่ในจังหวัดราชบุรี เนื่องจากแต่ละพื้นที่และแต่ละกลุ่มตัวอย่างจะมีสภาพของเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน

2. ควรนำแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling : SEM) มาทำการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานมันสำปะหลังเพื่อจะได้ศึกษาปัญหาต่างๆ ที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร. (2563). *รายชื่อเกษตรกรจังหวัดราชบุรี 2563*. ราชบุรี : สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี.

จงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ, พาวิน มะโนชัย, ศิริกุล ตุลาสมบัติ, ภูษณิศา เตชเถกิง, นิตยา ถาวัน, บุษบง ฝั้นแจ้ง. (2553). *สมรรถนะของโซ่อุปทานการผลิตลำไยเพื่อการส่งออกของประเทศไทย.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น. 228 หน้า.

พรทิพย์ รอดพ้น, นวินดา ซื่อตรง, นิลุบล วิโรจน์ผดุงพงศ์. (2561). การจัดการห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา,* 12(2), 46 - 57.

ไพฑูรย์ ฟักเขียว. (2557). การศึกษาระบบการเพาะปลูกเพื่อเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลัง. *วารสารวิจัย มสด สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี,* 7(3), 93 - 102.

รุ่งนภา ปฐมชัยอัมพร. (2556). *อิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานตามแนวคิด Balanced Scorecard (BSC)*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วัชริน มีรอด, กุลวรางค์ สุวรรณศรี, กฤษดา บำรุงวงศ์. (2558). *การศึกษาผลกระทบและเตรียมความพร้อมของภาคเกษตรไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษามันสำปะหลัง.* รายงานการวิจัย. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.

วิทยา สุหฤทดำรง. (2550). *ความรู้โลจิสติกส์เบื้องต้น.* กรุงเทพฯ : สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.

อุบลรัตน์ แจ้งเจริญ. (2554). *ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Test.* (5th edition). New York : Harper Collins.

Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement,* 30(3), 607 – 610.

Likert, R. N. (1970). *A technique for the measurement of attitude.* Attitude Measurement. Chicago : Ronal McNally & Company.

บุคลานุกรม

ผู้ประกอบการ ก. (ผู้ให้สัมภาษณ์). เนตรตะวัน โสมนาม (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านหนองขนาก ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150. เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2563.

ผู้ประกอบการ ข. (ผู้ให้สัมภาษณ์). เนตรตะวัน โสมนาม (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านหนองขนาก ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150. เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2563.

ผู้ประกอบการ ค. (ผู้ให้สัมภาษณ์). เนตรตะวัน โสมนาม (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านแสนกะบะ ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150. เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563.

ผู้ประกอบการ ง. (ผู้ให้สัมภาษณ์). เนตรตะวัน โสมนาม (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านแสนกะบะ ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150. เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563.

ผู้ประกอบการ จ. (ผู้ให้สัมภาษณ์). เนตรตะวัน โสมนาม (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านรางม่วง ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150. เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563.

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ

Motivation Affecting the Operational Efficiency of Personnel Agricultural Cooperative in Sisaket Province

ยุพาพร จันทร[1*] ธีรวัตร์ ภูระธีรานรัชต์[2] และ อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์[3]

Yupaporn Chantorn[1*], Teerawat Purateeranrath[2] and Ubonwan Suwannapusit[3]

*Corresponding author, e-mail: yupaporn.yup@srru.ac.th

Received: April 25th, 2021; **Revised**: May 15th, 2021; **Accepted**: May 17th, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 210 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามมาตรส่วนประมาณค่า ที่มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.951 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 - 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส สังกัดฝ่ายสินเชื่อ ประสบการณ์ในการทำงาน 2 – 5 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท ส่วนแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนอยู่ในระดับมาก และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ระดับการส่งผลของแรงจูงใจที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ มีเพียง 7 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ด้านนโยบายและการบริหารองค์การ ด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน และด้านค่าตอบแทน ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน มากที่สุดได้แก่ ไม่มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็น และมีข้อเสนอแนะว่าผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้ฝ่ายจัดการซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติ ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ: แรงจูงใจ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สหกรณ์การเกษตร

[1] นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
Student in Master of Business Administration Program in Business Administration,
Faculty of Management Sciences, Surindra Rajabhat University

[2-3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
Assistant Professor in Master of Business Administration Program in Business Administration,
Faculty of Management Sciences, Surindra Rajabhat University

Abstract

This research aimed to 1) study the motivational operation of agricultural cooperative personnel in Sisaket Province 2) study the operational efficiency of agricultural cooperative personnel in Sisaket Province and 3) study the motivation affecting the operational efficiency of agricultural cooperative personnel in Sisaket Province. The sample was 210 of agricultural cooperative personnel in Sisaket Province. The tool was a rating scale questionnaire with the reliability of 0.951. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and using multiple regression analysis methods for hypothesis testing. The results found that the most of the sample were female, age 41 - 50 years, educational background is at a bachelor's degree, marital status, under the credit department, 2 - 5 years of work experience, average monthly income is 15,000-20,000 Baht, average monthly expense is 15,000 - 20,000 Baht, while motivational operation on motivational and supporting factors are at a high level and operational efficiency of agricultural cooperative personnel is also at a high level. Moreover, the level of impact of motivation affecting the operational efficiency of agricultural cooperative personnel in Sisaket Province was found in only 7 variables such as success in work, operation characteristic, responsibility, policy and organizational management, command and supervision, work environment, and compensation factors. As for the problems and obstacles in the operation, the most were lack of opportunities to express opinions, and suggest that the manager should allow the management department, who is the performer to express opinions on the operations.

Keywords: Motivation, Operational Efficiency, Agricultural Cooperative

บทนำ

ปัจจุบันการบริหารจัดการในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรที่ไม่ได้มุ่งแสวงหาผลกำไร มีปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุด คือ “ทรัพยากรบุคคล” เพราะแม้ว่าองค์กรจะมีเงินทุนมาก มีวัตถุดิบที่ดี มีวิธีผลิตและวิวัฒนาการที่ทันสมัยเพียงใด ถ้าองค์กรนั้นขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและทัศนะคติที่เหมาะสมเข้ามาทำงาน และบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ก็อาจจะส่งผลให้องค์กรขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้บริหารต้องศึกษาและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรเพื่อให้ได้ผลงานที่ดีที่สุด (ปวีณรัตน์ สิงหภิวัฒน์, 2557 : 1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานจึงเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งองค์กรจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญกับบุคลากร โดยทำให้บุคลากรได้รับความพึงพอใจมากกว่าในสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จึงจะทำให้เกิดแรงบันดาลใจให้บุคลากรต้องการทำงานหรือเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเกิดจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ที่จะนำไปสู่การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

พระราชบัญญัติสหกรณ์ได้กำหนดความหมายของคำว่า สหกรณ์ หมายถึง คณะบุคคลร่วมกันดำเนินกิจการ เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกสหกรณ์ผู้มีสัญชาติไทย โดยช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือ

ซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2562 : 2) ทั้งนี้สหกรณ์การเกษตรเป็น 1 ใน 8 ของประเภทสหกรณ์ที่ได้กำหนดในพระราชบัญญัติสหกรณ์โดยวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสหกรณ์ขึ้นมานั้น ส่วนใหญ่เพื่อเป็นการแก้ปัญหาในด้านการทำมาหากินของสมาชิกที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน และเป็นปัญหาที่สมาชิกแต่ละคน ไม่สามารถแก้ปัญหาได้ตามลำพัง ดังนั้นสหกรณ์จึงตั้งอยู่บนรากฐานของประชาธิปไตย โดยสมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของสหกรณ์ อย่างไรก็ตามการบริหารกิจการของสหกรณ์ จำเป็นต้องแบ่งการบริหารสหกรณ์ออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการ ซึ่งบุคคลที่ทำหน้าที่ฝ่ายบริหาร ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการ ซึ่งมาจากสมาชิกที่ได้รับการเลือกตั้งจากสมาชิกด้วยกันในที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี ทำหน้าที่กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย ยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์เป้าหมายและแผนงานที่สำคัญๆ ทั้งหมดของสหกรณ์ ส่วนฝ่ายจัดการสหกรณ์ มีหน้าที่ปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงานที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้

จังหวัดศรีสะเกษ มีสหกรณ์การเกษตรที่มีสถานะดำเนินงานอยู่เพียง 54 แห่ง และมีสหกรณ์ที่มีสถานะเลิกสหกรณ์ (ชำระบัญชี) จำนวน 20 แห่ง ซึ่งมีจำนวนสูงขึ้นทุกปี นั่นสะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการภายในสหกรณ์ไม่มีประสิทธิภาพ เกิดปัญหาอุปสรรคและข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน การดำเนินงานของสหกรณ์ไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทำให้สหกรณ์ไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้จนต้องหยุดการดำเนินงานและเลิกสหกรณ์ในที่สุด

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ตามทฤษฎีแรงจูงใจ 2 ปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg *et al.*, 1959 : 113 - 115) และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดของปีเตอร์สันและพลาวแมน (Peterson and Plowman, 1953 : 433) รายละเอียดดังตารางที่ 1 – 2

ตารางที่ 1 สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

องค์ประกอบของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	รัตน์ชนก จันยัง (2556 : 92 - 93)	ปัญญาพร ฐิติพงศ์ (2559 : 73 - 75)	นลพรรณ บุญฤทธิ์ (2558 : 88 - 90)	อรุโณทัย จันทวงษ์ และประสพชัย พสนนท์ (2561 : 83)	นิตยา พรมจันทร์ (2562 : 85)	นิตยา ไชยทองศรี และคณะ (2563 : 67 - 68)	ความถี่
1. ความสำเร็จในการทำงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
2. การได้รับการยอมรับนับถือ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
3. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	✓	✓	✓	✓		✓	5
4. ความรับผิดชอบ	✓	✓	✓	✓		✓	5
5. ความก้าวหน้าในหน้าที่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
6. เงินเดือน/ ค่าตอบแทน		✓	✓	✓	✓	✓	5

ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	รัตน์ชนก จันยัง (2556 : 92 - 93)	ปัญญาพร ฐิติพงศ์ (2559 : 73 - 75)	นลพรรณ บุญฤทธิ์ (2558 : 88 - 90)	อรุโณทัย จันทวงษ์ และประสพชัย พสนนท์ (2561 : 83)	นิตยา พรมจันทร์ (2562 : 85)	นิตยา ไชยทองศรี และคณะ (2563 : 67 - 68)	ความถี่
7. ความสัมพันธ์กับบุคคลในองค์การ	✓	✓	✓			✓	4
8. ความมั่นคงในการทำงาน			✓	✓		✓	3
9. นโยบายและการบริหารงาน		✓	✓	✓		✓	4
10. สภาพแวดล้อมการทำงาน		✓	✓	✓		✓	4
11. การนิเทศงาน		✓					1
12. สภาพชีวิตส่วนตัว		✓				✓	2
13. การปกครองบังคับบัญชา			✓			✓	2
รวม	**6**	**11**	**11**	**9**	**4**	**12**	**53**

ตารางที่ 2 สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับองค์ประกอบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

องค์ประกอบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	ปัญญาพร ฐิติพงศ์ (2559 : 76)	นลพรรณ บุญฤทธิ์ (2559 : 90)	อัครเดช ไม้จันทร์ (2560 : 66)	อรุโณทัย จันทวงษ์ และประสพชัย พสนนท์ (2561: 96)	นิตยา พรมจันทร์ (2562 : 86)	ปิยธิดา กวินภัทรเวช (2557 : 275)	นิตยา ไชยทองศรี และคณะ (2563 : 68)	ความถี่
1. คุณภาพงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
2. ปริมาณงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
3. เวลาที่ใช้ในงาน	✓	✓	✓	✓		✓	✓	6
4. ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	✓	✓		✓	✓	✓	✓	6
รวม	**4**	**4**	**3**	**4**	**3**	**4**	**4**	**26**

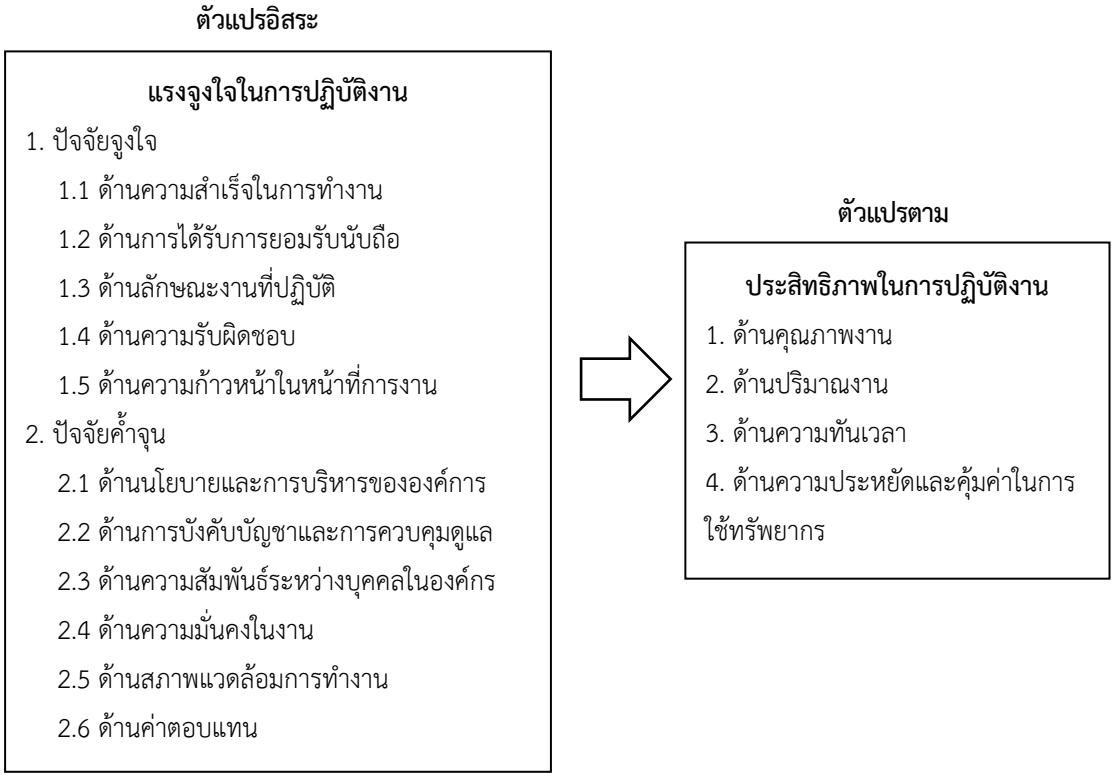
จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นและจากการทบทวนวรรณกรรม ทำให้ผู้วิจัยอยากทราบถึงแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งจะเป็นประโยชน์และสามารถ

นำไปใช้เพื่อช่วยส่งเสริมการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ช่วยผลักดันการดำเนินงานด้านต่างๆ ของสหกรณ์ให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 442 ราย จากสหกรณ์การเกษตรที่มีการจัดจ้างบุคลากร จำนวน 42 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2562) (สำนักงานสหกรณ์จังหวัดศรีสะเกษ, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 210 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) โดยมีขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 สหกรณ์ทั้งหมด 42 แห่ง ผู้วิจัยเลือกสหกรณ์ จำนวนร้อยละ 50 ของสหกรณ์ทั้งหมด โดยวิธีการจับสลาก ได้จำนวน 21 แห่ง ขั้นตอนที่ 2 เลือกสุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ แห่งละ 10 ราย ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก โดยจับสลากเฉพาะสหกรณ์ที่มีบุคลากรเกิน จำนวน 10 ราย ส่วนสหกรณ์ที่มีบุคลากร จำนวน 10 ราย ผู้วิจัยเก็บข้อมูลบุคลากรทุกราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) เรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ โดยสร้างขึ้นจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเอกสารทางวิชาการและบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วยโครงสร้าง 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (multiple choice question) ที่มีการออกแบบในลักษณะ nominal scale และ ordinal scale

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านปัจจัยจูงใจ และด้านปัจจัยค้ำจุน ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน ด้านความทันเวลา และด้านความประหยัดและคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากร ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale)

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน เป็นลักษณะคำถามแบบเปิด

งานวิจัยนี้ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (index of consistency : IOC) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม เลือกข้อคำถามของแบบสอบถามที่มีดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปนำไปใช้งานได้ โดยค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.924 และหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Co-efficient Alpha - α) ของครอนบราค (Cronbach) โดยค่าความเชื่อมั่นที่ใช้ได้จะต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.6 โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของตัวแปรต้น คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีค่าเท่ากับ 0.778 และตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีค่าเท่ากับ 0.817

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลาการสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ โดยวิธีการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 ชุด ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลทุกราย ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล จำนวน 2 สัปดาห์ จนครบตามจำนวนที่ต้องการแล้วจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวมาทำการลงรหัสเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ และร้อยละ
2. การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้ คือ

ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation : S.D.) ในการแปลค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความเห็นของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษที่มีต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยได้เอาคะแนนเฉลี่ยมาแปลความหมายคะแนนเทียบกับเกณฑ์การประเมิน โดยใช้เกณฑ์ตามหลักการของเบสต์ (Best, 1981 : 179 - 187 อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 67) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้ไปคำนวณส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

4. ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้ คือ ความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ 2) ศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ 3) ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ โดยผลการวิจัยดังนี้

ผลการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ

ผลการศึกษาจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	94	44.80
หญิง	116	55.20
อายุ		
20 - 25 ปี	19	9.00
26 – 30 ปี	18	8.70
31 – 35 ปี	37	17.60
36 – 40 ปี	50	23.80
41 – 50 ปี	62	29.50
51 – 60 ปี	24	11.40
การศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	2.90
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	16	7.60
ปริญญาตรี	92	43.80
ปริญญาโท	9	4.30

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	74	35.20
สมรส	125	59.50
หม้าย (หย่าร้าง)	6	2.90
ม่าย (คู่ชีวิตเสียชีวิต)	5	2.40
ฝ่ายที่สังกัด		
สินเชื่อ	62	29.50
การตลาด	41	19.50
บัญชี	56	26.70
การเงิน	33	15.70
ธุรการ	18	8.60
ประสบการณ์ในการทำงาน		
ต่ำกว่า 2 ปี	11	5.20
2 – 5 ปี	72	34.30
6 -10 ปี	59	28.10
11 ปีขึ้นไป	68	32.40
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	66	31.40
15,000 – 20,000 บาท	74	35.20
20,001 – 25,000 บาท	14	6.70
25,001 – 30,000 บาท	35	16.70
30,001 บาทขึ้นไป	21	10.00
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	66	31.4
15,000 – 20,000 บาท	74	35.2
20,001 – 25,000 บาท	14	6.7
25,001 – 30,000 บาท	35	16.7
30,001 บาทขึ้นไป	21	10.0
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 116 ราย (คิดเป็นร้อยละ 55.20) อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 62 ราย (คิดเป็นร้อยละ 29.5) การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 92 ราย (คิดเป็นร้อยละ

43.80) สถานภาพสมรส จำนวน 125 ราย (คิดเป็นร้อยละ 59.50) สังกัดฝ่ายสินเชื่อ จำนวน 62 ราย (คิดเป็นร้อยละ 29.50) ประสบการณ์ในการทำงาน 2 – 5 ปี จำนวน 72 ราย (คิดเป็นร้อยละ 34.30) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 71 ราย (คิดเป็นร้อยละ 33.80) และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 74 ราย (คิดเป็นร้อยละ 35.20)

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยจูงใจรวม ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยจูงใจรวม

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ด้านปัจจัยจูงใจ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน	4.25	0.47	มาก
2. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	3.66	0.71	มาก
3. ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ	3.85	0.57	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบ	4.31	0.44	มาก
5. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	3.00	0.97	ปานกลาง
รวม	3.81	0.61	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยจูงใจ มากที่สุดได้แก่ ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{x}$= 4.31) รองลงไปได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ($\bar{x}$= 4.25) ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ($\bar{x}$= 3.85) และด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ($\bar{x}$ = 3.66) ตามลำดับ ส่วนแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยจูงใจน้อยที่สุดได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\bar{x}$ = 3.00) และเมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยจูงใจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยค้ำจุนรวม ดังตารางที่ 5

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 5 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยค้ำจุน มากที่สุดได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ($\bar{x}$ = 4.01) รองลงไป 3 ลำดับ ได้แก่ ด้านความมั่นคงในงาน ($\bar{x}$ = 3.94) ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ($\bar{x}$ = 3.88) และด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล ($\bar{x}$ = 3.57) ตามลำดับ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยค้ำจุน น้อยที่สุดได้แก่ ด้านค่าตอบแทน ($\bar{x}$ = 3.17) และเมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยค้ำจุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านปัจจัยค้ำจุนรวม

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ด้านปัจจัยค้ำจุน	$\bar{x}$	**S.D.**	**แปลผล**
1. ด้านนโยบายและการบริหารองค์การ	3.46	0.77	ปานกลาง
2. ด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล	3.57	0.80	มาก
3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร	4.01	0.69	มาก
4. ด้านความมั่นคงในงาน	3.94	0.75	มาก
5. ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน	3.88	0.58	มาก
6. ด้านค่าตอบแทน	3.17	0.99	ปานกลาง
รวม	3.67	0.76	มาก

ผลการศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในภาพรวม ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ในภาพรวม

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ	$\bar{x}$	**S.D.**	**แปลผล**
1. ด้านคุณภาพงาน	4.27	0.49	มาก
2. ด้านปริมาณงาน	3.99	0.47	มาก
3. ด้านความทันเวลา	4.13	0.46	มาก
4. ด้านความประหยัดและคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากร	4.19	0.49	มาก
รวม	4.15	0.48	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษมากที่สุดได้แก่ ด้านคุณภาพงาน ($\bar{x}$ = 4.27) รองลงไปได้แก่ ด้านความประหยัดและคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากร ($\bar{x}$ = 4.19) และด้านความทันเวลา ($\bar{x}$ = 4.13) ตามลำดับ ส่วนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร น้อยที่สุดได้แก่ ด้านปริมาณงาน ($\bar{x}$ = 3.99) และเมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ผลการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดศรีสะเกษ

ผลการศึกษาระดับการส่งผลของแรงจูงใจต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ระดับการส่งผลของแรงจูงใจต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ

ประสิทธิภาพ	แรงจูงใจ	b	SE_b	β	t
a = 1.319					5.606*
	ปัจจัยจูงใจ (X_1)				
	ด้านความสำเร็จในการทำงาน ($X_{1.1}$)	.278	.058	.334	4.773*
	ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ($X_{1.2}$)	.004	.050	.007	.083
	ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ($X_{1.3}$)	.181	.068	.265	2.668*
	ด้านความรับผิดชอบ ($X_{1.4}$)	.146	.057	.165	2.567*
	ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($X_{1.5}$)	.051	.028	.114	1.808
	ปัจจัยค้ำจุน (X_2)				
	ด้านนโยบายและการบริหารองค์การ ($X_{2.1}$)	.088	.040	.176	2.195*
	ด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล ($X_{2.2}$)	.133	.046	.271	2.858*
	ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ($X_{2.3}$)	.019	.042	.033	.443
	ด้านความมั่นคงในงาน ($X_{2.4}$)	.059	.039	.112	1.519
	ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ($X_{2.5}$)	.153	.050	.228	3.074*
	ด้านค่าตอบแทน ($X_{2.6}$)	.059	.028	.149	2.136*
	n = 210 a = 1.319 : SE_{est} = ±.279				
	R = .717, R^2 = .514 ; Adjusted R^2 = .487 ; F = 19.029* ; α = .05				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลการศึกษาระดับการส่งผลของแรงจูงใจที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ มีการส่งผลอยู่ในระดับสูง มีค่าเท่ากับ .717 หรือร้อยละ 51.4 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± .279 เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 7 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการทำงาน (β = .334) ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ (β = .265) ด้านความรับผิดชอบ (β = .165) ด้านนโยบายและการบริหารองค์การ (β = .176) ด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล (β = .271) ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน (β =.228) และด้านค่าตอบแทน (β = .149) โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม (Y) ในรูปคะแนนมาตรฐานได้เป็นดังนี้

$$Y = .334X_{1.1} + .265X_{1.3} + .165X_{1.4} + .176X_{2.1} + .271X_{2.2} + .228X_{2.5} + .149X_{2.6}$$

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาระดับของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ

ด้านปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน มากที่สุดได้แก่ ด้านความรับผิดชอบ อาจเป็นเพราะบุคลากรมีการนำความรู้ความสามารถที่ตนเองมีมาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีความตั้งใจและมีการเอาใจใส่ในงานที่รับผิดชอบ เสียสละเวลาพักผ่อนเพื่อปฏิบัติงานเร่งด่วนให้เสร็จทันเวลาและเมื่อมีพบข้อบกพร่องในการทำงานสามารถแก้ไขได้ ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ปัญญาพร ฐิติพงศ์ (2559 : 25) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทก่อสร้าง : กรณีศึกษาบริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพิร์ท คอนสตรัคชั่น จำกัด พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร ด้านปัจจัยจูงใจ มากที่สุดในด้านความรับผิดชอบ ส่วนปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร น้อยที่สุดได้แก่ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน อาจเป็นเพราะบุคลากรไม่ค่อยมีโอกาสได้รับการอบรม การศึกษาดูงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบพร้อมทั้งการเลื่อนขั้นหรือการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นนั้นเป็นไปได้ยาก ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ชวาล แซ่ตั้ง (2558 : 33) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานสินเชื่อกรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสินเชื่อด้านปัจจัยจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความก้าวหน้ามีความสำคัญน้อยที่สุด

ด้านปัจจัยค้ำจุนในการปฏิบัติงาน มากที่สุดได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร เพราะบุคลากรมีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา ได้รับการช่วยเหลือในการทำงาน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งสามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี ผลการศึกษาสอดคล้องกับปัญญาพร ฐิติพงศ์ (2559 : 26) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทก่อสร้าง : กรณีศึกษาบริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพิร์ท คอนสตรัคชั่น จำกัด พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร ด้านปัจจัยค้ำจุนโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีแรงจูงใจมากที่สุดในด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่วนปัจจัยค้ำจุนในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร น้อยที่สุดได้แก่ ค่าตอบแทน อาจเป็นเพราะสหกรณ์จ่ายค่าตอบแทนให้บุคลากรโดยไม่สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ ทำให้บุคลากรมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการครองชีพ การพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนอาจไม่ได้พิจารณาจากผลงานที่ปฏิบัติได้จริง ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ชวาล แซ่ตั้ง (2558 : 33) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานสินเชื่อ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสินเชื่อ ด้านปัจจัยค้ำจุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านเงินเดือนและสวัสดิการ มีความสำคัญน้อยที่สุด

2. ผลการศึกษาระดับของประสิทธิภาพในการการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มากที่สุด ได้แก่ ด้านคุณภาพงาน อาจเป็นเพราะบุคลากรปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ได้อย่างถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานที่สหกรณ์กำหนด ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสหกรณ์ สร้างความพึงพอใจแก่สมาชิกที่มารับบริการ โดยไม่มีข้อร้องเรียนใดๆ จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ศิริพงศ์ สมพีรพันธุ์ (2560 : 51) ศึกษาเรื่องกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสหกรณ์ภาคการเกษตรในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าพนักงานสหกรณ์ภาคการเกษตรใน

จังหวัดนครราชสีมา มีความเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพของงาน ส่วนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตร น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านปริมาณงาน อาจเป็นเพราะบุคลากรปฏิบัติงานไม่ได้ตามแผนการปฏิบัติงานที่สหกรณ์กำหนด เกิดจากขาดการวางแผนในการทำงาน ไม่สำรวจอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องก่อนลงมือปฏิบัติงาน ผลการศึกษาสอดคล้องกับ สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์ (2558 : 45 - 47) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายเทคโนโลยีของธนาคารแห่งหนึ่ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านปริมาณงาน น้อยที่สุด

3. ผลการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 7 ปัจจัย ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีระดับการส่งผลมากที่สุด รองลงไปได้แก่ ด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ด้านนโยบายและการบริหารองค์การ ด้านความรับผิดชอบ และด้านค่าตอบแทน ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านความสำเร็จในการทำงาน ส่งผลมากที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่บุคลากรมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ หาโอกาสที่จะเรียนรู้เพิ่มเติม มุ่งเน้นความอดทนในการทำงาน ไม่ยึดติดกับวิธีการหรือขั้นตอนการทำงานแบบเดิมๆ โดยหาเทคนิคและแนวทางใหม่ๆ เพื่อพัฒนาการทำงานของตนเอง เพื่อให้เกิดความหลากหลาย มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ พร้อมทั้งมีความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาและอุปสรรคให้ประสบผลสำเร็จ และโดยส่วนใหญ่พื้นฐานของความสำเร็จอยู่ที่ความรักในงานที่ทำส่งผลให้บุคลากรมีความก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จในหน้าที่การงานอย่างที่ตั้งใจและมุ่งหวังไว้ (อาภรณ์ ภู่วิทยาพันธุ์, 2558) ส่วนแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานชองบุคลากรสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดศรีสะเกษ น้อยที่สุด คือ ค่าตอบแทน เพราะสหกรณ์จ่ายค่าตอบแทนให้บุคลากรโดยไม่สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ ทำให้บุคลากรมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการครองชีพ การพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนอาจจะไม่ได้พิจารณาจากผลงานที่ปฏิบัติได้จริง โดยค่าตอบแทน ทำให้ทราบถึงความสำคัญของค่าตอบแทน ที่มีต่อพนักงานเป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานโดยมีประสิทธิภาพสูงสุดโดยการจัดสิ่งจูงใจให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน และพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงาน (นวพล ลี้เจริญ, 2561 : 15)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. องค์กรควรให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือการแสดงความรู้สึกซึ่งจะเป็นการลดช่องว่างระหว่างกัน

2. องค์กรควรให้การสนับสนุนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนะทักษะความรู้ของบุคลากร ซึ่งในการอบรม ควรจัดให้มีการอบรมในหลายๆด้าน เช่น ด้านกฎหมายสหกรณ์ ด้านการบริหารงานสินเชื่อ ด้านการตลาด ด้านเงินและ

บัญชี โดยเป็นการส่งเสริมอย่างจริงจังเพื่อที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในงานขององค์กร และสามารถแก้ไขปัญหาในงานที่ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. องค์กรควรมีเกณฑ์ในการพิจารณาปรับขั้นเงินเดือน และเลื่อนตำแหน่งบุคลากรที่เป็นมาตรฐานชัดเจน ซึ่งองค์กรควรกำหนด KPI ของงานที่สามารถวัดประสิทธิภาพงานของแต่ละบุคคลได้จริง เพื่อเป็นแรงจูงใจให้บุคคลมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน จะส่งผลที่ดีต่อประสิทธิภาพของงานมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ออมทรัพย์ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อนำการศึกษามาปรับปรุงแก้ไขได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาเรื่องภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสหกรณ์ เพื่อทราบถึงลักษณะความเป็นผู้นำในการบริหารงานสหกรณ์ให้ประสบผลสำเร็จ

3. ควรศึกษาเรื่องความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสหกรณ์ด้านการฝึกอบรม เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการพัฒนารายบุคคลให้มีประสิทธิภาพต่อบุคลากรมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2562). *พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมสหกรณ์. 69 หน้า.

ชวาล แซ่ตั้ง. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานสินเชื่อ กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงใหม่.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

นลพรรณ บุญฤทธิ์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี.* งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.

นวพล ลี้เจริญ. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นิตยา ไชยทองศรี, สุธรรม พงษ์สำราญ, อิงอร ตั้นพันธ์. (2563). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานพนักงานฝ่ายผลิตของ บริษัท ซัมมิทโอโต บอดี้ อินดัสตรี จำกัด. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช,* 12(1), 62 - 76.

นิตยา พรมจันทร์. (2562). *แรงจูงใจและภาวะผู้นำที่มีผลสัมฤทธิ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรยุค 4.0 กรณีศึกษา บริษัท อาซีฟา จำกัด (มหาชน).* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

ปวีณรัตน์ สิงหภิวัฒน์. (2557). *แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดลำปาง.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเนชั่น.

ปัญญาพร ฐิติพงศ์. (2559). *แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทก่อสร้าง : กรณีศึกษา บริษัทอินเตอร์ เอ็กซ์เพิร์ท คอนสตรัคชั่น จำกัด.* วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปิยธิดา กวินภัทรเวช. (2557). แรงจูงใจที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. *วารสารสหวิทยาการจัดการ ฉบับบัณฑิตศึกษา,* 3(1), 261 - 282.

รัตน์ชนก จันยัง. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในองค์กรไม่แสวงผลกำไร.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศิริพงศ์ สมพีรพันธุ์. (2560). *กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสหกรณ์ภาคการเกษตรในจังหวัดนครราชสีมา.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ล.

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดศรีสะเกษ. (2563). *ข้อมูลโปรไฟล์สหกรณ์* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563, จาก : https://app1.cpd.go.th/profile.

สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์. (2558). *ปัจจัยส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายเทคโนโลยีของธนาคารแห่งหนึ่ง.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อรุโณทัย จันทวงษ์ และประสพชัย พสนนท์. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกสินค้าปลอดอากรของไทย. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา,* 7(1), 83 - 89.

อาภรณ์ ภู่วิทยาพันธุ์. (2558). *สร้างความสำเร็จในการทำงาน...ด้วยตัวคุณเอง* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2564, จาก : https://bit.ly/3dlmNDi.

Best, J. W. (1981). *Research in Education*. (4th edition). New Jersey : Prentice Hall PTR.

Herzberg, F., Mausner, B., Snyderma, B. B. (1959). *The Motivation to Work.* (2nd edition). New York : John Wiley and Sons.

Peterson, E. and Plowman, E. G. (1953). *Business Organization and Management*. (3rd edition). Whitefish : Literary Licensing.

การศึกษาโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

A Study of the Don Hoi Lot Tourism Value Chain in Samut Songkhram Province under the Circumstances of the Coronavirus Disease 2019 (COVID - 19) Epidemic

จตุภัทร จินดาศักดิ์[1*] ทองแท่ง ทองลิ่ม[2] และ เชิดชัย ธุระแพง[3]

Jatuphatr Jindasak[1*], Tongtang Tonglim[2] and Chertchai Thurapaeng[3]

*Corresponding author, e-mail: jatuphatr1688@gmail.com

Received: April 8th, 2021; **Revised**: May 16th, 2021; **Accepted**: May 20th, 2021;

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) 2. เพื่อศึกษากิจกรรมโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ผู้ประกอบการ ตัวแทนท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว โดยเชิงปริมาณ 330 คน และเชิงคุณภาพ 30 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยต้นน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.95 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจ ระดับปานกลาง คือ วิถีชีวิต ค่าน้ำค่าไฟ สินค้าและบริการ อาหารและเครื่องดื่ม และระดับน้อย คือ ขยะและภาครัฐ ปัจจัยกลางน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมาก คือ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักและบริการ การขนส่ง และปัจจัยปลายน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.20 คือ นักท่องเที่ยว 2. ผลการศึกษากิจกรรมโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กิจกรรมภายในองค์กรแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน โดยมีแนวทางส่งเสริมและ

[1] นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Student in Doctor of Philosophy Program in Industrial Technology Management,
Muban Chombueng Rajabhat University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Assistant Professor in Doctor of Philosophy Program in Industrial Technology Management,
Muban Chombueng Rajabhat University

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Assistant Professor in Doctor of Philosophy Program in Industrial Technology Management,
Muban Chombueng Rajabhat University

พัฒนากิจกรรมโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ควรนำเอกลักษณ์และลักษณะเด่นของดอนหอยหลอดใช้เป็นแผนในการสร้างมูลค่าเพิ่มมูลค่าให้กับดอนหอยหลอด 2) ควรนำเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาช่วยในการสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจเกี่ยวกับการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติมภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) เป็นต้น 3) ควรมีการพัฒนาการฏิบัติการด้านท่องเที่ยวดอนหอยหลอดอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และ 4) ควรประยุกต์แนวทางการบริหารจัดการโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมกับทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวของดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงคราม

คำสำคัญ: โซ่คุณค่า การท่องเที่ยว ดอนหอยหลอด โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

Abstract

The research aimed to 1. study the tourists' satisfaction towards Don Hoi Lot, Samut Songkhram province under the circumstances of the Coronavirus disease 2019 (COVID - 19) epidemic and 2. study the value chain activity of the tourism in Don HoiLot, Samut Songkhram province under the circumstances of the Coronavirus disease 2019 (COVID - 19) epidemic. The research samples were stakeholders of the Don Hoi Lot tourism value chain that consisted of entrepreneurs, travel agencies and tourists. There were 330 people in quantitative research and 30 people in qualitative research. The instruments of data collection were questionaire and interview form. The statistical analysis used in this research were percentage, mean and standard deviation. The results revealed that 1. the tourists' satisfaction included the upstream factors had the overview average level at the mean of 2.95. After considered in each item found that the average level were the ways of life, the average costs of water and electricity, goods and services, and food and beverage, respectively, and the low level included garbage and government sector, respectively. Moreover, the tourists' satisfaction of the midstream factors had the overview high level at the mean of 3.80. After considered in each item found that the high level were tourist attraction, accommodation, and transport service. The tourists' satisfaction of the downstream factors had the overview average level at the mean of 3.20. 2. According to the research results of value chain activity of the tourism in Don Hoi Lot, Samut Songkhram province, it found that there were two types of the activities: main activity and support activity. Moreover, the guildline for promotion and development of value chain activity of the tourism included 1) to use the specific identification of the location of Don Hoi Lot as value-added plan, 2) to use technology in communication such as making public relation on website and various social media about Don Hoi Lot tourism activities, additional preventive measures under the circumstances of the Coronavirus disease 2019 (COVID - 19) epidemic, 3) to develop tourism operations regularly for increasing the

competitiveness sustainably, and 4) to apply the guideline of the Don Hoi Lot tourism value chain management to cover all tourism value chain activities, increasingly.

Keywords: Value Chain, Tourism, Don Hoi Lot, Coronavirus Disease 2019

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและชุมชน รวมไปถึงการค้าและการลงทุน สามารถช่วยเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงครามที่มีลักษณะเด่นที่หาพบได้ยากในประเทศไทยคือดอนหอยหลอด ซึ่งเกิดจากการทับถมของตะกอนจากแม่น้ำและตะกอนจากทะเลบริเวณปากแม่น้ำแม่กลอง เกิดเป็นสันดอนยื่นออกไปในทะเลราว 8 กิโลเมตร ลักษณะของพื้นที่เป็นชายฝั่งราบเรียบที่พื้นเป็นทรายและตะกอน เวลาน้ำลงจะปรากฏพื้นโคลนเลนกว้างราว 4 กิโลเมตร ซึ่งมีพื้นเป็นตะกอนนุ่มและอุดมไปด้วยแร่ธาตุ ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมไปเยี่ยมชมตลอดเวลา โดยเฉพาะช่วงวันหยุดเทศกาลต่างๆ จำนวนนักท่องเที่ยวจะมีมากกว่าวันธรรมดา สาเหตุที่ดอนหอยหลอดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากดอนหอยหลอดมีหอยหลอดชุกชุมมากและมีทัศนียภาพที่สวยงามมีเอกลักษณ์ ยามปกติเวลาน้ำขึ้น ดอนจะจมหายไปในน้ำ ไม่มีร่องรอยของดอนหอยหลอดอยู่เลยแต่พอน้ำลงจะปรากฏพื้นที่ดอนหอยหลอดโผล่ขึ้นมาทีละน้อย แต่เนื่องจากปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากจึงมีการจับหอยหลอดมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวบริโภคจนทำให้หอยหลอดเจริญเติบโตไม่ทันความต้องการของนักท่องเที่ยว (ประพิม ปิยางสุ และกัลยา วัฒยากร, 2560 : 16) ทำให้เกิดปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวเช่น ภาชนะบรรจุอาหาร ส่วนใหญ่เป็นภาชนะที่ย่อยสลายยาก ได้แก่ โฟม ถุงพลาสติก เป็นต้น เกิดผลกระทบในเรื่องการท่องเที่ยวในด้านการจัดการด้านขยะ ซึ่งเป็นผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกและประเทศไทย รวมถึงมาตรการต่างๆ เพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น สิ่งที่สำคัญคือบทบาทของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการทำงานร่วมกันเพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้ดำเนินต่อไปเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563 : 3)

ขณะที่สถานการณ์ COVID - 19 ยังคงขยายวงกว้างอย่างต่อเนื่องในหลายๆ ประเทศ รวมถึงในประเทศไทยอีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดเป็นอย่างมาก รัฐบาลถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้มีมาตรการกำกับนโยบาย และหน่วยงานของภาครัฐที่เป็นเครื่องมือ ส่วนสำคัญในการบริหารจัดการโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) โดยการวิเคราะห์กิจกรรมของ Porter (1985 : 60 - 78) โซ่คุณค่า (value chain) ประกอบด้วย กิจกรรมที่มี ความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการ ผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย กระบวนการจัด ส่งสินค้าสู่ผู้บริโภคและกระบวนการบริการ หลังการขาย การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือ บริการนั้น ซึ่งมีส่วนช่วยใน การพัฒนาการ

ท่องเที่ยว และบริการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นและเป็นประโยชน์สูงสุดผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

2. เพื่อศึกษากิจกรรมโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากร คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ตัวแทนท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่เลือกมาโดยการสุ่มโดยบังเอิญ (บุญชม ศรีสะอาด, 2538 : 185) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร

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

โดยที่ n คือ จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ต้องการ (0.30)

Z คือ ระดับของความมั่นใจ นัยสำคัญทางสถิติ: 0.05 เท่ากับ 1.96

e คือ อัตราส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

จากสูตรสามารถแทนค่า ดังนี้

$$n = \frac{0.30(1-0.30)1.96^2}{0.05^2}$$

= 330 คน

จากขนาดกลุ่มตัวอย่าง 330 คน สามารถแบ่งสัดส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้ ผู้ประกอบการ 50 คน ตัวแทนท่องเที่ยว 50 คน และนักท่องเที่ยว 230 คน

งานวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ซึ่งเป็นตัวแทนผู้ประกอบการ 10 คน ตัวแทนท่องเที่ยว 10 คน และตัวแทนนักท่องเที่ยว 10 คน รวมจำนวน 30 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสอบถามสำหรับการใช้แบบสอบถาม รวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) หาคุณภาพของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรง (IOC) จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (tryout) จำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นได้ 0.740

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม จากผู้ประกอบการ 10 คน ตัวแทนท่องเที่ยว 10 คน และนักท่องเที่ยว 10 คน รวมจำนวน 30 คน การสัมภาษณ์ใช้คำถามแบบปลายเปิดเพื่อต้องการทราบความคิดเห็น รวมทั้งข้อเสนอแนะและมุมมองต่างๆ ของผู้ให้ข้อมูล ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลาการรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มกราคม - มีนาคม 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นแปลความหมายด้วยเกณฑ์การประเมินของ บุญชม ศรีสะอาด (2554 : 103) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาตามกรอบแนวคิดของโซ่คุณค่า (value chain) ที่ได้กำหนดขึ้นโดยการวิเคราะห์ตามเนื้อหาที่ปรากฏในการสัมภาษณ์ ส่วนวิธีการทางคุณภาพ คือ การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยจากเอกสารดังกล่าวประกอบกับเอกสารอื่นๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ามาดังกล่าวข้างต้น

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

ผลการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 52 อยู่ในช่วงอายุ 20 - 70 ปี และประชากรในชุมชน ร้อยละ 10 เป็นนักท่องเที่ยว ร้อยละ 90 จบปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 52 มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 30,000 เป็นส่วนมาก

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ประกอบด้วยปัจจัยต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

ความพึงพอใจ	Mean	S.D.	ผลลัพธ์
ปัจจัยต้นน้ำ			
วิถีชีวิต	3.50	0.75	ปานกลาง
อาหารเครื่องดื่ม	3.10	0.67	ปานกลาง
สินค้าบริการ	3.20	0.49	ปานกลาง
น้ำไฟ	3.40	0.49	ปานกลาง
ขยะ	2.50	0.81	น้อย
ภาครัฐ	2.00	0.78	น้อย
รวมรายด้าน	2.95	1.04	ปานกลาง
ปัจจัยกลางน้ำ			
ที่พักบริการ	3.80	0.60	มาก
สถานที่ท่องเที่ยว	4.00	0.78	มาก
การขนส่ง	3.60	0.67	มาก
รวมรายด้าน	3.80	0.81	มาก
ปัจจัยปลายน้ำ			
นักท่องเที่ยว	3.20	0.90	ปานกลาง
รวมรายด้าน	3.20	0.90	ปานกลาง
โดยรวม	3.23	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยต้นน้ำ พบว่า มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 2.95 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ วิถีชีวิต ค่าน้ำค่าไฟ สินค้าและบริการ อาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.40, 3.20, 3.10 ตามลำดับ และระดับน้อย คือ ขยะและภาครัฐ มีค่าเฉลี่ย 2.50, 2.00 ตามลำดับ ปัจจัยกลางน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมาก คือ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักและบริการ การขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.80, 3.60 ตามลำดับ และปัจจัยปลายน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20

ผลการศึกษากิจกรรมโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

ผลการสัมภาษณ์กิจกรรมในการจัดการโซ่คุณค่า แบ่งตามปัจจัยต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้

1. ปัจจัยต้นน้ำ

1.1 วิถีชีวิตยังคงอยู่ในสภาพเดิมตามธรรมชาติทำให้ค้าขายได้เหมือนในอดีต มีการอนุรักษ์หอยหลอด รักษาสิ่งแวดล้อมได้ดีประชาชนพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ใช้ชีวิตเรียบง่าย

1.2 อาหารเครื่องดื่มสะอาดราคามาตรฐานมีครบทุกอย่างกุ้งหอยปูปลาทั้งน้ำจืดและน้ำเค็ม มีสินค้าที่ระลึกมากมาย

1.3 สินค้าและบริการ ได้แก่ ที่พักร้านอาหารสินค้าที่ระลึก บริการเรือนำเที่ยวบริเวณดอนหอยหลอดเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว

1.4 น้ำและไฟฟ้าสะดวก มีน้ำจืดมีบริการเพียงพอ

1.5 การจัดการด้านขยะมีการแยกขยะเป็นประเภท พบปัญหาขยะจำนวนมาก เจ้าหน้าที่จำกัด

1.6 รัฐบาลและหลายภาคส่วนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์และมีการคัดกรองนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

2. ปัจจัยกลางน้ำ

2.1 ที่พัก/ บริการมีที่พักให้เลือกมากมาย มีเจ้าหน้าที่ดูแลทรัพยากรธรรมชาติอย่างทั่วถึง มีระบบการคัดกรองนักท่องเที่ยวจากที่พักและระบบการทำความสะอาด ฆ่าเชื้อ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นป่าไม้ชายเลน และดอนหอยหลอดเหมาะสำหรับการพักผ่อนท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติ

2.3 การคมนาคม/ การเดินทางเป็นระเบียบและสะดวกในทุกเส้นทางใกล้กรุงเทพฯ ทั้งทางบกและทางน้ำ

3. ปัจจัยปลายน้ำ

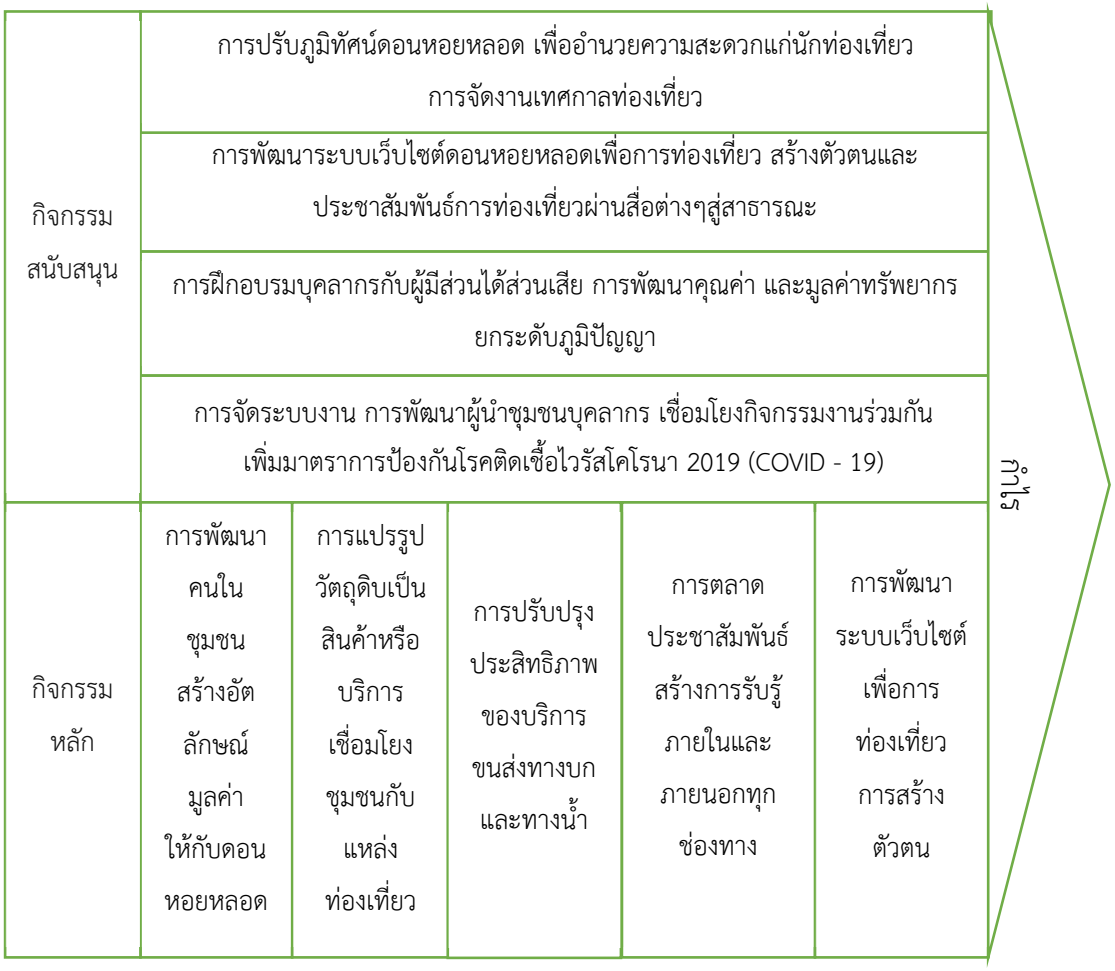
3.1 นักท่องเที่ยวให้ความสนใจท่องเที่ยวดี มีกิจกรรมมากมายที่นักท่องเที่ยวมีพึงพอใจ คือ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักบริการ และการขนส่ง

ผลการวิเคราะห์กิจกรรมโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

กิจกรรมโซ่คุณค่าเป็นลูกโซ่แห่งกิจกรรมที่สร้างสรรค์คุณค่าต่อเนื่องสัมพันธ์กันเหมือนกับลูกโซ่เพื่อส่งมอบคุณค่าทั้งหมดให้กับลูกค้า โดยแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นช่วงๆ นับตั้งแต่การนำวัตถุดิบที่ได้จากผู้จัดจำหน่าย เข้าสู่กิจกรรม การผลิต จนกระทั่งผ่านออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ สำเร็จรูป และสิ้นสุดที่ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมทั้งกิจกรรมการ บริการหลังการขาย โดยกิจกรรมโซ่คุณค่าประกอบด้วย 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งกิจกรรมหลัก (primary activities) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือ บริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าหรือ บริการไปสู่ผู้บริโภค ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การกระจายสินค้า การตลาดและการขาย และการบริการให้ลูกค้าประทับใจ และกิจกรรมสนับสนุน (support activities) การที่จะดำเนินกิจกรรมหลักให้เป็นไป ด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ

จำเป็นจะต้องมีกิจกรรมสนับสนุนเสริม ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดหา (ยรรยง ศรีสม, 2553 : 43)

งานวิจัยนี้สามารถแบ่งกิจกรรมภายในองค์กร ออกเป็น 2 ประเภท คือ กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กิจกรรมโซ่คุณค่าแนวทางการดำเนินงานการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

จากรูปที่ 1 สามารถอธิบายดังนี้

1. กิจกรรมหลัก เพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ได้แก่

1) การพัฒนาคนในชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สถานที่บริการ การรักษาชุมชนที่มีอัตลักษณ์ กิจกรรมสำคัญที่ช่วยสร้างมูลค่าให้กับดอนหอยหลอด

2) การดำเนินงานเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปวัตถุดิบเป็นสินค้าหรือบริการ เช่น การวางระบบบริหารจัดการดอนหอยหลอดเพื่อรองรับการท่องเที่ยว การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงชุมชนกับหมู่บ้าน และแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นกิจกรรมหลักรับจำนวนไม่เกิน 5 คน

3) การปรับปรุงประสิทธิภาพของบริการขนส่งทางบกและทางน้ำโปรแกรมทัวร์ควรให้ของแต่ละบุคคลโดยเน้นกิจกรรมหลักจำกัดจำนวนไม่เกิน 5 คน

4) การตลาด ชักชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการรวมถึงการเชื่อมต่อกับตัวแทนการท่องเที่ยว โดยชุมชนเอง การประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ ภายในและภายนอกทุกช่องทาง

5) การเพิ่มมูลค่าหรือบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์รวมถึงบริการหลังการขาย เช่น การพัฒนาระบบเว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยว การสร้างตัวตน และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวดอนหอยหลอดส่งเสริมการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดผ่านสื่อต่างๆสู่สาธารณชนสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยว ให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

2. กิจกรรมสนับสนุน เพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ได้แก่

1) การวางแผนการจัดเตรียมระบบงานต่างๆรวมถึงการพัฒนาผู้นำชุมชนด้านการท่องเที่ยวการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการดอนหอยหลอดจัดทำแผนยกระดับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวดอนหอยหลอด ด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกิจกรรมงานร่วมกันเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องแบบเว้นระยะห่าง

2) การฝึกอบรมบุคลากรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนไม่เกิน 10คน ใส่แมสเว้นระยะห่างกัน 1เมตร การพัฒนาคุณค่าและมูลค่าทรัพยากร ยกระดับภูมิปัญญาพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนาตราสินค้าเสริมสร้างและพัฒนาคุณภาพบริการและบริการด้านการท่องเที่ยว.

3) การพัฒนาระบบเว็บไซต์ดอนหอยหลอดเพื่อการท่องเที่ยว สร้างตัวตนและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆสู่สาธารณะ เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยป้องกันการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ดังนี้ 1) รักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากผู้ที่ไอหรือจาม 2) สวมหน้ากากอนามัย และ 3) หลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก โดยไม่จำเป็น

4) การปรับภูมิทัศน์ดอนหอยหลอดสร้างและพัฒนาแหล่งจำหน่ายสินค้าโครงสร้างพื้นฐานการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การจัดงานเทศกาลท่องเที่ยว โดยเน้นมาตราการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) การจัดกิจกรรมควรเน้นเป็นกิจกรรมส่วนตัว หลีกเลี่ยงการพบเจอคนมากๆ สวมแมส ล้างมือ เว้นระยะห่าง

ข้อเสนอแนะในการเพิ่มมาตรการหลัก ด้านการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) (กรมการท่องเที่ยว, 2563 : 2 - 4) ดังนี้

1. เพิ่มมาตรการคัดกรองวัดไข้และอาการเสี่ยงก่อนเข้าบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวดอนหอยหลอด
2. จัดพื้นที่ต้อนรับผู้รับบริการให้เหมาะสม สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
3. จัดจุดล้างมือหรือเจลแอลกอฮอล์อย่างเพียงพอ
4. จัดระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 - 2 เมตร

5. ทำความสะอาดพื้นที่ บริเวณพื้นผิว อุปกรณ์ที่มีการสัมผัสร่วมกัน ด้วยน้ำยาทำความสะอาด และ อาจฆ่าเชื้อด้วยโซเดียมไฮโปคลอไรท์(น้ำยาฟอกขาว) 0.1% หรือแอลกอฮอล์ 70% เป็นต้น

6. ไม่จัดกิจกรรมรวมกลุ่มคนจำนวนมาก เหลื่อมเวลา ลดเวลาทำกิจกรรม

7. จัดให้มีบริการชำระเงินที่ปลอดภัย เพื่อลดปริมาณการพูดคุย สัมผัส ระหว่างพนักงาน ของสถานประกอบการกับผู้รับบริการ

8. ทำป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำการปฏิบัติตัว การสังเกตอาการ และการป้องกันโรคและอื่นๆ เกี่ยวกับโรค COVID-19

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยต้นน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 2.95 ปัจจัยกลางน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 และปัจจัยปลายน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20

2. กิจกรรมโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) สามารถแบ่งกิจกรรมภายในองค์กรออกเป็น 2 ประเภท คือ กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน โดยมีแนวทางส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) สรุปดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวดอนหอยหลอดควรนำเสนอลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นของดอนหอยหลอดให้ประชาชนได้รับทราบ สร้างเอกลักษณ์ให้ดอนหอยหลอดสร้างความแตกต่าง อันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มมูลค่าให้กับดอนหอยหลอด

2.2 การท่องเที่ยวดอนหอยหลอดควรนำเทคโนโลยีเข้ามาให้มากขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารที่ช่วยในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและช่วยในการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นนอกจากนี้ยังช่วยประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย (social media) ที่น่าสนใจ การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยป้องกันไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

2.3 ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดอย่างสม่ำเสมอ และต้องอนุรักษ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมทรัพยากรสิ่งแวดล้อมถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อส่งเสริมศักยภาพของการท่องเที่ยวให้แข่งขันได้อย่างยั่งยืน

2.4 การท่องเที่ยวดอนหอยหลอดควรประยุกต์ใช้แนวทางการจัดการโซ่คุณค่าดอนหอยหลอดที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาให้ครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของโซ่คุณค่า ในการสร้างมูลค่าเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวที่ดอนหอยหลอดอาจมีการศึกษาแยกแต่ละกิจกรรมช่วงโควิดไม่ควรให้ให้มีกิจกรรมมากเกินไป ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนากิจกรรมโซ่คุณค่าในแต่ละพื้นที่

อภิปรายผล

งานวิจัยศึกษาการศึกษาโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tapper and Font (2004 : 1 - 2) ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ระบบไฟฟ้าและน้ำประปา การกำจัดขยะและการนำกลับมาใช้ใหม่ การผลิตอาหารเฟอร์นิเจอร์และการแปรรูปหัตถกรรม งานวิจัยเกี่ยวกับโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวปัจจัยกลางน้ำจากการศึกษาและวิจัยพบว่าตัวแปรกลางน้ำเป็นกระบวนการระหว่างการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าสอดคล้องกับ ญาลิสาฐ์ ต้นสอน (2559 : 86) แนวทางการพัฒนาโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของไทย หน่วยงานการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการเปิดเสรีทางการค้า ตามกรอบความร่วมมืออาเซียนพบว่า 1) ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาโซ่คุณค่าประกอบด้วย 6 ปัจจัยดังนี้ 1. ความสามารถในการบริการเพื่อจัดการกิจกรรมสนับสนุนในโซ่คุณค่า 2. ความสามารถหลักของการบริการ 3. ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ 4. การพัฒนาเว็บไซต์ที่เข้าถึงง่ายและน่าดึงดูด 5. เครือข่ายความร่วมมือ/ พันธมิตรและ 6. ความรู้ความเข้าใจในกลุ่มประเทศอาเซียน 2) แนวทางการพัฒนามี 4 ด้านคือ 1. การบริการที่เป็นเลิศ 2. การสร้างนวัตกรรมเชิงคุณค่า 3. การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และ 4. ความสัมพันธ์ของกิจกรรม/เหตุการณ์ ตามมาตราการภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) และสอดคล้องกับการศึกษา วิกฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร ในส่วนของผลกระทบจากวิกฤตสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีผลด้านเศรษฐกิจ สังคมในยุคความปกติใหม่ (new normal) จึงจะเป็นทั้งเรื่องของเศรษฐกิจ วิถีชีวิตของคน การจับจ่ายใช้สอย การบริโภค การไปทำงาน การใช้บริการขนส่งสารธารณะ การเดินทาง การท่องเที่ยว ศรุตานนท์ ชอบประดิษฐ์ (2563 : 10)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดเพื่อประสิทธิภาพการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพิ่มมาตรการหลัก ด้านการท่องเที่ยวดอนหอยหลอดภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่คุณค่าของดอนหอยหลอดในกิจกรรมต่างๆ ภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2563). *คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการ และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 (COVID-19)* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2564, จาก : https://thailandsha.tourismthailand.org/file/COVID-19_th.pdf.

ญาลิสาฐ์ ต้นสอน. (2559). แนวทางการพัฒนาโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของการบริษัทนำเที่ยวของไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน, *BU ACADEMIC REVIEW,* 15(1), 86 - 100.

บุญชม ศรีสะอาด. (2538). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 2* . (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น. 232 หน้า.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น. 228 หน้า.

ประพิม ปิยางสุ และกัลยา วัฒยากร. (2560). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรชายฝั่งบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ*, 5(5), 15 - 24.

ยรรยง ศรีสม. (2553). ห่วงโซ่คุณค่า (ตอนจบ) Value Chain ในงานโลจิสติกส์. *Technology Promotion*, 37(211), 39 - 44.

ศรุตานนท์ ชอบประดิษฐ์. (2563). วิกฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร. *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์*, 3(2), 1 – 14.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *COVID-19 และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 มกราคม 2564, จาก : https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*. New York : Free Press.

Tapper, R. and Font, X. (2004). *Tourism Supply Chains-Report of a Desk Research Project for The Travel Foundation* [Online]. Retrieved January 17th, 2021, Available : https://icrtourism.com.au/wp-content/uploads/2012/09/TourismSupplyChains.pdf.

การพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

The Development of Disbursement System in Accordance with the Accelerated Spending Expenditure Budgeting Measures of Phetchaburi Rajabhat University

สุชาดา กนกชัชวาล[1*] และ ณัฐจิรา หวังดี[2]

Suchada Kanokchadchawan[1*] and Natjira Wangdee[2]

*Corresponding author, e-mail: suchada.won@mail.pbru.ac.th

Received: April 20th, 2021; **Revised**: May 27th, 2021; **Accepted**: May 28th, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย และ 2) เพื่อหาแนวทางพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณภาพรวมตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นบุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุนที่มีโครงการ/ กิจกรรม ในปีงบประมาณ 2562 งบประมาณตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 309 คน จาก 13 หน่วยงาน คำนวณหาตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ยามาเน่ กำหนดขนาดตัวอย่างได้ 174 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิเคราะห์นโยบายและแผน จำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการด้านงบประมาณทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย 2) ด้านการบริหารงบประมาณ 3) ด้านระบบขั้นตอน 4) ด้านบุคลากร 5) ด้านอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ ด้วยสถิติ t - test และ one - way ANOVA ผลการวิจัยดังนี้ ผลการศึกษาปัจจัยในการพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการด้านงบประมาณ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ และประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ระดับการศึกษา สังกัด และสถานภาพ ที่แตกต่างมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ผลการหาแนวทางพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี พบว่าควรให้มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรที่รับผิดชอบโครงการและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้การทำงานเกิดความถูกต้องและเป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมทั้งซักซ้อมแนวทางการเบิกจ่าย

[1] นักบริหารงานทั่วไป กองนโยบายและแผน สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
General Administration Officer in Division of Policy and Planning, Office of the President, Phetchaburi Rajabhat University

[2] นักวิเคราะห์นโยบายและแผน กองนโยบายและแผน สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
Plan and Policy Analyst in Division of Policy and Planning, Office of the President, Phetchaburi Rajabhat University

งบประมาณ และจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน และมาตรฐานคุณภาพงานทำงานเกิดความถูกต้องและเป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมทั้งซักซ้อมแนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณ และจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน และมาตรฐานคุณภาพงาน

คำสำคัญ: ระบบการเบิกจ่าย การบริหารงบประมาณ มาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณ งบประมาณรายจ่าย

Abstract

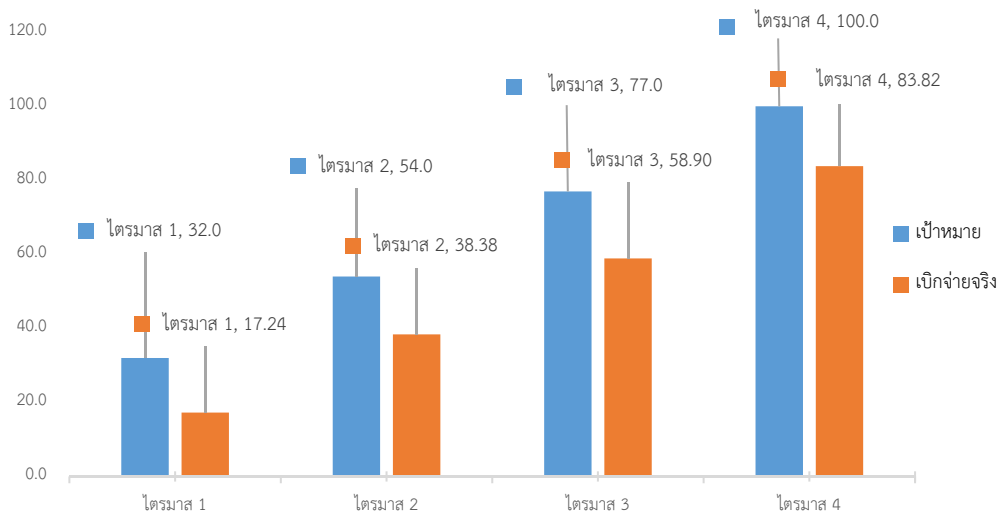
The objectives of this research were to 1) study factors for developing disbursement system in accordance with the accelerated spending expenditure budgeting measures and 2) provide guidance on the development and improvement of the overall budget disbursement efficiency in accordance with the measures to accelerate the expenditure budget. The population was academic and support personnel who had responsible for projects/ activities in the fiscal year 2019 with a budget of 20,000 baht or more. There were 309 people who came from 13 departments. The calculated samples used Taro Yamane's formula to find the sample size of 174 people and used the purposive sampling method. Moreover, it conducted in-depth interviews with 4 people who were policy and planning analysts. The tools used for data collections were questionnaires and in-depth interviews. The data were analyzed by statistics, percentage, mean, and standard deviation. Furthermore, the comparing the factors affecting the disbursement according to the five budget measures including 1) legal knowledge 2) budget management 3) procedure 4) personnel and 5) authority which analyzed by t - test and one - way ANOVA. The research results were as follows. The study of factors for developing disbursement system found that the factors affect to the disbursement system in total was good. When comparing the difference personal factors categorized by gender, age and work experience which affecting the disbursement system efficiency of Phetchaburi Rajabhat University found that was not different. While the difference personal factors categorized by education, department, and status which affecting the disbursement system found that was different with significance at the .05 level. Moreover, the result of providing guidance on the development and improvement of the overall budget disbursement system efficiency of Phetchaburi Rajabhat University found that the system should provide training to educate personnel who has responsible for projects/ activities and related person. In order to work correctly and accomplishing the goals. In addition, it should rehearse budget disbursement follow the guidelines. It had to publish the user manual, the working with step by step, and the work quality standards.

Keywords: Disbursement, Budget Administrative, Measures to Accelerate Budget, Annual Budge

บทนำ

จากผลการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ไปพลางก่อนในช่วงเดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2562 มีการเบิกจ่ายงบประมาณ จำนวน 731,490 ล้านบาท ต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 และ 2562 จำนวน 122,278 ล้านบาท และจำนวน 161,085 ล้านบาท ตามลำดับ เพื่อให้การใช้จ่ายงบประมาณของทุกส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐสามารถเป็นกลไกสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสถานการณ์ และเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และนโยบายรัฐบาล นายกรัฐมนตรีจึงมีความเห็นชอบให้สำนักงบประมาณกำหนดมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ตามหนังสือด่วนที่สุด ที่ นร 0702/ 238 ลงวันที่ 14 มกราคม 2563 เรื่อง มาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เพื่อให้หน่วยรับงบประมาณใช้จ่ายงบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสถานการณ์และสามารถดำเนินการก่อหนี้ผูกพันได้ทันที ซึ่งพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีการกำหนดเป้าหมายการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ในภาพรวมของประเทศ เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยรับงบประมาณจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ให้สอดคล้องกับเป้าหมายในภาพรวมของประเทศ (สำนักงบประมาณ, 2563 : 1 - 2)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยกองนโยบายและแผนมีการเก็บข้อมูล ติดตามการเบิกจ่ายงบประมาณในทุกไตรมาสเพื่อสรุป วิเคราะห์ และเสนอแนะต่อผู้บริหารของมหาวิทยาลัย ซึ่งปัญหาในการเบิกจ่ายที่ผ่านมาได้พบปัญหาสำคัญ คือ มีผลการเบิกจ่ายไม่เป็นตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งงบประมาณภาพรวม รายจ่ายลงทุน และรายจ่ายประจำ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 ข้อมูลเปรียบเทียบเป้าหมายและผลการเบิกจ่ายจริงของงบประมาณภาพรวม (ไตรมาส 1 - 4) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

ที่มา: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี (2562 : 2)

จากรูปที่ 1 พบว่า ผลการเบิกจ่ายที่ผ่านมาในไตรมาสที่ 1 - 4 ต่ำกว่าเป้าหมายทุกไตรมาส ได้แก่ ร้อยละ 14.76 ร้อยละ 15.62 ร้อยละ 18.1 และ 16.18 ตามลำดับ เพื่อให้มีการพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย จากปัญหาดังกล่าวทำให้การขอตั้งงบประมาณในปีต่อไปได้รับจัดสรรงบประมาณลดลง เนื่องจากผลการเบิกจ่ายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ดังนั้น เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนา ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณ สามารถช่วยศึกษาปัญหาและหาแนวทางแก้ไข และช่วยตอบสนองต่อการตัดสินใจของผู้บริหารทุกระดับได้ทันทีแล้ว ยังเป็นการช่วยตอบสนองต่อแผนปฏิบัติราชการประจำปีอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย

2. เพื่อหาแนวทางพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณภาพรวมตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุน ที่มีโครงการ/กิจกรรม ในปีงบประมาณ 2562 ซึ่งมีการขออนุมัติโครงการ ณ วันที่ 5 มิถุนายน 2562 จำนวน 844 กิจกรรม มีผู้รับผิดชอบโครงการ จำนวน 309 คน (กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 2562 : 1 - 50)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยจะนำมาใช้ตัวแทนในการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ ใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง ดังนี้

1. บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ จำนวน 13 หน่วยงาน รวม 309 คน โดยวิธีการคำนวณหาขนาดของตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973 : 727 - 728) กำหนดขนาดตัวอย่างได้จำนวน 174 คน จำแนกเป็นบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 146 คน และ บุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 28 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ที่ผู้รับผิดชอบโครงการได้รับจัดสรรงบประมาณตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยในการสุ่มตัวอย่างกลุ่มบุคลากรจะทำการสุ่มตัวอย่างมาจำนวน 174 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากรและขนาดตัวอย่างในการวิจัย

หน่วยงาน	ประชากร	ขนาดตัวอย่าง
1) คณะครุศาสตร์	22	12
2) คณะเทคโนโลยีการเกษตร	23	13
3) คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	16	9
4) คณะพยาบาลศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ	40	23
5) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	61	34
6) คณะวิทยาการจัดการ	18	10
7) คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	38	21
8) คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	28	16
9) โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	23	13
10) สถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม	15	8
11) สำนักงานอธิการบดี	17	10
12) สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ	3	2
13) สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน	5	3
รวม	**309**	**174**

2. นักวิเคราะห์นโยบายและแผน จำนวน 4 คน จะใช้วิธีสัมภาษณ์เพื่อศึกษาข้อมูล เอกสาร หลักฐานต่างๆ เช่น รายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 และข้อมูลผลการเบิกจ่ายงบประมาณจากระบบควบคุมการใช้จ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัย (3D) นำมาพิจารณา โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 ตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผน เป็นผู้มีประสบการณ์การทำงานด้านการทำโครงการตามแผนปฏิบัติราชการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผน เป็นผู้จัดสรรงบประมาณโครงการและติดตามรายงานงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผน เป็นผู้ดำเนินโครงการและอนุมัติโครงการของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 ตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผน เป็นผู้ดำเนินโครงการและอนุมัติโครงการของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แบบสอบถาม (questionnaire) เรื่อง ปัญหาที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัด ประสบการณ์ทำงานและสถานภาพในการทำงาน ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (check list) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านปัญหาและอุปสรรคการเบิกจ่ายงบประมาณรายจ่ายของผู้รับผิดชอบโครงการ/ กิจกรรม ในด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านระบบขั้นตอน ด้านบุคลากรและด้านอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ (วัชระ สท้อนดี, 2559 : 66) โดยแบบสอบถามจะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีเกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert scales) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ปัญหาและอุปสรรคที่ผลมากที่สุด ปัญหาและอุปสรรคที่ผลมาก ปัญหาและอุปสรรคที่ผลปานกลาง ปัญหาและอุปสรรคที่ผลน้อย และปัญหาและอุปสรรคที่ผลน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนผลระดับปัญหาที่เกิดขึ้น

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด ที่เป็นข้อเสนอแนะทั่วไป

โดยแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วนผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและสถิติ จำนวน 3 คน ในการตรวจความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) ทดลองหาค่าความเชื่อมั่น และภาษาที่ใช้ หลังจากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเนื้อหาของคำถาม แต่ละข้อของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถาม ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.878 ส่วนการทดลองหาค่าความเชื่อมั่น คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบกับบุคลากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน และสายวิชาการ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมฤทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha) โดยค่าอัลฟ่า ทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.951 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านปัจจัยทั้ง 5 ด้าน

ด้านปัจจัยที่มีผล	Reliability Statistics	
ต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่าย	N of Items	Cronbach’s Alpha
1. ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย	5	0.836
2. ด้านการบริหารงบประมาณ	10	0.920
3. ด้านระบบขั้นตอน	7	0.836
4. ด้านบุคลากร	12	0.860
5. ด้านอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ	7	0.898
รวมค่าความเชื่อมั่นด้านปัจจัย	**41**	**0.870**

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เรื่อง ปัญหาที่พบในการควบคุมการเบิกจ่ายงบประมาณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยแบบสัมภาษณ์จะเน้น 2 ประเด็นที่สำคัญ คือ ปัญหาของการเบิกจ่ายในปัจจุบัน และแนวทางการพัฒนาการเบิกจ่ายสู่การเบิกจ่ายตามเป้าหมาย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องจากผู้ปฏิบัติงานจริง เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 4 คน

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มบุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุน ที่มีโครงการ/ กิจกรรม ในปีงบประมาณ 2562 ซึ่งมีการขออนุมัติโครงการ ณ วันที่ 5 มิถุนายน 2562 จำนวน 174 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น หนังสือทางวิชาการ บทความวิทยานิพนธ์และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายงานประจำปี ข้อมูลผลการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการด้านงบประมาณทั้ง 5 ด้าน ด้วย t - test และ one - way ANOVA เสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง

2. การสอบถามและบันทึกคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยจะใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) เป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (in - depth interview) จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 ท่าน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยในการพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย

1. สรุปผลข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัด ประสบการณ์ทำงาน และสถานภาพ ดังนี้ จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 174 คน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 เป็นบุคลากรสังกัดสำนักงานอธิการบดี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 มีประสบการณ์ทำงาน 6 - 10 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 และมีสถานภาพเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30

2. สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการด้านงบประมาณ

ผลงานวิจัย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการด้านงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยภาพรวม

ปัญหาและอุปสรรคการบริหารด้านการเบิกจ่ายงบประมาณรายจ่าย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
1. ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย	3.15	0.85	ปานกลาง
2. ด้านการบริหารงบประมาณ	3.86	0.77	มาก
3. ด้านระบบขั้นตอน	3.37	0.84	ปานกลาง
4. ด้านบุคลากร	3.74	0.79	มาก
5. ด้านอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ	3.82	0.82	มาก
ภาพรวม	**3.59**	**0.81**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการด้านงบประมาณ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 2 ด้าน คือ ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย และด้านระบบขั้นตอน สามารถวิเคราะห์ผลเป็นรายข้อ ดังตารางที่ 4 และ 5

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการด้านงบประมาณ ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย

ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
1. ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบการเงินการคลัง และงบประมาณที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	3.17	0.74	ปานกลาง
2. กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ มีความชัดเจน ทำให้การปฏิบัติงานของท่านคล่องตัวและรวดเร็วขึ้น	3.19	0.84	ปานกลาง
3. ท่านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเงิน การคลัง และงบประมาณที่มีการปรับปรุงแก้ไขที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	3.21	0.89	ปานกลาง
4. เมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ท่านสามารถเลือกใช้กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับได้อย่างถูกต้อง	3.22	0.83	ปานกลาง
5. ท่านได้รับการอบรมให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบ กฎหมายและหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ	2.95	0.93	ปานกลาง
ภาพรวม	**3.15**	**0.85**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเรียงจากน้อยไปหามาก ดังนี้ 1) การอบรมให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบ กฎหมายและหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการเบิกจ่ายเงิน

งบประมาณ 2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ การเงินการคลัง และงบประมาณที่ใช้ในการปฏิบัติงาน 3) กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ มีความชัดเจน ทำให้การปฏิบัติงานของท่านคล่องตัวและรวดเร็วขึ้น 4) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเงิน การคลัง และงบประมาณที่มีการปรับปรุงแก้ไขที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ 5) เมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน สามารถเลือกใช้กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการด้านงบประมาณ ด้านระบบขั้นตอน

ปัจจัยด้านระบบขั้นตอน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
1. ขั้นตอนและระยะเวลาการขออนุมัติโครงการ/กิจกรรมของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว	3.05	0.82	ปานกลาง
2. ขั้นตอนและระยะเวลาการจัดซื้อจัดจ้างของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว	3.30	0.83	ปานกลาง
3. ขั้นตอนและระยะเวลาการเบิกจ่ายของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว	3.14	0.90	ปานกลาง
4. มหาวิทยาลัยมีการกำหนดเป้าหมายการเบิกจ่ายของสำนักงบประมาณ	3.76	0.76	มาก
5. มหาวิทยาลัยมีการกำหนดแบบฟอร์มหรือรูปแบบการติดตามการเบิกจ่ายงบประมาณอย่างต่อเนื่อง และเหมาะสม	3.67	0.81	มาก
6. ความพร้อมของระบบสารสนเทศทางงบประมาณที่ใช้ในการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัย	3.37	0.89	ปานกลาง
7. ระบบ MIS ที่ควบคุมงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างและการเบิกจ่ายเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้ดำเนินการได้รวดเร็ว	3.29	0.89	ปานกลาง
ภาพรวม	**3.37**	**0.84**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 5 พบว่า ด้านระบบขั้นตอน โดยปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 ข้อ จาก 7 ข้อ มีค่าเฉลี่ยเรียงจากน้อยไปหามาก ดังนี้ 1) ขั้นตอนและระยะเวลาการขออนุมัติโครงการ/ กิจกรรมของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว 2) ขั้นตอนและระยะเวลาการเบิกจ่ายของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว 3) ระบบ MIS ที่ควบคุมงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างและการเบิกจ่ายเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้ดำเนินการได้รวดเร็ว 4) ขั้นตอนและระยะเวลาการจัดซื้อจัดจ้างของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว 5) ความพร้อมของระบบสารสนเทศทางงบประมาณที่ใช้ในการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัย

3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐาน : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีแตกต่างกัน วิเคราะห์โดยใช้สถิติ independent - sample t - test ดังตารางที่ 6 และ one - way ANOVA ดังตารางที่ 7

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนบุคคล	เพศ	จำนวน	t - test for Equality of Means			
			ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	t	Sig. (2-tailed)
เพศ	ชาย	63	3.61	0.55	- 0.619	0.536
	หญิง	111	3.67	0.52		

จากตารางที่ 6 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.61 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.67 จากการทดสอบด้วยวิธี independent - sample t - test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าค่านัยสำคัญทางสถิติมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ยอมรับ H_0 สรุปผลได้ว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สังกัด ประสบการณ์ในการทำงาน และสถานภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.647	0.549	1.954	0.123
	ภายในกลุ่ม	170	47.776	0.281		
	รวม	173	49.423			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	4.547	2.273	8.663	0.000*
	ภายในกลุ่ม	171	44.876	0.262		
	รวม	173	49.423			
สังกัด	ระหว่างกลุ่ม	13	11.072	0.852	3.553	0.000*
	ภายในกลุ่ม	160	38.351	0.240		
	รวม	173	49.423			

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ประสบการณ์ในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	0.102	0.034	0.117	0.950
	ภายในกลุ่ม	170	49.321	0.290		
	รวม	173	49.423			
สถานภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.973	0.743	2.704	0.032*
	ภายในกลุ่ม	169	46.450	0.275		
	รวม	173	49.423			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลผลการวิเคราะห์สถิติด้วย one - way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่านัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ระดับการศึกษา สังกัด และสถานภาพ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับ H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษา สังกัด และสถานภาพ แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีแตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 0.05 ส่วนปัจจัยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 2 ปัจจัย ได้แก่ อายุ และประสบการณ์จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ยอมรับ H_0 สรุปผลได้ว่า อายุ และประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีไม่แตกต่างกัน

ผลการหาแนวทางพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์เชิงลึกผู้สัมภาษณ์ทั้ง 4 ท่าน มีรายละเอียดดังนี้

1. ตัวชี้วัดส่วนใหญ่ตามแผนปฏิบัติราชการมีการบรรลุตามเป้าหมาย มีบางโครงการที่ดำเนินการล่าช้า เนื่องจากผู้ดำเนินงานมีภาระงานจำนวนมาก ส่วนการเบิกจ่ายในโครงการเป็นหน้าที่ของผู้ดำเนินโครงการต้องทราบ แต่ผู้ดำเนินโครงการบางท่านไม่ได้ทำการเบิกจ่ายและอนุมัติโครงการด้วยตนเอง จึงไม่ทราบขั้นตอนกระบวนการและระยะเวลาในการเบิกจ่ายจึงทำให้เกิดการล่าช้าขึ้น ทำให้โครงการไม่บรรลุตามเป้าหมาย (นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2563)

2. การเบิกจ่ายเงินงบประมาณเป็นไปอย่างถูกต้องครบถ้วน มีการกำหนดระยะเวลาการใช้จ่ายสำหรับงบประมาณอย่างชัดเจน แต่เนื่องจากบุคลากรมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ หรือมีบรรจุของบุคลากรใหม่จึงทำให้เกิดความผิดพลาดในการดำเนินงานบ่อยครั้ง (นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ข, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2563)

3. โครงการภายในหน่วยงานมีจำนวนมาก แต่มีบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการอนุมัติและเบิกจ่ายงบประมาณเพียงคนเดียว จึงทำให้เกิดการล่าช้า (นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ค, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2563)

4. การเบิกจ่ายเงินงบประมาณภายในหน่วยงานเป็นไปอย่างถูกต้องและเป็นไปตามระบบ ขั้นตอนที่ถูกต้อง แต่ด้วยกระบวนการหลังจากภายในหน่วยงานมีระยะเวลาที่ไม่แน่นอน หากโครงการมีความเร่งด่วนจะไม่สามารถอนุมัติได้ทันตามระยะเวลา (นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2563)

สรุปในภาพรวม พบปัญหาหลักคือการที่บุคลากรไม่ทราบกระบวนการขั้นตอนการเบิกจ่าย และยังมีความรู้ความเข้าใจในข้อระเบียบการเบิกจ่ายไม่ชัดเจน จึงเสนอแนวทางในการพัฒนาระบบการเบิกจ่ายให้เกิดประสิทธิภาพ โดยควรให้มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรที่รับผิดชอบโครงการและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้การทำงานเกิดความถูกต้องและเป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมทั้งซักซ้อมแนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณ และจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน และมาตรฐานคุณภาพงาน

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี สรุปภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พบว่า ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย และด้านระบบขั้นตอน มีความสัมพันธ์กับมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายมากที่สุด โดยด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ได้แก่ ปัจจัยการอบรมให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบ กฎหมายและหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการเบิกจ่ายงบประมาณ และปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ การเงินการคลัง และงบประมาณที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รชิตา วรัตถ์ธนพิตญ์ (2559 : 1) เรื่อง ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ แนวทางในการพัฒนาระบบการเบิกจ่ายควรมีการจัดฝึกอบรมให้ความด้านกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ในการเบิกจ่ายงบประมาณของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานและผู้ตรวจสอบและควรมีการจัดประชุมซักซ้อมแนวทางการเบิกจ่ายเงินงบประมาณอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การเบิกจ่ายเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้น การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จึงมีความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ สำหรับการเบิกจ่าย ซึ่งจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกในด้านนี้ พบว่า กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ หรือแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเบิกจ่ายมีกระจัดกระจาย และการอบรมข้อกฎหมายต่างๆ ยังไม่ครอบคลุมถึงเจ้าโครงการที่แท้จริง โดยมีแนวทางการแก้ไข คือ การรวบรวมกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ทั้งหมดเผยแพร่สู่เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และจัดอบรมให้ความรู้อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง เนื่องจากข้อกฎหมายต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ตลอดเวลา พร้อมทั้งซักซ้อมแนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณระหว่างเจ้าของโครงการกับผู้ตรวจสอบฎีกาให้มีความเข้าใจและเป็นไปในทิศทางเดียว เพื่อทำให้การเบิกจ่ายเป็นไปตามมาตรการเร่งรัดในแต่ละปี ในส่วนของด้านระบบขั้นตอน ได้แก่ ปัจจัยขั้นตอนและระยะเวลาการขออนุมัติโครงการ/ กิจกรรมของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว ปัจจัยขั้นตอนและระยะเวลาการเบิกจ่ายของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว ระบบ MIS ที่ควบคุมงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างและการเบิกจ่ายเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้ดำเนินการได้รวดเร็ว ปัจจัยขั้นตอนและระยะเวลาการจัดซื้อจัดจ้างของมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมรวดเร็ว และปัจจัยความพร้อมของระบบสารสนเทศทางงบประมาณที่ใช้ในการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องขั้นตอนการปฏิบัติงานต่างๆ และระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ กมลทิพย์ คงสวัสดิ์พร (2561 : 85) ด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงาน พบว่าบุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานมากจะมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณมากกว่าบุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานน้อย ซึ่งเกิดจากการสั่งสมความรู้ ความ

ชำนาญและประสบการณ์ในการทำงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดา หาญยุทธ (2559 : 316) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาองค์กรในบริบทการจัดการความรู้เพื่อประสิทธิภาพการบริหารของเทศบาลเมืองจังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาองค์กรในการจัดการความรู้ของเทศบาลเมืองจังหวัดสุโขทัย ในปัจจัยด้านกระบวนการมีการเตรียมการและพัฒนาองค์กรแบบมีส่วนร่วมกับประชาชนท้องถิ่น โดยกำหนดนโยบาย แผนงานโครงการและกิจกรรม ซึ่งจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกในด้านนี้ พบว่า ขั้นตอนการขออนุมัติโครงการ/ กิจกรรมของมหาวิทยาลัยมีการผ่านการอนุมัติหลายลำดับชั้น จึงทำให้ระยะเวลาการขออนุมัติใช้ระยะเวลานาน อีกทั้งขาดความชัดเจนในการแก้ไข ทำให้มีการแก้ไขหลายรอบ รวมไปถึงระบบที่ใช้ในการดำเนินการเบิกจ่าย เช่น ระบบการจัดการซื้อจัดจ้างภาครัฐ โปรแกรมบันทึกการซื้อจ้าง โปรแกรมควบคุมระบบงบประมาณ เช่นกัน โดยมีแนวทางการแก้ไข คือ การจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน (work flow) และมาตรฐานคุณภาพงาน เพื่อให้ทราบถึงระยะเวลาปฏิบัติแต่ละขั้นตอนว่าใช้ระยะเวลาเท่าไร เพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่จำเป็น

สำหรับแนวทางพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณภาพรวมตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จากผลการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกมีผู้เสนอแนวทาง ส่วนใหญ่ คือ การจัดทำคู่มือ รวบรวมเอกสารกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่เข้าใจง่าย และเผยแพร่ให้หน่วยงานรับทราบ รองลงมาคือจัดอบรมความรู้ด้านกฎ ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการการเบิกจ่ายงบประมาณอย่างชัดเจนและสม่ำเสมอ

จากภาพรวมสรุปได้ว่า ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย และด้านระบบขั้นตอน ได้แก่ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบ กฎหมายและหลักเกณฑ์ต่างๆ ขั้นตอนการปฏิบัติงานต่างๆ และระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานส่งผลต่อการเบิกจ่ายตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ดังนั้นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณภาพรวมตามมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ควรเริ่มจากการอบรมความรู้ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และความรู้ด้านกฎหมาย รวมไปถึงการจัดทำคู่มือเพื่อใช้งานในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรรณี บุญศรีเลิศ (2554 : 63) ได้ศึกษาประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณรายจ่ายของเทศบาลตำบลลำพันชาด อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี พบว่า สภาพการบริหารงบประมาณรายจ่ายมีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ ระบบการตรวจสอบไม่ทันสมัย และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจารุวรรณ ภู่ช้าง (2552 : 61) ได้ศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขการเบิกจ่ายเงินงบประมาณและรายได้ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า ปัญหาทั้งสี่ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านการยืมเงินทดรองจ่าย ด้านการเบิกจ่ายงบประมาณ และด้านการเบิกจ่ายเงินรายได้มีปัญหาอยู่ในระดับน้อยทุกด้าน และทุกรายการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจทั้งด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย แนวทางการจัดทำโครงการ/ กิจกรรม และแนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณในเบื้องต้นควรมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน มาตรฐานคุณภาพของงาน และรวบรวมกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ทั้งหมดเผยแพร่สู่เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย อย่างต่อเนื่อง

ให้กับผู้รับผิดชอบโครงการกับงานบริหารคลังและทรัพย์สิน และกองนโยบายและแผน ให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียว เพื่อทำให้การเบิกจ่ายเป็นไปตามมาตรการเดียวกัน

นอกจากนั้นทุกหน่วยงานควรมีการประชุมภายในหน่วยงานของตนเองอย่างสม่ำเสมอ ให้ทราบปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน เพื่อทบทวนหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น ควรลดขั้นตอนและความยุ่งยากในการขออนุมัติโครงการ/ กิจกรรม เพื่อความรวดเร็วในการตั้งเบิกจ่ายเร็วยิ่งขึ้น และควรจัดหาระบบสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกในการติดตาม ค้นหาโครงการ/ กิจกรรมได้ เพื่อให้ผู้รับผิดชอบโครงการ/ กิจกรรมสามารถตรวจสอบได้ว่าโครงการ/ กิจกรรมของตนเองอยู่ในขั้นตอนใด

ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีหน่วยงานเดียว และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นระดับผู้ปฏิบัติงานเท่านั้น จึงควรมีการสัมภาษณ์ความเห็นจากผู้บริหารระดับสูงที่เป็นผู้กำกับดูแลยุทธศาสตร์/ โครงการ เพื่อให้ได้ข้อมูลในมุมมองที่มีความหลากหลายมากขึ้น และเป็นการศึกษางบประมาณโดยรวมของมหาวิทยาลัยจึงควรศึกษาปัจจัยด้านประเภทงบประมาณที่แตกต่างกัน เปรียบเทียบลักษณะประเภทของงบประมาณใดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการ R2R (Routine to Research) เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยมีการนำผลงานวิจัยไปใช้พัฒนางานประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จึงขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กมลทิพย์ คงสวัสดิ์พร. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ 2556 ของกรมที่ดี. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,* 1(2), 77 - 88.

กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. (2562). *สถิติการขอนุมัติกิจกรรม และดำเนินกิจกรรม* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2562, จาก : https://plan.pbru.ac.th/detail.php?id=213&St=B.

จารุวรรณ ภู่ช้าง. (2552). *ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการเบิกจ่ายงบประมาณและเงินรายได้ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.* การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. (2562). *แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ 2562* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2562, จาก : https://www.pbru.ac.th/pbru/news/7612.

รชิตา วรัตถ์ธนพิตญ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายในงบประมาณของสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนสินทร์.

วัชระ สท้อนดี. (2560). *ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรรณี บุญศรีเลิศ. (2554). *ประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณรายจ่ายของเทศบาลตำบลลำพันชาด อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี*. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ศักดา หาญยุทธ. (2559). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาองค์กรในบริบทการจัดการความรู้เพื่อประสิทธิภาพทางการบริหารของเทศบาลเมืองจังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร,* 6(3), 310 - 322.

สำนักงบประมาณ. (2563). *มาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2563, จาก : https://www.cgd.go.th/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheadername1 = Content-Disposition&blobheadername2 = filename&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3D"มาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ+พ.ศ.2563.pdf"&blobkey=id&blobnocache=false&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1438175784067&ssbinary=true.

Yamane, T. (1973). Statistics : an Introductory Analysis. (3rd edition). New York : Harper and Row Publications.

บุคลานุกรม

นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ก. (ผู้ให้สัมภาษณ์). ณัฐจิรา หวังดี (ผู้สัมภาษณ์). ที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ถนนหาดเจ้าสำราญ ตำบลนาวุ้ง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000. เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2563.

นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ข. (ผู้ให้สัมภาษณ์). ณัฐจิรา หวังดี (ผู้สัมภาษณ์). ที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ถนนหาดเจ้าสำราญ ตำบลนาวุ้ง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000. เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2563.

นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ค. (ผู้ให้สัมภาษณ์). ณัฐจิรา หวังดี (ผู้สัมภาษณ์). ที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ถนนหาดเจ้าสำราญ ตำบลนาวุ้ง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000. เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2563.

นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ง. (ผู้ให้สัมภาษณ์). ณัฐจิรา หวังดี (ผู้สัมภาษณ์). ที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ถนนหาดเจ้าสำราญ ตำบลนาวุ้ง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000. เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2563.

แนวทางการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง
Guidelines for Apron Management at Don Mueang International Airport

สราลักษณ์ เรืองหุ่น[1*] วราภรณ์ เต็มแก้ว[2] และ อภิรดา นามแสง[3]
Saralux Ruanghoon[1*], Waraporn Temkaew[2] and Apirada Namsang[3]
*Corresponding author, e-mail: ru.saralux@hotmail.com

Received: May 12th, 2021; **Revised**: June 21st, 2021; **Accepted**: June 24th, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง (2) นำเสนอกลยุทธ์การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง ดำเนินการวิจัยจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SWOT analysis และ TOWS matrix จากผลการวิจัยพบว่าสภาพการบริหารจัดการหลุมจอดท่าอากาศยานดอนเมือง ณ ปัจจุบัน ประกอบด้วย (1) จุดแข็ง คือ ระบบการจัดการหลุมจอดอากาศยานมีความยืดหยุ่น มีการจัดการเป็นไปตามมาตรฐาน และบุคลากรมีประสบการณ์ (2) จุดอ่อน เที่ยวบินหนาแน่นเกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับ หลุมจอดอากาศยานมีจำกัด และขาดอุปกรณ์การปฏิบัติงานที่ทันสมัย (3) โอกาส เป็นท่าอากาศยานหลักของสายการบินต้นทุนต่ำมีเที่ยวบินที่ต้องการจะทำการบินมาลงเป็นจำนวนมาก และใช้อากาศยานขนาดกลางเป็นส่วนใหญ่ทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ (4) อุปสรรค คือ ขั้นตอนการดำเนินงานล่าช้า สายการบินทำการบินไม่ตรงตามเวลาการบิน และปัญหาซากอากาศยานที่จอดค้างบริเวณลานจอด ทั้งนี้งานวิจัยครั้งนี้ได้เสนอกลยุทธ์ในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง คือ (1) ศึกษาแผนธุรกิจระยะยาวของสายการบินเพื่อปรับปรุงการให้บริการหลุมจอดอากาศยาน (2) ออกกฎหมายจำกัดอายุอากาศยาน หรือจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อดำเนินการและติดตามผลการจัดการซากอากาศยานให้เป็นรูปธรรม (3) กำหนดหลักเกณฑ์การติดตามผลการทำการบินของสายการบินให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันรวมถึงกำหนดบทลงโทษ และ (4) นำระบบการตัดสินใจในการบริหารท่าอากาศยานร่วมระหว่างหน่วยงานเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์การดำเนินงานของ บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับการบริหารขีดความสามารถของท่าอากาศยานในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศเพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

[1] นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน
Student in Master of Management in Aviation Management, Civil Aviation Training Center
[2] ผู้อำนวยการกองวิชาบริหารการบิน สถาบันการบินพลเรือน
Director of Aviation Management Training Division, Civil Aviation Training Center
[3] อาจารย์ ประจำกองวิชาวิศวกรรมการบิน สถาบันการบินพลเรือน
Ground Instructor of Aeronautical Engineering Division, Civil Aviation Training Center

คำสำคัญ: กลยุทธ์ หลุมจอดอากาศยาน ท่าอากาศยานดอนเมือง การบริหารจัดการ

Abstract

This research was a qualitative research with objectives (1) to analyze apron management at Donmueang International Airport, and (2) to introduce strategic management to apron management at Donmueang International Airport. The analysis based on a study of documents related to the management of apron at Donmueang International Airport. Furthermore, an in-depth interview was conducted with 11 people and the data were examined with SWOT analysis and TOWS matrix. The findings illustrate that current apron management at Donmueang International Airport involved different aspects as followed: (1) strengths were that apron management system was flexible, standardized and equipped with experienced personnel. (2) Weaknesses were that the number of flights was greater than the airport's capacity, the number of aircraft stands was limited, and modern operational equipment were insufficient. (3) In terms of opportunity, Donmueang International Airport is a main hub for a great number of low-cost airlines with most medium-size aircrafts, thus the overall management could proceed conveniently. (4) Threats were that there was a tardy work process, airlines did not operate their flights according to allocated slot time and there was also a disabled aircraft problem on aircraft stands. Nevertheless, this research proposed strategic managements for apron management in Donmueang International Airport as (1) to study airlines' long term business plans to improve aircraft stand service, (2) to implement a law to limit aircraft age or to establish a specific department to strictly oversee and pursue the management of disabled aircraft solidly, (3) to initiate a guideline to assure that airlines comply with the allocated slot time and execute a punishment, and lastly (4) to integrate Airport Collaborative Decision Making; ACDM into apron management for a greater productivity. In consequence, this could run in accordance with strategic operation of Airport of Thailand Public Company Limited in terms of Airport Service Capacity as to ensure and manage appropriate balance between airport capacity and air traffic demand for organization's sustainable growth.

Keywords: Strategic, Apron, Donmueang International Airport, Management

บทนำ

การคมนาคมขนส่งทางอากาศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจและสังคมของโลก ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินมีขนาดใหญ่และมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา ปัจจัยหลักที่เป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของตลาดการบินต่อไปในอนาคต ได้แก่ การเติบโตแบบก้าวกระโดดของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา การเปิดกว้างยิ่งขึ้นของการค้าแบบเสรีและปรากฏการณ์การเติบโตอย่างต่อเนื่องของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียการขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดการบินในประเทศจีน และอินเดียส่งผลให้

ปริมาณจราจรในภูมิภาค และไปยังประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2562 : 3 – 6)

ในปี พ.ศ. 2560 CAPA Centre of Aviation (2018) บริษัทที่ปรึกษาด้านข้อมูลการบินประเทศออสเตรเลียได้จัดอันดับให้ท่าอากาศยานดอนเมืองภายใต้การบริหารงานโดย บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) เป็นท่าอากาศยานที่ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ใหญ่ที่สุดในโลก และในปี พ.ศ. 2562 ตลาดสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทยมีการเติบโตทั้งเส้นทางบินและความถี่ในการให้บริการเพิ่มขึ้นมีการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ รวมถึงการเน้นทำการตลาดเส้นทางบินต่างประเทศเพิ่มขึ้น ภายหลังจากที่องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization : ICAO) ได้ประกาศถอดประเทศไทยออกจากรายชื่อประเทศที่มีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้านการบินพลเรือน ส่งผลให้มียอดผู้โดยสาร 41 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 คิดเป็นร้อยละ 1.10 ซึ่งในความเป็นจริงท่าอากาศยานดอนเมืองสามารถรองรับผู้โดยสารได้เพียง 30 ล้านคน เกินขีดความสามารถในการรองรับ (over capacity) ไปมากถึง 10 ล้านคน (ท่าอากาศยานไทย, 2563ข : 150, 162) ซึ่งจากปริมาณเที่ยวบิน และผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้น ทำให้การใช้บริการท่าอากาศยานเพิ่มขึ้นเช่นกัน แต่ด้วยข้อจำกัดทางกายภาพของสนามบินดอนเมือง อาทิ (1) ปริมาณซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบินและอยู่ระหว่างรอการดำเนินการเคลื่อนย้าย ทำให้ต้องใช้หลุมจอดอากาศยานในการจอดซากอากาศยาน ส่งผลให้ท่าอากาศยานมีหลุมจอดอากาศยานไม่เพียงพอต่อการให้บริการอากาศยาน และ ทอท. ต้องสูญเสียรายได้จากการใช้หลุมจอดอากาศยาน (landing/ parking fees) และรายได้จากการบริการอื่นๆ นอกจากนี้ซากอากาศยานยังก่อให้เกิดสิ่งกีดขวาง (foreign object damage : FOD) ในสนามบินดอนเมืองซึ่งจะส่งผลต่ออากาศยานขณะปฏิบัติการบินรวมถึงกระทบต่อภาพลักษณ์ของ ทอท. (2) การจัดการฝูงบินของสายการบิน กล่าวคือ สายการบินมีการเพิ่มจำนวนฝูงบิน กอปรกับสายการบินส่วนใหญ่ใช้ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นฐานปฏิบัติการบิน (home base) ทำให้ความสามารถในการรองรับอากาศยานสำหรับจอดค้างคืนเกิดความคับคั่งไม่เพียงพอ และ (3) การทำการบินของสายการบินไม่ตรงตามช่วงเวลาที่กำหนดในตารางบินจะทำให้อากาศยานที่ต้องมาใช้บริการหลุมจอดอากาศยานต่อไม่สามารถเข้าใช้บริการหลุมจอดอากาศยานได้ ด้วยพื้นที่ของท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีอยู่อย่างจำกัด อากาศยานที่ทำการบินลงมาและยังไม่สามารถเข้าหลุมจอดอากาศยานที่กำหนดได้จะกีดขวางทางวิ่งและทางขับของสนามบินส่งผลเสียต่อสภาพคล่องของการจราจรภาคพื้นในสนามบิน สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายของสายการบินในการจอดรอ เช่น ค่าน้ำมันอากาศยาน เป็นต้น ในกรณีต้องเปลี่ยนแปลงจากหลุมจอดอากาศยานแบบประชิดอาคารผู้โดยสารเป็นหลุมจอดอากาศยานระยะไกล จะส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามมา ซึ่งประเด็นข้อจำกัดเหล่านี้ส่งผลกระทบให้ท่าอากาศยานไม่สามารถจัดสรรทุกเที่ยวบินให้เข้ารับบริการในพื้นที่หลุมจอดอากาศยานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

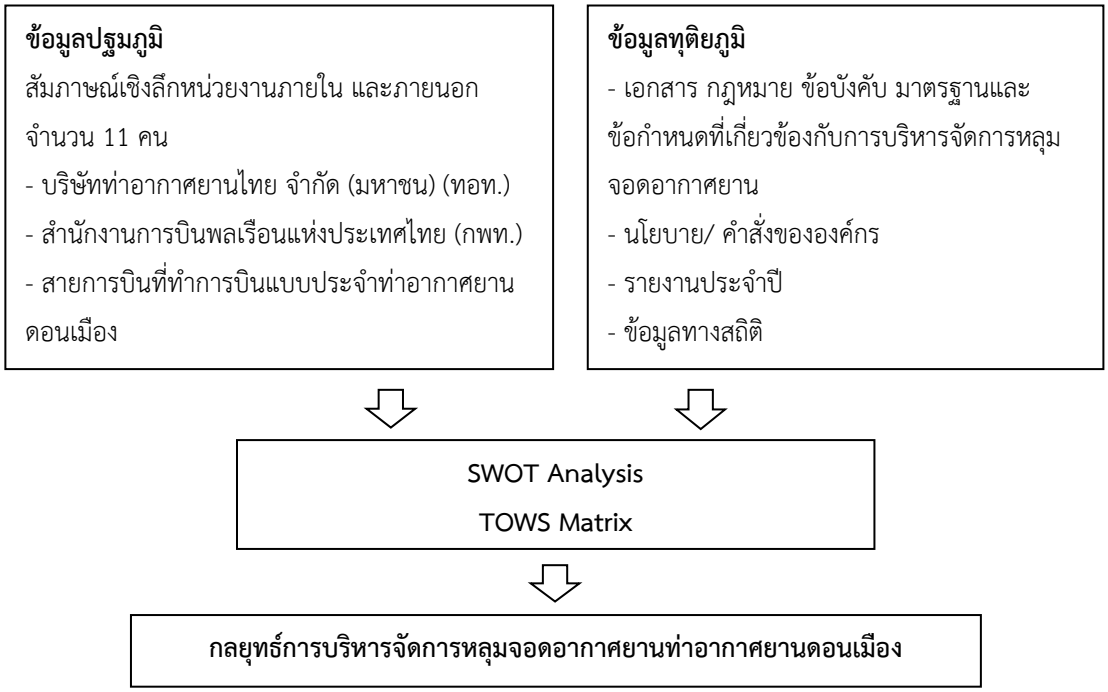
จากแผนวิสาหกิจของ ทอท. ปีงบประมาณ 2560 - 2565 ได้กำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การดำเนินงานภายใต้กรอบแนวคิดการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนโดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศใน 3 ด้าน คือ ด้านบริการ ด้านมาตรฐานและด้านการเงิน ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักนั้น ได้มีการเน้นในเรื่องของ Airport Service Capacity กล่าวคือ การบริหารขีดความสามารถของท่าอากาศยานในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน (ท่าอากาศยานไทย, 2563ก : 20 – 28, 82 - 95) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในที่จะศึกษาแนวทางในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง ที่จะทำให้ท่าอากาศยาน

สามารถรองรับปริมาณการจราจรทางอากาศได้มากขึ้น เพิ่มขีดความสามารถท่าอากาศยานในการรองรับปริมาณการจราจรทางอากาศเพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในอนาคต

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง
2. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการดำเนินงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 คน ด้วยวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามข้อเสนอของนักวิชาการวิจัยเชิงคุณภาพที่ระบุถึงการศึกษาแบบ Phenomenology ว่าควรมีขนาดตัวอย่างประมาณ 10 คน (Moser and Korstjens, 2018 : 11 อ้างอิงใน จำเนียร จวงตระกูล, 2561 : 8) และกำหนดคุณลักษณะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ เป็นผู้มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน มีประสบการณ์หรือบริหารงานเป็น

ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 2 ปี จำนวน 11 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 บุคลากรระดับบริหารสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 บุคลากรระดับบริหาร ทอท. จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 3 บุคลากรระดับบริหารสายการบินที่ทำการบินแบบประจำ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนดและออกแบบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview or format interview) โดยใช้หลักการ 5M model และแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อข้อจำกัดของท่าอากาศยานดอนเมือง แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ ซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบิน การจัดการฝูงบิน และการจัดสรรเวลาการบิน และ ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการท่าอากาศยานดอนเมือง จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาเนื้อหา ความถูกต้องของคำสัมภาษณ์ แก้ไขการใช้ภาษาให้มีความเหมาะสม ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์การวิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ หาค่าความเที่ยงตรงของคำสัมภาษณ์ และค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (index of item objective congruence : IOC)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเองเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ชี้แจงถึงวัตถุประสงค์การสัมภาษณ์ก่อน และบันทึกข้อมูลด้วยเครื่องบันทึกเสียง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน รวมถึงยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์การดำเนินงานของ ทอท. จากเอกสาร วารสาร งานวิจัย รายงานประจำปี บทความ นโยบาย คำสั่งขององค์กร ระเบียบปฏิบัติในการจัดสรรหลุมจอดอากาศยาน และสื่อสารสนเทศต่างๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ถอดจากเครื่องบันทึกเสียงซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 11 คน มาดำเนินการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มาเพียงพอ และสามารถตอบปัญหาการวิจัยได้หรือไม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องมาจัดเรียงลำดับความสำคัญ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

3. นำข้อมูลจากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิที่ผ่านการคัดเลือกว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์มาจัดเรียง เพื่อวิเคราะห์ด้วย SWOT analysis และTOWS matrix จากนั้นนำมาสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอกลยุทธ์การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง พบว่าท่าอากาศยานดอนเมืองมีหลุมจอดอากาศยานทั้งหมด 101 หลุมจอด แบ่งออกเป็น หลุมจอดอากาศยานแบบ

ประชิดอาคาร 27 หลุมจอด และหลุมจอดอากาศยานระยะไกล 74 หลุมจอด มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการท่าอากาศยานด้านบริหารหลุมจอดและควบคุมสะพานเทียบเครื่องบินเป็นผู้จัดสรรหลุมจอดอากาศยานโดยใช้โปรแกรมบริหารหลุมจอดอากาศยาน (flight resource management system : FRMS) ในการบริหารตารางเวลาในการใช้หลุมจอดอากาศยานต่างๆ ของท่าอากาศยานแบบวันต่อวัน หรือใช้วางแผนจัดตารางเวลาล่วงหน้าเพื่อจัดสรรหลุมจอดอากาศยานให้เกิดประโยชน์สูงสุด (พีรวิชญ์ ช่วงโชติ, 2563 : 4 - 10) แต่เนื่องด้วยปริมาณเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้การใช้บริการท่าอากาศยานของสายการบินมากขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับข้อจำกัดต่างๆ ของท่าอากาศยานดอนเมือง อันได้แก่ ซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบิน การขยายฝูงบินของสายการบิน และการทำการบินไม่ตรงตามช่วงเวลาที่ได้รับการจัดสรร ทำให้ท่าอากาศยานดอนเมืองไม่สามารถรองรับความต้องการของสายการบินได้อย่างเพียงพอ และได้รับการจัดระดับความหนาแน่นจาก กพท. ให้เป็นท่าอากาศยานที่มีความหนาแน่นระดับสาม กล่าวคือเป็นท่าอากาศยานที่มีความต้องการทำการบินมากเกินกว่าโครงสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยานจะรองรับได้ และยังไม่สามารถเพิ่มขีดความสามารถหรือขยายโครงสร้างของท่าอากาศยานเพื่อแก้ไขปัญหาความแออัดได้ อีกทั้งการปรับตารางการบินไม่สามารถตอบสนองความต้องการทำการบินทั้งหมดได้ ทำให้เที่ยวบินที่จะทำการบินมายังท่าอากาศยานต้องได้รับการจัดสรรเวลาที่จะเข้ามาทำการบินล่วงหน้าก่อน (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2562) โดยในปีงบประมาณ 2560 – 2565 ทอท. ได้กำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การดำเนินงาน ภายใต้กรอบแนวคิดการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นความเป็นเลิศใน 3 ด้าน คือ ด้านบริการ ด้านมาตรฐาน และด้านการเงิน ซึ่ง ทอท. กำหนดกรอบทิศทางการดำเนินงานภายใต้ AOT Strategy House ประกอบด้วยยุทธศาสตร์หลัก 7 ด้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 Airport Strategic Positioning ยุทธศาสตร์ที่ 2 Airport Service Capacity ยุทธศาสตร์ที่ 3 Regional Hub ยุทธศาสตร์ที่ 4 Intelligent Service ยุทธศาสตร์ที่ 5 Aero Business ยุทธศาสตร์ที่ 6 Non Aero Business และยุทธศาสตร์ที่ 7 Business Development (ท่าอากาศยานไทย, 2563ก : 20 – 28, 82 - 95)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมืองสามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการ

1) CAAT : ได้ให้ความเห็นว่า การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานของท่าอากาศยานดอนเมืองยังไม่สามารถรองรับความต้องการของสายการบินได้อย่างเพียงพอ (ผู้อำนวยการสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2563) สายการบินที่ทำการบินส่วนใหญ่เป็นสายการบินของประเทศไทยซึ่งใช้สนามบินดอนเมืองเป็นที่จอดค้างคืน และท่าอากาศยานมีขีดความสามารถในการรองรับปริมาณเที่ยวบินแตกต่างกันตามแต่ละช่วงเวลา (ผู้จัดการฝ่ายพิธีการบิน และหัวหน้ากองประสานจัดสรรเวลาการบิน กพท., สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2563) โดยเมื่อพิจารณาจากเส้นทางบินภายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2562 ท่าอากาศยานดอนเมืองถือเป็นท่าอากาศยานที่มีจำนวนผู้โดยสารและปริมาณเที่ยวบินสูงที่สุดกล่าวคือ 23.5 ล้านคน และ 1.63 แสนเที่ยวบิน ตามลำดับ (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2563 : 5) และมียอดผู้โดยสารรวมทั้งหมด 41 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 คิดเป็นร้อยละ 1.10 ซึ่งท่าอากาศยานดอนเมืองสามารถรองรับผู้โดยสารได้เพียง 30 ล้านคน (ท่าอากาศยานไทย, 2563ข : 150, 162) และยังพบข้อจำกัดในด้านอาคารผู้โดยสาร การใช้ทางวิ่งร่วมกันระหว่างอากาศยานทหารและอากาศยานพลเรือน รวมถึงการทำการบินไม่ตรงตามเวลาของสายการบิน โดยจุดอ่อนของการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง คือ มีปริมาณเที่ยวบิน

หนาแน่นเกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับของท่าอากาศยานหลุมจอดอากาศยานไม่เพียงพอรองรับเที่ยวบินในช่วงเวลาที่มีการจราจรคับคั่ง (ผู้อำนวยการสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2563) และยังขาดความชัดเจนในการกำกับดูแลหลุมจอดอากาศยานให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย ส่วนจุดแข็ง คือ แบบอากาศยานที่ทำการบิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองไม่หลากหลายทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ ด้านโอกาส คือสายการบินต้นทุนต่ำใช้ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นท่าอากาศยานหลัก อุตสาหกรรมการบินยังมีโอกาสที่จะเติบโต และการนำระบบการตัดสินใจในการบริหารท่าอากาศยานร่วมระหว่างหน่วยงาน (airport collaborative decision making : ACDM) เข้ามาใช้อย่างเต็มรูปแบบจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารหลุมจอดอากาศยานให้ดีมากยิ่งขึ้น ส่วนในด้านของอุปสรรค คือ ช่วงเวลาที่มีการจราจรคับคั่งการบริหารจัดการเป็นไปได้ยาก รูปแบบหลุมจอดอากาศยานยังเป็นแบบเก่าโครงสร้างกายภาพของหลุมจอดอากาศยานไม่เอื้อต่อการเข้าออกของอากาศยาน รวมไปถึงขาดการกำกับดูแลหน่วยงานให้บริการภาคพื้นที่ให้บริการในท่าอากาศยานอย่างเป็นรูปธรรม และยังขาดกฎหมายที่รองรับอย่างชัดเจน

2) AOT : ได้ให้ความเห็นว่า สายการบินที่ให้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองส่วนใหญ่เป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่มีการใช้ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นฐานการบิน ทำให้ในช่วงเวลากลางคืนปริมาณหลุมจอดอากาศยานมีไม่เพียงพอต้องบริหารจัดการโดยการให้อากาศยานบางส่วนจอดค้างคืนบริเวณทางขับ ส่วนในช่วงกลางวันเนื่องจากมีหลุมจอดอากาศยานในปริมาณจำกัดหากสายการบินทำการบินไม่ตรงตามการจัดสรรเวลาการบิน (slot) ก็จะทำให้เกิดปัญหาในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน รวมถึงผลกระทบจากการขอคืนพื้นที่ลานจอดฝั่งทหารอากาศทำให้ต้องเพิ่มพื้นที่สำหรับจอดอากาศยานทำการบินทั่วไป (general aviation : GA) จุดอ่อนของการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง คือ จำนวนหลุมจอดอากาศยานมีจำกัด (ผู้อำนวยการส่วน ส่วนบริการเขตการบิน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ท่าอากาศยานดอนเมือง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2563) และมีข้อจำกัดทางกายภาพ อันได้แก่ ซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบินและจอดค้างทำให้ต้องเสียพื้นที่หลุมจอดอากาศยานไปใช้สำหรับจอดซากอากาศยาน ส่งผลให้หลุมจอดอากาศยานที่สามารถใช้ประโยชน์ได้มีจำนวนลดลง แผนพัฒนาต่างๆ ที่มีความล่าช้า (ผู้อำนวยการท่าอากาศยานดอนเมือง ทอท., สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2563) รวมไปถึงยังขาดอุปกรณ์ที่ทันสมัย (รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สายงานยุทธศาสตร์ ทอท., สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2563) ส่วนจุดแข็ง คือ มีการจัดการตามมาตรฐานการดำเนินงานของสนามบินที่ได้รับการรับรองจาก กพท. และสอดคล้องกับมาตรฐานขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) มีความยืดหยุ่นในการใช้งานสะพานเทียบ เช่น การปรับใช้อาคารสะพานเทียบอาคาร 3 เป็นรูปแบบ swing pier ทำให้สามารถปรับใช้เป็นเที่ยวบินระหว่างประเทศ หรือเที่ยวบินภายในประเทศให้สอดคล้องกับเที่ยวบินที่มีอยู่ได้ นอกจากนั้นยังมีบุคลากรที่มีคุณภาพ และประสบการณ์ในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ด้านโอกาส คือ มีแนวคิดการนำระบบ ACDM มาใช้ มีปริมาณเที่ยวบินที่ต้องการจะทำการบินมาลงเป็นจำนวนมาก มีการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเพื่อนำมาพัฒนาท่าอากาศยานในระยะยาว ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทสายการบินและท่าอากาศยาน ด้านอุปสรรค คือ ระเบียบราชการ การดำเนินงานภายในองค์กรล่าช้า และนโยบายของรัฐยังไม่มีความชัดเจน เช่น บทลงโทษของผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ เป็นต้น

3) AL : ได้ให้ความเห็นว่า การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานของท่าอากาศยานดอนเมืองยังขาดการนำเทคโนโลยีมาใช้ ไม่มีการนำแนวความคิด หรือนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการ สภาพหลุมจอดอากาศยานในปัจจุบันค่อนข้างแออัดต้องบริหารจัดการโดยการนำอากาศยานไปจอดบนทางขับ ทำให้ต้องลาก

อากาศยานบ่อยครั้งซึ่งทำให้เสียเวลา และอาจก่อให้เกิดอันตรายได้ จุดอ่อน คือ จำนวนสะพานเทียบ และหลุมจอดอากาศยานมีจำกัดไม่เพียงพอรองรับปริมาณเที่ยวบิน การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานเป็นการจัดไว้ล่วงหน้าทำให้ไม่เหมาะกับสถานการณ์ปัจจุบัน (ผู้จัดการฝ่ายอำนวยการบิน สายการบินนกแอร์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2563) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการของแต่ละกะแตกต่างกัน ไม่มีหน่วยงานกลางในการประสานงานและไม่มีมาตรการจัดการเมื่อสายการบินไม่ปฏิบัติตามแผนการจัดการหลุมจอดอากาศยาน (ผู้จัดการฝ่ายอำนวยการบิน สายการบินไทยแอร์เอเชีย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2563) รวมถึงขาดการนำความรู้ หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาพัฒนาการบริหารจัดการ (ผู้อำนวยการฝ่ายวิศวกรรมและซ่อมบำรุงอากาศยาน สายการบินไทยไลอ้อนแอร์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2563) ด้านโอกาส คือ กายภาพของหลุมจอดอากาศยานมีความมั่นคงต่อภาวะภัยคุกคาม และสิ่งแวดล้อม ส่วนในด้านอุปสรรค คือ ความล่าช้าในการปรับปรุงหลุมจอดอากาศยาน และสะพานเทียบให้สามารถให้บริการได้ครอบคลุมทุกแบบอากาศยาน

ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อข้อจำกัดของท่าอากาศยานดอนเมือง

1) CAAT : ได้ให้ความเห็นว่า ในด้านซากอากาศยานยังไม่มีหน่วยงานเฉพาะดูแล เป็นหน้าที่ของท่าอากาศยานในการบริหารจัดการ กพท. มีหน้าที่ดูแลด้านความปลอดภัยให้เป็นไปตามมาตรฐาน ในด้านการจัดการฝูงบิน การเพิ่มจำนวนฝูงบินของสายการบินต้องมีการขออนุญาตจาก กพท. ด้านการจัดสรรเวลาการบิน กพท. มีกองประสานจัดสรรเวลาการบิน ฝ่ายพิธีการบิน เป็นหน่วยงานเฉพาะที่ดูแลในด้านการจัดสรรเวลาทำการบิน (slot allocation) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ฤดูกาล (seasons) มีหลักเกณฑ์ในการจัดสรรโดยยึดหลักจากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association : IATA) ตามหลักสากลและหากสายการบินทำการบินได้ตรงตามการจัดสรรเวลาการบิน (slot) น้อยกว่าร้อยละ 80 จะถูกเพิกถอนสิทธิในครั้งต่อไป

2) AOT : ได้ให้ความเห็นว่า ไม่มีหน่วยงานเฉพาะดูแลด้านซากอากาศยาน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบินเป็นผู้ดูแลเรื่องการย้ายซากอากาศยานจัดระเบียบให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม และประสานงานติดต่อกับสายการบินเจ้าของอากาศยานที่ปลดระวาง แนวทางการกำกับดูแล คือ ผลักดันซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบินออกจากพื้นที่ของท่าอากาศยาน และจัดระเบียบซากอากาศยานให้อยู่ในพื้นที่เดียวกันเพื่อให้มีพื้นที่หลุมจอดอากาศยานที่สามารถใช้สอยได้เพิ่มขึ้น มีการคิดค่าธรรมเนียมที่เก็บอากาศยาน (parking charge) เป็นอัตราก้าวหน้า แต่เนื่องจากซากอากาศยานส่วนใหญ่เป็นอากาศยานที่ปลดระวางแล้วรอการจำหน่าย อากาศยานของสายการบินที่ไม่ดำเนินธุรกิจแล้ว หรือติดคดีความไม่สามารถทำการเคลื่อนย้ายได้ ทำให้การคิดค่าธรรมเนียมอัตราก้าวหน้าไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร ส่วนซากอากาศยานที่ไม่ติดข้อกฎหมายจะประสานงานกับสายการบินเพื่อให้ผู้ประกอบการเข้ามานำไปดำเนินการนอกพื้นที่เขตการบิน ในด้านการจัดการฝูงบิน ฝ่ายกลยุทธ์องค์กรของท่าอากาศยานเป็นผู้ดูแลแจ้งขีดความสามารถในการรองรับอากาศยานไปที่ กพท. ส่วนฝ่ายปฏิบัติการเขตการบินทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานด้านการจัดการฝูงบิน โดยสายการบินต้องทำหนังสือพร้อมส่งรายละเอียดอากาศยานที่จะนำเข้ามา ส่วนในด้านการจัดสรรเวลาการบิน มีการเก็บข้อมูลสถิติเสนอฝ่ายกลยุทธ์องค์กรเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประชุมจัดสรรเวลาการบิน (slot) และหากสายการบินไม่ทำการบินตามช่วงเวลาที่ได้รับ ฝ่ายกลยุทธ์องค์กรจะรายงานไปที่ กพท. เพื่อดำเนินการต่อไป (ผู้อำนวยการส่วน ส่วนบริการเขตการบิน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ท่าอากาศยานดอนเมือง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2563)

3) AL : ได้ให้ความเห็นว่า การจัดการฝูงบินของสายการบินนั้น ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และวิจัยเน้นความต้องการของผู้โดยสารเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มฝูงบิน เพิ่มเส้นทางการบินและเลือกแบบ

ของอากาศยานที่จะใช้ทำการบิน ส่วนในด้านการจัดสรรเวลาการบิน สายการบินเน้นทำการบินตามการจัดสรรเวลาการบิน (slot) ที่ได้รับเพราะหากไม่ปฏิบัติตามจะถูกเพิกถอนสิทธิที่ได้รับมาในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง

1) CAAT: ได้ให้ความเห็นว่า ควรบริหารจัดการอุปสงค์ และอุปทานทั้งในส่วนของผู้โดยสาร สายการบิน และท่าอากาศยานให้สมดุล เน้นการบริหารจัดการของท่าอากาศยานที่ทำให้เกิดความปลอดภัย นำระบบ ACDM เข้ามาใช้งานอย่างเต็มรูปแบบ รวมถึงวิเคราะห์ขีดความสามารถของสนามบินให้สอดคล้องกับความเป็นจริง

2) AOT : ได้ให้ความเห็นว่า ทอท. ควรนำระบบ ACDM เข้ามาใช้งานอย่างจริงจัง รวมทั้งดำเนินการกับซากอากาศยานอย่างมีประสิทธิภาพ แก้ไขปัญหาสะพานเทียบอากาศยานให้สามารถให้บริการได้หลากหลายแบบอากาศยานมากขึ้น รวมถึงลดจำนวนอากาศยานที่ใช้ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นฐานการบิน

3) AL : ได้ให้ความเห็นว่า ควรลดข้อจำกัดของหลุมจอดอากาศยานในการนำเครื่องเข้าจอด จัดหาอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน และเพิ่มมาตรการจัดการกับสายการบินในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามแผนการจัดการหลุมจอดอากาศยาน

ผลการนำเสนอกลยุทธ์การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง

จากผลการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากปัจจัยภายใน (internal factors) และปัจจัยภายนอก (external factors) โดยใช้ SWOT analysis สามารถสรุปได้ดังนี้

1. จุดแข็ง (strength : S) ของการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 10 รายการ ได้แก่ S1 มีกฎระเบียบชัดเจนสำหรับบุคคลที่จะเข้ามาทำงานในเขตลานจอดอากาศยาน S2 บุคลากรมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน S3 การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานมีการจัดการตามมาตรฐานการดำเนินงานของสนามบินที่ได้รับการรับรองจาก กพท. มีการดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยของรัฐและสอดคล้องกับมาตรฐานขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) S4 มีความยืดหยุ่นในการใช้งานสะพานเทียบอาคาร 3 (pier 3) เป็นรูปแบบ swing pier กล่าวคือ สามารถสลับใช้สำหรับเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศได้ S5 ท่าอากาศยานมีการดูแลเรื่องการย้ายซากอากาศยานโดยจัดให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมอย่างเป็นระเบียบและมีการติดต่อกับเจ้าของอากาศยานที่ปลดระวางเพื่อผลักดันซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบินออกจากพื้นที่ของท่าอากาศยาน S6 มีการคิดค่าธรรมเนียมที่เก็บอากาศยานของซากอากาศยานเป็นอัตราก้าวหน้า S7 มีหน่วยงานของท่าอากาศยานดูแลด้านขีดความสามารถภาพรวมของท่าอากาศยานและแจ้งไปที่ กพท. รวมทั้งมีการรายงานกรณีสายการบินไม่ทำการบินตามช่วงเวลาที่ได้รับ S8 มีหน่วยงานทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานด้านการจัดการฝูงบินกับสายการบินในเรื่องของแผนต่างๆ รวมถึงแบบอากาศยานที่สายการบินกำลังจะนำเข้ามา เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลวางแผนบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน S9 มีการกำหนดโควตาจำนวนอากาศยานตามสัดส่วนของเที่ยวบิน และ S10 มีการทำความตกลงพูดคุยถึงข้อจำกัดของแต่ละสายการบินในด้านการจัดการฝูงบินและทำข้อตกลงหาทางออกร่วมกัน

2. จุดอ่อน (weakness : W) ของการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 10 รายการ ได้แก่ W1 ปริมาณเที่ยวบินหนาแน่นเกินกว่าขีดความสามารถของท่าอากาศยาน ทำให้หลุมจอดอากาศยานไม่เพียงพอ W2 โปรแกรมที่ใช้บริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน ไม่สามารถใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพและยังขาดอุปกรณ์เครื่องมือในการปฏิบัติงานที่ทันสมัย W3 จำนวนสะพานเทียบและหลุมจอดอากาศยานมีจำกัด

รวมถึงมีข้อจำกัดทางกายภาพ W4 ประสิทธิภาพการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานของพนักงานแต่ละกะไม่เท่ากัน W5 รูปแบบหลุมจอดอากาศยานเป็นแบบเก่า โครงสร้างกายภาพไม่เอื้อต่อการเข้าออกของอากาศยาน W6 ไม่มีแนวทางการปฏิบัติและการประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรมในการดำเนินการจัดการกับซากอากาศยาน รวมทั้งขาดบทลงโทษชัดเจนในเรื่องของซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบิน W7 ขาดหน่วยงานกลางในการประสานงานกับสายการบินเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกัน W8 ท่าอากาศยานยังไม่มีกฎระเบียบและบทลงโทษเฉพาะที่เป็นรูปธรรมในการจัดสรรเวลาการบิน W9 ขาดการพัฒนาให้ทันต่อความต้องการของผู้ประกอบการสายการบิน และ W10 ขาดมาตรการจัดการกับสายการบินในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามแผนการจัดการหลุมจอดอากาศยาน

3. โอกาส (opportunity : O) ที่สามารถนำมาบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 7 รายการ ได้แก่ O1 การนำระบบการตัดสินใจในการบริหารท่าอากาศยานร่วมระหว่างหน่วยงาน (ACDM) เข้ามาใช้เต็มรูปแบบ O2 เป็นท่าอากาศยานที่มีปริมาณเที่ยวบินที่ต้องการจะทำการบินมาลงเป็นจำนวนมาก O3 ได้งบประมาณจากภาครัฐนำมาพัฒนาท่าอากาศยานในระยะยาว O4 ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทสายการบินและท่าอากาศยานทำให้สามารถตกลงกันได้ง่าย O5 สายการบินมีการจัดทำแผนธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลและวิจัยศึกษาความต้องการของผู้โดยสารเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มฝูงบิน เพิ่มเส้นทางการบินและเลือกแบบของอากาศยานที่จะใช้ทำการบิน O6 กพท. มีหน่วยงานเฉพาะที่ดูแลในด้านการจัดสรรเวลาทำการบิน มีการติดตามตรวจสอบ (slot monitoring) เป็นลักษณะการติดตามย้อนหลัง (post monitoring) หากสายการบินทำการบินได้ตรงตาม slot น้อยกว่าร้อยละ 80 จะถูกเพิกถอนสิทธิในครั้งต่อไป และ O7 การนำกฎหมายจำกัดอายุอากาศยานมาช่วยผลักดันซากอากาศยานออกจากท่าอากาศยาน

4. อุปสรรค (threat : T) ที่ส่งผลต่อบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 8 รายการ ได้แก่ T1 สถานการณ์ไม่ปกติที่ส่งผลกระทบต่อสายการบินต้องหยุดทำการบิน เช่น โรคระบาด เป็นต้น T2 ระเบียบราชการและการดำเนินงานภายในองค์กรมีความล่าช้า T3 นโยบายของรัฐยังไม่มีความชัดเจน เช่น บทลงโทษของผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ เป็นต้น T4 ปัญหาซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบินทำให้ต้องใช้พื้นที่หลุมจอดอากาศยานสำหรับจอดซากอากาศยาน T5 สายการบินที่ทำการบินส่วนใหญ่เป็นสายการบินต้นทุนต่ำซึ่งมีฐานการบินที่ท่าอากาศยานดอนเมืองทำให้มีอากาศยานกลับมาจอดค้างคืนเป็นจำนวนมาก T6 ภาครัฐไม่มีหน่วยงานกำกับดูแลจัดการซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบิน ทำให้ซากอากาศยานที่เลิกดำเนินธุรกิจแล้วยังติดคดีความอยู่ทำให้ไม่สามารถทำการเคลื่อนย้ายได้ T7 ไม่มีกฎหมายเฉพาะสำหรับจัดการกับซากอากาศยาน รวมทั้งการติดต่อเจ้าของซากอากาศยานเพื่อดำเนินการต่างๆ เป็นไปได้ยาก และ T8 ผู้ดำเนินการบินจงใจทำการบินหรือวางแผนการบินที่ไม่ตรงกับเวลาการบินที่ได้รับหรือทำการบินในเวลาที่แตกต่างไปจากที่ได้รับจัดสรรอย่างมีนัยสำคัญ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดแนวทางในการบริหารจัดการจัดการหลุมจอดอากาศยานด้วย TOWS matrix ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับสร้างกลยุทธ์ใหม่ โดยนำข้อมูลสภาพแวดล้อม และสถานการณ์ปัจจุบันจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยนำเสนอเป็นกลยุทธ์ใหม่ ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy) เป็นการนำจุดแข็ง และโอกาสมากำหนดเป็นกลยุทธ์ใหม่ โดยผู้วิจัยได้พิจารณาจาก (S2O1O4) เป็นกลยุทธ์เชิงรุก กล่าวคือ ให้บุคลากรด้านงานบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนวคิดในการนำระบบการตัดสินใจในการบริหารท่าอากาศยาน

ร่วมระหว่างหน่วยงาน (ACDM) มาใช้งานด้านการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานเพื่อช่วยพัฒนาการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานได้อย่างตรงจุด และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy) เป็นการนำจุดอ่อน และโอกาสมากำหนดเป็นกลยุทธ์ใหม่ สามารถสรุปได้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 (W2W7O1O4) นำระบบ ACDM เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และความแม่นยำในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน

กลยุทธ์ที่ 2 (W9O4O5) ศึกษาแผนธุรกิจในระยะยาวของสายการบินเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการหลุมจอดอากาศยานให้สอดคล้องกับความต้องการของสายการบิน

กลยุทธ์ที่ 3 (W8O6) ท่าอากาศยาน และ กพท. ร่วมมือกันกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับติดตามผลการทำการบินของสายการบินให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และกำหนดบทลงโทษที่เป็นรูปธรรม

กลยุทธ์ที่ 4 (W6O7) นำกฎหมายจำกัดอายุอากาศยานเข้ามาช่วยแก้ปัญหาซากอากาศยาน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเป็นซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบินในท่าอากาศยาน

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy) เป็นการนำจุดแข็ง และอุปสรรคมากำหนดเป็นกลยุทธ์ใหม่ โดยผู้วิจัยได้พิจารณาจาก (S4T2) กล่าวคือ ในระหว่างรอการดำเนินการของแผนพัฒนาจะใช้ประโยชน์จาก swing pier ของสะพานเทียบอาคาร 3 สลับใช้เที่ยวบินระหว่างประเทศ และภายในประเทศตามความเหมาะสมให้เกิดประโยชน์สูงสุด

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy) เป็นการนำจุดอ่อน และอุปสรรคหรือข้อจำกัดจากภายนอกมาพิจารณาร่วมกัน สามารถสรุปได้ 3 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 (W10T3) ทบทวนมาตรการที่ใช้กับสายการบินที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือแผนการจัดหลุมจอดอากาศยาน

กลยุทธ์ที่ 2 (W3T5) ทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างท่าอากาศยาน และสายการบินพิจารณาสนามบินอื่นเป็นฐานการบินเพื่อลดความหนาแน่นของอากาศยานที่จอดค้างคืนที่ท่าอากาศยานดอนเมือง

กลยุทธ์ที่ 3 (W2T1) ในช่วงที่สายการบินส่วนใหญ่มีจำนวนเที่ยวบินน้อยลงเนื่องจากสถานการณ์ไม่ปกติต่างๆ ใช้โอกาสนี้ปรับปรุงอุปกรณ์สำหรับให้บริการให้มีความทันสมัยมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิจัยแนวทางการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมืองในประเด็นสภาพการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมืองในปัจจุบัน สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านการบริหารจัดการ สรุปได้ว่า มีการจัดการตามมาตรฐานการดำเนินงานของสนามบินที่ได้รับการรับรองจาก กพท. เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยของรัฐ และสอดคล้องกับมาตรฐาน ICAO มีบุคลากรที่มีประสบการณ์สามารถบริหารจัดการบนพื้นฐานของทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่อย่างจำกัด การบริหารจัดการค่อนข้างมีความยืดหยุ่น มีหน่วยงานของท่าอากาศยานทำหน้าที่ดูแลด้านขีดความสามารถภาพรวมของท่าอากาศยาน มีการติดตามผล เก็บสถิติและเก็บข้อมูล ส่วนในด้านการบริหารจัดการซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบินยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้หลุมจอดอากาศยานที่สามารถใช้ประโยชน์ได้มีจำนวนลดลงการพิจารณานำอากาศยานไปจอดที่สนามบินอื่นอาจทำให้สายการบินต้องเสียค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา

อากาศยานมากขึ้น และปัญหาสายการบินทำการบินไม่ตรงตามเวลาการบิน ส่งผลต่อเที่ยวบินอื่นที่เข้ามาใช้บริการในช่วงเวลาเดียวกัน

2) ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี สรุปได้ว่า ยังขาดอุปกรณ์การปฏิบัติงานที่ทันสมัย ส่งผลต่อความแม่นยำ และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

3) ด้านกฎหมาย ระเบียบและข้อปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ สรุปได้ว่า ยังไม่มีกฎระเบียบและบทลงโทษเฉพาะที่เป็นรูปธรรมในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน ทั้งด้านการจัดการซากอากาศยานและการจัดสรรเวลาการบิน แต่มีกฎหมายจำกัดอายุอากาศยานซึ่งจะสามารถช่วยผลักดันให้มีการดำเนินการก่อนอากาศยานจะกลายเป็นซากอากาศยานในอนาคต

4) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจาก ทอท. เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงคมนาคม และ กพท. ทำให้การดำเนินการต่างๆ ต้องผ่านหลายขั้นตอนประกอบกับการดำเนินงานภายในองค์กรมีความล่าช้า ส่งผลกระทบต่อแผนปรับปรุงหลุมจอดอากาศยาน และสะพานเทียบเครื่องบิน

โดยจากผลการวิจัยสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมืองสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ กล่าวคือสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมืองมีจุดอ่อน คือ มีปริมาณเที่ยวบินมากเกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับของท่าอากาศยานส่งผลให้มีหลุมจอดอากาศยานให้บริการไม่เพียงพอในช่วงเวลาที่มีเที่ยวบินหนาแน่น (ผู้อำนวยการสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2563) ประกอบกับจำนวนสะพานเทียบ และหลุมจอดอากาศยานมีจำกัด (ผู้อำนวยการส่วน ส่วนบริการเขตการบิน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ท่าอากาศยานดอนเมือง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2563) ไม่สอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการหลุมจอดอากาศยาน (Steuart, 1974 : 169 – 189 อ้างอิงใน ณัฐธินี พรภัทรประเสริฐ, 2558 : 23) ที่ได้ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการหลุมจอดอากาศยานว่า การออกแบบหลุมจอดอากาศยานจะขึ้นอยู่กับจำนวนของอากาศยานในขณะนั้น ซึ่งโดยปกติจะใช้ช่วงที่มีปริมาณจราจรทางอากาศคับคั่งมากที่สุดในการออกแบบ และเวลาที่อากาศยานแต่ละลำใช้ในการใช้งานหลุมจอดอากาศยานโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ อาทิ ปัจจัยด้านขนาดของอากาศยาน ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินการเที่ยวบิน การใช้เวลาเตรียมความพร้อมวางแผนก่อนทำการบิน (preflight planning) รวมไปถึงการดำเนินการของแต่ละสายการบินและของท่าอากาศยาน นอกจากนี้ประกาศกรมการบินพลเรือน เรื่อง มาตรฐานการออกแบบ และการก่อสร้างสนามบิน พ.ศ. 2556 ที่ระบุไว้ว่า สนามบินจะต้องมีลานจอดอากาศยาน ในกรณีที่มีความจำเป็นสำหรับการขึ้น และลงจากอากาศยานของผู้โดยสาร การขนถ่ายสินค้าหรือไปรษณียภัณฑ์ และสำหรับให้บริการอากาศยาน โดยไม่ทำให้รบกวนการจราจรของสนามบิน พื้นที่ทั้งหมดของลานจอดอากาศยานต้องเพียงพอให้การจัดการจราจรของสนามบินเป็นไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การจราจรของสนามบินนั้นมีความหนาแน่นสูงสุด (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2558 : 32) ดังนั้นการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการภายในท่าอากาศยานให้เป็นไปอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งท่าอากาศยานควรใช้จุดแข็งที่มี ได้แก่ ใช้หน่วยงานทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานด้านการจัดการฝูงบินกับสายการบินในเรื่องของแผนต่างๆ รวมถึงแบบอากาศยานที่สายการบินกำลังจะนำเข้ามา (ผู้อำนวยการส่วน ส่วนบริการเขตการบิน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ท่าอากาศยานดอนเมือง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2563) เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลทำการศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของผู้โดยสาร และความต้องการของตลาดเพื่อนำมาวางแผนบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน และกำหนดกลยุทธ์วางแผนการดำเนินงานในระยะยาวให้มีขีดความสามารถเพียงพอต่อการรองรับปริมาณการจราจร

ทางอากาศของท่าอากาศยาน สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติเพื่อพัฒนาสนามบิน ฉบับที่ 10 ของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ที่กล่าวถึงหลุมจอดอากาศยานว่า รูปแบบของหลุมจอดอากาศยานควรเอื้อประโยชน์ต่อการใช้งานของสายการบิน และควรมีหลุมจอดอากาศยานให้เพียงพอรองรับความต้องการในช่วงที่มีการจราจรคับคั่งนั่นเอง (International Air Transport Association, 2014)

ในส่วนของการนำเสนอกลยุทธ์การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมือง ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วย SWOT analysis มากำหนดเป็นกลยุทธ์ด้วย TOWS matrix และนำมาพิจารณาร่วมกับยุทธศาสตร์การดำเนินงานของ ทอท. เพื่อให้สอดคล้องกับทั้ง 7 ยุทธศาสตร์ ภายใต้กรอบแนวคิดการเติบโตอย่างยั่งยืน (sustainable growth) มุ่งเน้นความเป็นเลิศใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการ (service) ด้านมาตรฐาน (standards) และด้านการเงิน (financial) กล่าวคือกลยุทธ์เชิงรุกกลยุทธ์ที่ 1 ให้บุคลากรด้านงานบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนวคิดในการนำระบบการตัดสินใจในการบริหารท่าอากาศยานร่วมระหว่างหน่วยงาน (ACDM) มาใช้งานด้านการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน และกลยุทธ์เชิงแก้ไขกลยุทธ์ที่ 1 นำระบบ ACDM เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความแม่นยำในการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของ ทอท. ยุทธศาสตร์ที่ 4 Intelligent Service กลยุทธ์เชิงแก้ไขกลยุทธ์ที่ 2 ศึกษาแผนธุรกิจในระยะยาวของสายการบินเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการหลุมจอดอากาศยานให้สอดคล้องกับความต้องการของสายการบิน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 1 Airport Strategic Positioning ยุทธศาสตร์ที่ 4 Intelligent Service และยุทธศาสตร์ที่ 5 Aero Business กลยุทธ์เชิงแก้ไขกลยุทธ์ที่ 3 ท่าอากาศยานและ กพท. ร่วมมือกันกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับติดตามผลการทำการบินของสายการบินให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และกำหนดบทลงโทษที่เป็นรูปธรรม สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 4 Intelligent Service และ ยุทธศาสตร์ที่ 5 Aero Business ส่วนกลยุทธ์เชิงแก้ไขกลยุทธ์ที่ 4 นำกฎหมายจำกัดอายุอากาศยานเข้ามาช่วยแก้ปัญหาซากอากาศยาน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเป็นซากอากาศยานที่ไม่ได้ทำการบินในท่าอากาศยาน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 Airport Service Capacity และ ยุทธศาสตร์ที่ 5 Aero Business กลยุทธ์เชิงป้องกันกลยุทธ์ที่ 1 ใช้ประโยชน์จาก Swing pier สะพานเทียบอาคาร 3 สลับใช้เที่ยวบินระหว่างประเทศ และภายในประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในช่วงที่รอดำเนินการแผนการพัฒนาต่างๆ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 Airport Service Capacity ยุทธศาสตร์ที่ 4 Intelligent Service และยุทธศาสตร์ที่ 5 Aero Business กลยุทธ์เชิงรับกลยุทธ์ที่ 1 ทบทวนมาตรการที่ใช้กับสายการบินที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบในลานจอดหรือไม่ปฏิบัติตามแผนการจัดหลุมจอดอากาศยาน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 4 Intelligent Service กลยุทธ์เชิงรับกลยุทธ์ที่ 2 ทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างท่าอากาศยาน และสายการบินพิจารณาสนามบินอื่นเป็นฐานการบินเพื่อลดความหนาแน่นของอากาศยานที่จอดค้างคืนที่ท่าอากาศยานดอนเมือง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 Airport Service Capacity และยุทธศาสตร์ที่ 4 Intelligent Service และกลยุทธ์เชิงรับกลยุทธ์ที่ 3 ใช้โอกาสในช่วงที่สายการบินส่วนใหญ่มีจำนวนเที่ยวบินน้อยลงเนื่องจากสถานการณ์ไม่ปกติปรับปรุงอุปกรณ์สำหรับให้บริการให้มีความทันสมัยมากขึ้น จะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของ ทอท. ยุทธศาสตร์ที่ 2 Airport Service Capacity และ ยุทธศาสตร์ที่ 5 Aero Business (ท่าอากาศยานไทย, 2563ก : 20 – 28, 82 - 95)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัย ท่าอากาศยานดอนเมือง และผู้ให้บริการธุรกิจท่าอากาศยานอื่นสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์เป็นต้นแบบในการวิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยาน และกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานของตนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้สถาบันการศึกษาสามารถนำข้อมูลบางส่วนไปใช้กับหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่าอากาศยานให้มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานท่าอากาศยานดอนเมืองในสถานการณ์ปกติ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงกลยุทธ์การบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานในช่วงสถานการณ์อื่นๆ อาทิเช่น ภัยพิบัติ หรือโรคระบาด เป็นต้น เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการทำการบิน และการหมุนเวียนอากาศยานของสายการบิน ซึ่งจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อปริมาณอากาศยาน และระยะเวลาอากาศยานที่เข้ามาใช้บริการหลุมจอดอากาศยาน เช่น สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ส่งผลให้ปริมาณผู้โดยสารที่เดินทางมีน้อยลง สายการบินจำเป็นต้องจอดอากาศยานค้างเป็นเวลานานเนื่องจากไม่ได้ทำการบินการบริหารจัดการหลุมจอดอากาศยานในช่วงที่มีอากาศยานจอดค้างในปริมาณมากๆ จึงเป็นไปได้ยาก

เอกสารอ้างอิง

จำเนียร จวงตระกูล. (2561). ปัญหาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 1(2), 1 - 21.

ณัฐธินี พรภัทรประเสริฐ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการหลุมจอดอากาศยาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ท่าอากาศยานไทย. (2563ก). *แผนวิสาหกิจของ ทอท. (ปีงบประมาณ 2560 - 2565)* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2563, จาก : https://www.airportthai.co.th/wp-content/uploads/2021/04/แผนวิสาหกิจของ-ทอท.-ปีงบประมาณ-2560-2565-ฉบับทบทวน-1.pdf.

ท่าอากาศยานไทย. (2563ข). *รายงานประจำปี 2562* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2563, จาก : https://corporate.airportthai.co.th/wp-content/uploads/2019/12/AnnualReport2019th.pdf.

พีรวิชญ์ ช่วงโชติ. (2563). *คู่มือและขั้นตอนการปฏิบัติงาน (SOP) มาตรฐานและขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดสรรหลุมจอดอากาศยาน และประตูทางออกขึ้นเครื่อง*. กรุงเทพฯ : ส่วนบริการเขตการบิน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ท่าอากาศยานดอนเมือง. 57 หน้า.

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2558). *มาตรฐานการออกแบบและก่อสร้างสนามบิน พ.ศ. 2556* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2562, จาก : https://www.caat.or.th/th/archives/20069.

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2562). *Did You Know ? Airport Slot หรือ Slot คือ*. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2562, จาก : https://www.caat.or.th/th/archives/39702.

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2563). *รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย พ.ศ. 2562* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2563, จาก : https://www.caat.or.th/wp-content/uploads/2020/06/รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย-พ.ศ.-2562.pdf.

สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2562). *Thailand's MICE Industry Report Aviation & Logistics* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2562, จาก : https:// elibrary.tceb.or.th/getattachment/353221e7-53e9-4cbe-9158-a3dfaae4d4c6/5863.aspx.

CAPA Centre of Aviation. (2018). *Bangkok Don Mueang Airport : World's Largest LCC Airport to Surpass 40 Million Passengers in 2018* [Online]. Retrieved November 16th, 2019, Available : https://centreforaviation.com/analysis/reports/bangkok-don-mueang-airport-worlds-largest-lcc-airport-to-surpass-40-million-passengers-in-2018-397645.

International Air Transport Association. (2014). *World Class Airport - Best Practice* [Online]. Retrieved March 14th, 2020, Available : https://www.iata.org/contentassets/d1d4d535bf1c4ba695f43e9beff8294f/world20class20airports20best20practice.pdf.

Moser, A. and Korstjens, I. (2018) Series: Practical Guidance to Qualitative Research. Part 3 : Sampling, Data Collection and Analysis. *European Journal of General Practice*, 24(1), 9 - 18.

Steuart, G. N. (1974). Position Requirements at Metropolitan Airports. *Transportation Science*, 8(2), 169 – 189.

บุคลานุกรม

ผู้จัดการฝ่ายพิธีการบิน และหัวหน้ากองประสานจัดสรรเวลาการบิน กพท. (ผู้ให้สัมภาษณ์). สราลักษณ์ เรืองหุ่น (ผู้สัมภาษณ์). ที่ สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2563.

ผู้จัดการฝ่ายอำนวยการบิน สายการบินไทยแอร์เอเชีย (ผู้ให้สัมภาษณ์). สราลักษณ์ เรืองหุ่น (ผู้สัมภาษณ์). ที่ ท่าอากาศยานดอนเมือง. เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2563.

ผู้จัดการฝ่ายอำนวยการบิน สายการบินนกแอร์ (ผู้ให้สัมภาษณ์). สราลักษณ์ เรืองหุ่น (ผู้สัมภาษณ์). ที่ ท่าอากาศยานดอนเมือง. เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2563.

ผู้อำนวยการท่าอากาศยานดอนเมือง ทอท. (ผู้ให้สัมภาษณ์). สราลักษณ์ เรืองหุ่น(ผู้สัมภาษณ์). ที่ ท่าอากาศยานดอนเมือง. เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2563.

ผู้อำนวยการฝ่ายวิศวกรรมและซ่อมบำรุงอากาศยาน สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ (ผู้ให้สัมภาษณ์). สราลักษณ์ เรืองหุ่น (ผู้สัมภาษณ์). ที่ ท่าอากาศยานดอนเมือง. เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2563.

ผู้อำนวยการส่วน ส่วนบริการเขตการบิน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ท่าอากาศยานดอนเมือง (ผู้ให้สัมภาษณ์). สราลักษณ์ เรืองหุ่น (ผู้สัมภาษณ์). ที่ ท่าอากาศยานดอนเมือง. เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2563.

ผู้อำนวยการสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (ผู้ให้สัมภาษณ์). สราลักษณ์ เรืองหุ่น (ผู้สัมภาษณ์). ทางโทรศัพท์. เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2563.

รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สายงานยุทธศาสตร์ ทอท. (ผู้ให้สัมภาษณ์). สราลักษณ์ เรืองหุ่น (ผู้สัมภาษณ์). ที่ สำนักงานใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2563.

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์

Marketing Mixed Factors Affecting Decision Making Process of Using Loan Service of Credit Union's Members in Surin Province

จุฑามาศ อุปถัมภ์[1*] ธีรวัตร์ ภูระธีรานรัชต์[2] และ อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์[3]

Juthamard Oupatam[1*], Teerawat Purateeranrath[2] and Ubonwan Suwannapusit[3]

*Corresponding author, e-mail: juthamard.oup@srru.ac.th

Received: May 11th, 2021; **Revised**: July 4th, 2021; **Accepted**: July 5th, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 380 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าที่มีความเชื่อมั่น ทั้งฉบับเท่ากับ 0.969 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 - 50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพเกษตรกรรม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 6 – 10 ปี เมื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ โดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผลศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อของ

[1] นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
Student in Master of Business Administration Program in Business Administration,
Faculty of Management Sciences, Surindra Rajabhat University

[2-3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
Assistant Professor in Master of Business Administration Program in Business Administration,
Faculty of Management Sciences, Surindra Rajabhat University

สหกรณ์ มากที่สุด ได้แก่ ห้องน้ำในสำนักงานสหกรณ์ไม่ค่อยสะอาดเหมือนไม่มีการเช็ดถู และขยะวางไม่เป็นจุด และมีข้อเสนอแนะว่าสหกรณ์ควรมีปฏิทิน หรือของชำร่วยแจกสมาชิกในช่วงเทศกาลต่างๆ

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาด กระบวนการตัดสินใจ สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน

Abstract

The research is to 1) study the opinion of members of credit union cooperatives in Surin province on marketing mix factors 2) study the credit union decision making process of members in Surin province, and 3) study the factors of marketing mix influencing the decision making process to use credit union members in Surin province. The sample was 380 credit union members in Surin province. The tool was a rating scale questionnaire with the reliability of 0.969. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, using multiple regression analysis methods for hypothesis testing. The results of the research were as follows: Most of the sample were female, age 41 - 50 years, lower secondary education, marital status, working in agriculture, average monthly income less than 10,000 Baht, average monthly expense less than 10,000 Baht and cooperative membership period 6 - 10 years. The study of member's opinion of credit union cooperatives in Surin province on marketing mix factors in total were at a high level. The study of the credit union decision making process of members in Surin province in total were at a high level. The marketing mix factors affecting credit union members' credit union decision making process in Surin province found that the factors are price, distribution, promotion, product, personal, physical and presentation, and process significantly affected the credit union members' credit union decision making process in Surin province at statistical level .05. As for the problems and obstacles related to credit services of cooperatives, the most are the bathrooms in the cooperative's office that are not clean, seems they don't clean, garbage is not placed on point and suggested that the cooperatives should have a calendar or a gift to give to members during the various festivals.

Keywords: Marketing Mix, Decision Making Process, Credit Union Cooperative

บทนำ

ในปัจจุบันการดำเนินชีวิตภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกการปรับตัวขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำ ส่งผลให้ระดับราคาสินค้าสูงขึ้น ทำให้ผู้มีรายได้ประจำที่มีรายได้น้อยมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้น นอกจากค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันแล้วยังมีค่าใช้จ่ายที่ต้องสำรองไว้ในกรณีฉุกเฉินต่างๆ ดังนั้น จึงต้องมีการแก้ไขปัญหาด้วยการกู้ยืมเงินจากบุคคลภายนอกหรือสถาบันการเงินนอกระบบ ที่คิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราที่สูงกว่าสถาบันการเงินที่อยู่ในระบบ (ภัทรศยา ขัตตะนัน, 2557 : 42) และสถาบันการเงินในระบบอย่างสหกรณ์ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เป็นที่นิยมในการกู้เงิน เนื่องจากคิดดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราที่ต่ำ ตามประมวลกฎหมายแพ่งและ

พาณิชย์ มาตรา 654 บัญญัติว่า ท่านห้ามมิให้คิดดอกเบี้ยเกินร้อยละ สิบห้าต่อปี ถ้าในสัญญากำหนดดอกเบี้ยเกินกว่านั้น ก็ให้ลดลงมาเป็นร้อยละสิบห้าต่อปี (จงเจริญ กิจสำราญกุล, 2561)

ประเทศไทยมีสหกรณ์ทั้งหมด 7,976 แห่ง จำนวนดังกล่าวมีสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน จำนวน 610 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 7.65 ของสหกรณ์ทั้งหมด (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2563) สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนเป็นสถาบันทางการเงินแห่งหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นสหกรณ์อเนกประสงค์ ตั้งขึ้นโดยความสมัครใจของสมาชิกที่อยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน จัดเป็นองค์กรธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจอื่น เนื่องจากเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร กิจกรรมหลักที่ดำเนินการ คือ การส่งเสริมให้สมาชิกออมทรัพย์ และการรับฝากเงินจากสมาชิกการให้สมาชิกกู้เงินตามความจำเป็น การดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างจากสถาบันการเงินอื่นทั่วไปที่ต้องอาศัยภาพลักษณ์ และคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก หากขาดความเชื่อมั่นจากสมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การดำเนินธุรกิจจะประสบปัญหาในที่สุด การให้สมาชิกกู้เงินหรือธุรกิจสินเชื่อถือว่าเป็นธุรกิจหนึ่งในการช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์ให้มีเงินทุนในการประกอบอาชีพ สามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัว และตอบสนองความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จังหวัดสุรินทร์มีสหกรณ์ทั้งสิ้นจำนวน 95 แห่ง ในจำนวนดังกล่าว มีสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน จำนวน 9 แห่ง สมาชิกจำนวน 14,868 คน สมาชิกมีส่วนร่วมการดำเนินธุรกิจสินเชื่อจำนวน 7,018 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20 (สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสุรินทร์, 2563)

การตลาดเป็นเครื่องมือทางการบริหารและจัดการที่เกี่ยวข้องกับกิจการ และการตลาดมีการพัฒนาเรื่อยมาจากการซื้อขายปกติที่ไม่มีความซับซ้อน จนในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบรวดเร็วและซับซ้อนไปจากเดิมอย่างมาก ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้มีนวัตกรรมทางด้านสินค้าและบริการใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งโอกาสทางการตลาดหรืออุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น การตลาดจึงมีความสำคัญต่อองค์การทั้งองค์การธุรกิจที่แสวงหากำไรโดยการขายสินค้าและบริการ ตลอดจนหน่วยงานของรัฐและองค์การที่ไม่แสวงหากำไรอื่นๆ ได้ตระหนักถึงความสำคัญและให้ความสำคัญต่อการตลาดมากขึ้น (จิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกูล, 2562 : 86) และเครื่องมือการตลาดที่ถูกนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด คือ ส่วนประสมการตลาด เป็นตัวแปรการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้ และสามารถนำมาใช้ร่วมกันหรือนำมาประสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการ สร้างความพึงพอใจ และความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552 : 63 – 81) จิตราพร ลดาดก (2559 : 65) สมบัติ แหวนวงศ์ และเกียรติชัย เวษฎาพันธุ์ (2560 : 227) สมปอง ประดับมุข (2560 : 78) อริญชย์ ณ ระนอง และวุฒิศักดิ์ เจริญวงศ์มิตร (2561 : 74) ฟาริดา ยุมาดีน และกิตติ แก้วเขียว (2562 : 53 - 54) และถ้าส่วนประสมการตลาดดีจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ซึ่งการตัดสินใจซื้อของลูกค้าจะประกอบไปด้วยขั้นตอนการตัดสินใจซื้อต่อไป ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมของอดุลย์ จาตุรงคกุล (2543 : 160 - 166) วจนะ ภูผานี (2555 : 11) จารุวรรณ วิจิตรวงศ์วาน (2556 : 118) ชญาภา บุญมีพิพิธ (2556 : 109) โรจวรรณ รัตนลีลา (2556 : 90 - 95) โศภิตสุภางค์ กุณวงศ์ (2556 : 57) สุนทร คำเอม (2556 : 78 - 81) ประสพโชค สิทธิยากรณ์ (2557 : 17)

จากข้อมูลดังกล่าว ภายใต้ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก การปรับตัวขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำ มีการแก้ไขปัญหาด้วยการกู้ยืมเงินจากแหล่งต่างๆ และสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนเป็นทางเลือกหนึ่งในการให้บริการสินเชื่อแก่สมาชิก ประกอบกับ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กำหนดเกณฑ์ประเมินความเข้มแข็งของสหกรณ์ด้านความสามารถในการให้บริการสมาชิก เป็นการประเมินว่าสหกรณ์มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บริการแก่สมาชิกในด้านต่างๆ เกณฑ์ขั้นต่ำ สมาชิกร่วมทำธุรกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์มีความจำเป็นต้องศึกษาถึงเครื่องมือทางการ

บริหารและจัดการส่วนประสมการตลาด เพื่อให้สหกรณ์บรรลุวัตถุประสงค์ ผ่านเกณฑ์การประเมินความเข้มแข็งของสหกรณ์ สมาชิกมีเงินทุนหมุนเวียน ตอบสนองความต้องการของสมาชิกแต่ละคน และสมาชิกได้รับประโยชน์สูงสุดจากการตัดสินใจใช้บริการ และเพื่อใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ รับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความซับซ้อนของธุรกิจ ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำข้อมูลที่จะได้จากการศึกษาเป็นแนวทางแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ ตอบสนองความต้องการของสมาชิก สร้างกระบวนการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และให้บรรลุเกณฑ์การจัดระดับความเข้มแข็งของสหกรณ์ตามที่กรมส่งเสริมสหกรณ์กำหนดด้านความสามารถในการให้บริการสมาชิก สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจได้ตรงตามความต้องการของสมาชิก และสร้างความกินดีอยู่ดีของสมาชิกสหกรณ์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

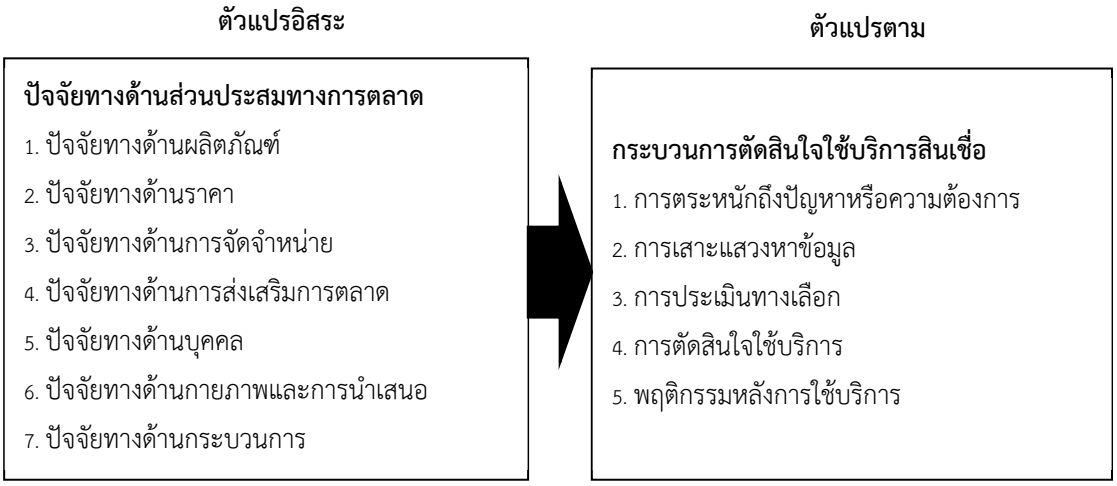
1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลทางบวกต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์อยู่ในระดับสูง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ มีกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 337 - 339) ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางด้านบุคคล ปัจจัยทางด้านกายภาพและการนำเสนอ และปัจจัยทางด้านกระบวนการ สำหรับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อใช้แนวคิดของ อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543 : 160 - 166) ประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ การเสาะแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมหลังการใช้บริการ สามารถอธิบายดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ สมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่ใช้บริการสินเชื่อ 8 แห่ง ได้แก่ สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนคอโค จำกัด สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนดาราธิวาสขนาดมอญ จำกัด สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนตระแสง จำกัด สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนเขวาสินรินทร์ จำกัด สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนพนักงานเอชบีไอสุรินทร์ จำกัด สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนบ้านโสน จำกัด สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนนครสังขะ จำกัด สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนศรีณรงค์ จำกัดรวมทั้งสิ้น 7,018 คน (สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสุรินทร์, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากร ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic random sampling) โดยสุ่มแบบเป็นช่วงๆ จากผู้มาใช้บริการทุกๆ 18 คน สุ่มมา 1 คน และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของทาโร่ยามาเน่ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 380 คน สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างของแต่ละสหกรณ์ตามจำนวนสมาชิกของผู้มาใช้บริการ ดังนี้ สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนคอโค จำกัด 137 คน สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนดาราธิวาสขนาดมอญ จำกัด 120 คน สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนตระแสง จำกัด 61 คน สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนเขวาสินรินทร์ จำกัด 23 คน สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนพนักงานเอชบีไอสุรินทร์ จำกัด 18 คน สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนบ้านโสน จำกัด 10 คน สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนนครสังขะ จำกัด 6 คน และสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนศรีณรงค์ 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ

ตอนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ การเสาะแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์

การสร้างแบบสอบถามและการหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์จากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา จากนั้นสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับร่างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ ทำการแก้ไขและส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปมาใช้งาน จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Co-efficient alpha - α) ของครอนบราค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.967 และหาค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรอิสระ คือ ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.970 และตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.885

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 คน กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 1 – 28 ธันวาคม 2563 เมื่อได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว จึงนำแบบสอบถามไปลงรหัสเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

2. ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

3. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สำหรับการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ นอกจากนี้ได้ทดสอบสมมติฐานและทำการพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ผลการศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ผลการวิจัยจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	132	34.7
หญิง	248	65.3
รวม	380	100.0
อายุ		
20 - 25 ปี	15	3.9
26 – 30 ปี	35	9.2
31 – 35 ปี	75	19.7
36 – 40 ปี	57	15.0
41 – 50 ปี	170	44.7
51 – 60 ปี	20	5.3
60 ปี ขึ้นไป	8	2.2
รวม	380	100.0
การศึกษาสูงสุด		
ระดับประถมศึกษา	108	28.4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	153	40.3
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	34	8.9
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	78	20.5
ระดับปริญญาตรี	5	1.3
ระดับปริญญาโท	2	0.6
รวม	380	100.0
สถานภาพ		
โสด	85	22.4
สมรส	259	68.1
หม้าย (หย่าร้าง)	24	6.3
ม่าย (คู่ชีวิตเสียชีวิต)	12	3.2
รวม	380	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
เกษตรกรรม	294	77.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5	1.3
พนักงานเอกชน	18	4.7
รับจ้างทั่วไป	63	16.6
รวม	380	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	293	77.1
10,000 – 15,000 บาท	72	18.9
15,001 – 20,000 บาท	8	2.1
20,0001 – 30,000 บาท	7	1.9
รวม	380	100.0
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	248	65.2
10,000 – 15,000 บาท	115	30.3
15,001 – 20,000 บาท	10	2.6
20,0001 – 30,000 บาท	7	1.9
รวม	380	100.0
ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์		
ต่ำกว่า 1 ปี	6	1.6
1 ปี – 2 ปี	13	3.4
3 ปี – 5 ปี	102	26.8
6 ปี – 10 ปี	245	64.5
10 ปีขึ้นไป	14	3.7
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 ราย (คิดเป็นร้อยละ 65.3) อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 170 ราย (คิดเป็นร้อยละ 44.7) การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 153 ราย (คิดเป็นร้อยละ 40.3) สถานภาพสมรส จำนวน 259 ราย (คิดเป็นร้อยละ 68.1) อาชีพเกษตรกรรม จำนวน 294 ราย (คิดเป็นร้อยละ 77.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 293 ราย (คิดเป็นร้อยละ 77.1) และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 248 ราย (คิดเป็นร้อยละ 65.2) ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 6 ปี – 10 ปี จำนวน 245 ราย (คิดเป็นร้อยละ 64.5)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.06	0.54	มาก
2. ด้านราคา	3.94	0.63	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.87	0.57	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.74	0.88	มาก
5. ด้านบุคคล	3.97	0.50	มาก
6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ	3.81	0.62	มาก
7. ด้านกระบวนการ	4.17	0.41	มาก
รวม	3.85	0.48	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการ ($\bar{x}$ = 4.17) รองลงไป 3 ลำดับ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล และด้านราคา ($\bar{x}$ = 4.06, 3.97 และ 3.94) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}$ = 3.74)

ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัยดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์

กระบวนการตัดสินใจ	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ	3.63	0.86	มาก
2 การเสาะแสวงหาข้อมูล	3.75	0.85	มาก
3. การประเมินทางเลือก	3.86	0.70	มาก
4. การตัดสินใจใช้บริการ	3.20	0.84	ปานกลาง
5. พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ	4.29	0.48	มาก
รวม	3.74	0.52	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ ($\bar{x}$ = 4.29) รองลงไป ได้แก่ การประเมินทางเลือก การเสาะแสวงหาข้อมูล และการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ($\bar{x}$ = 3.86, 3.75 และ 3.63) ตามลำดับ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการ ($\bar{x}$ =3.20)

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์

จากสมมติฐานการวิจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลทางบวกต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์อยู่ในระดับสูง สามารถวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสำหรับการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์

กระบวนการตัดสินใจ	ส่วนประสมการตลาด	b	SE_b	β	t
a = 2.332					11.191*
	ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	.550	.052	.571	10.649*
	ด้านราคา (X_2)	.938	.051	1.141	18.495*
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	.600	.067	.657	8.945*
	ด้านส่งเสริมการตลาด (X_4)	.146	.035	.246	4.137*
	ด้านบุคคล(X_5)	.433	.060	.422	7.208*
	ด้านกายภาพและการนำเสนอ (X_6)	.228	.063	.273	3.605*
	ด้านกระบวนการ (X_7)	.208	.071	.164	2.929*
	n = 380 a = 2.332: SE_{est} = ±.318				
	R = .796, R^2 = .634 ; Adjusted R^2 = .627 ; F = 92.163* ; α = .05				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการศึกษาระดับการส่งผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ มีการส่งผลอยู่ในระดับสูง ค่า R มีค่าเท่ากับ .796 คิดเป็นร้อยละ 79.6 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± .318 เมื่อทดสอบแล้วพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 7 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (β = .571) ปัจจัยด้านราคา (β = 1.141) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (β = .657) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (β = .246) ปัจจัยด้าน

บุคคล (β = .422) ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ (β = .273) และปัจจัยด้านกระบวนการ (β = .164) โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ด้านราคา

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม (Y) ในรูปคะแนนมาตรฐานได้เป็นดังนี้

$$Y = .571X_1 + 1.141X_2 + .657X_3 + .246X_4 + .422X_5 + .273X_6 + .164X_7$$

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด มากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ เนื่องจากสหกรณ์มีกระบวนการให้บริการสมาชิกที่ไม่ซ้ำซ้อน สหกรณ์มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ตามขั้นตอนการให้บริการ และเจ้าหน้าที่จะคอยแนะนำขั้นตอนให้แก่สมาชิกได้รับทราบ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัควี คำมณี (2559 : 7 - 10) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่ออเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนนางลิ้นจี่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เป็นปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากธนาคารธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนนางลิ้นจี่ มีการบริหารจัดการการให้บริการที่รวดเร็ว และขั้นตอนในการให้บริการสะดวกไม่ซ้ำซ้อน ส่วนความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด น้อยที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องมาจากสหกรณ์ไม่มีของที่ระลึกให้สมาชิกในช่วงเทศกาลต่างๆ อย่างเช่นธนาคารหรือบริษัท สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังมีขนาดเล็กสมาชิกเข้ามาติดต่อใช้บริการปีละครั้ง มีทุนไม่เพียงพอในการซื้อของที่ระลึกให้แก่สมาชิก ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญาภา บุญมีพิพิธ (2556 : 71) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินเขตบางแค ปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องมาจากธนาคารมีทีมงานประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ยังไม่ทั่วถึง ทำให้ลูกค้าไม่สามารถรับรู้การส่งเสริมการตลาดของธนาคารได้ทั้งหมด

2. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ มากที่สุดได้แก่ พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ เนื่องจากว่าสมาชิกมีความพึงพอใจในการให้บริการของสหกรณ์ และไม่อยากมีประวัติการผิดนัดจึงเข้ามาติดต่อใช้บริการกับสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉกาชาต สุขโพธิ์เพ็ชร์ (2558 : 69) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อกอล์ฟ ออล สตาร์ กอล์ฟ คอมเพล็กซ์ กระบวนการตัดสินใจ พบว่า ความพึงพอใจหลังจากที่ได้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ออล สตาร์ กอล์ฟ คอมเพล็กซ์ เป็นปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องมาจากสนามฝึกซ้อมให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ จึงทำสนใจกลับมาใช้บริการที่สนามฝึกซ้อมอีกครั้ง ส่วนกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ น้อยที่สุดได้แก่ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากมีที่จอดรถสะดวกสบาย เป็นเพราะที่ตั้งสำนักงานมีที่

จอดรถไม่เป็นสัดส่วนที่จอดรถทั้งมอเตอร์ไซด์ และรถยนต์ต้องไปจอดด้านหลังสำนักงาน มีทางเข้าออกที่จอดรถเพียงทางเดียว ทำให้ไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรพร จันทร์เทวาลิขิต และคณะ (2558 : 14) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อตู้เย็นเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการตัดสินใจ ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ เป็นปัจจัยอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครให้เกณฑ์ในการเลือกซื้อตู้เย็นเพื่อสิ่งแวดล้อมตามความพึงพอใจของตนเองมากที่สุด หากบริษัทที่ผลิตหรือร้านที่จำหน่ายมีการจัดรายการโปรโมชั่นต่างๆ ในระหว่างที่ผู้บริโภคเลือกซื้ออยู่นั้นจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อในทันที

3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา มีระดับการส่งผลมากที่สุด รองลงไปได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ อยู่ในระดับสูง เพราะว่าส่วนประสมการตลาดเป็นหัวใจในดำเนินธุรกิจ และสหกรณ์ส่งเสริมสนับสนุนสมาชิกเป็นอย่างดี แต่เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านราคา มากที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญเนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำทั้งในกรณีผิดนัดชำระ และกรณีผ่อนชำระปกติ จำนวนเงินงวดในการผ่อนชำระเหมาะสม สหกรณ์จัดระดับชั้นอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาในการผ่อนชำระให้สมาชิกอย่างเหมาะสม และอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอใช้บริการต่ำ จึงเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่จูงใจให้สมาชิกตัดสินใจใช้บริการ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการ เนื่องจากสหกรณ์มีขั้นตอนในการให้บริการไม่ซ้ำซ้อน ระบบการรับชำระเงินกู้และขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ หะหลีม ผอมเกื้อ (2560 : 86) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลาม กรณีศึกษา สหกรณ์อิสลามอัศศิดดีก จำกัด จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 P’s (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์อิสลามอัศศิดดีก จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สหกรณ์ควรกำหนดวงเงินของสินเชื่อแต่ละประเภทให้ครอบคลุมและอยู่ภายใต้จำนวนเงินในภาพรวม เพื่อให้สมาชิกเข้ามาใช้บริการได้ทุกสินเชื่อแต่ละประเภทได้

2. สหกรณ์ควรกำหนดระยะเวลา และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจหรือสถานการณ์โรคระบาด เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระในช่วงวิกฤตของสมาชิกสหกรณ์

3. สหกรณ์ควรคำนึงถึงความสะอาดรอบบริเวณของสำนักงานสหกรณ์ รวมถึง ห้องน้ำ ถังขยะ เก้าอี้ให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อความปลอดภัย ความสะอาดปราศจากเชื้อโรคของทั้งสมาชิก พนักงาน และคณะกรรมการดำเนินการ

4. สหกรณ์ควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์อย่างน้อย 4 ช่องทาง อาทิ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ไลน์ เฟสบุ๊ค และเว็บไซต์สหกรณ์

5. สหกรณ์ควรให้พนักงานฝ่ายสินเชื่อ และคณะกรรมการดำเนินงาน ลงพื้นที่ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาติดตามการชำระหนี้ อย่างน้อยปี 2 ครั้ง และต้องสนับสนุนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ของพนักงานฝ่ายสินเชื่อ และคณะกรรมการดำเนินงานอย่างจริงจัง เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในรูปแบบต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

6. สหกรณ์ต้องคำนึงถึงเครื่องมือคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกแก่สมาชิก อาทิ การใช้โปรแกรมบัญชี เนื่องจากบางสหกรณ์ยังไม่มีโปรแกรมการทำบัญชีมาใช้ในการปฏิบัติงานทำให้งานล่าช้า และยังปฏิบัติงานด้วยการเขียน อาจเกิดข้อผิดพลาดได้ง่ายกว่าคอมพิวเตอร์

7. สหกรณ์ควรมีคำจำกัดความ กระบวนงานและระยะเวลาในการปฏิบัติงานติดไว้ที่บอร์ดประชาสัมพันธ์เพื่อให้สมาชิกได้ศึกษา และเรียนรู้กระบวนงานก่อนเข้าใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ เนื่องจากคณะกรรมการสหกรณ์มีระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเพียง 2 วาระ วาระละ 2 ปี จึงต้องสลับเปลี่ยนกันปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลการพัฒนาการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นผลดีต่อสหกรณ์

2. ควรศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการติดตามการรับชำระหนี้ของสมาชิก เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและสมาชิกมีหนี้สินหลายทาง รวมถึงการกู้เงินทำได้หลากหลายวิธี สหกรณ์จึงควรศึกษาปัญหาหนี้ค้างชำระอย่างจริงจัง เพื่อนำผลการศึกษามาแก้ไขปัญหาที่เกิดกับธุรกิจสินเชื่อได้อย่างตรงจุด

3. ควรศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาบุคลากรของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากบุคลากรในสหกรณ์มีความสำคัญ และเป็นตัวขับเคลื่อนสหกรณ์ให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้นการต้องพัฒนาบุคลากรจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสหกรณ์เป็นอย่างมาก

4. ควรศึกษาเรื่องระบบสนับสนุนการตัดสินใจด้านการวางแผนของผู้บริหารในสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อหาทางแก้ไขปัญหาด้านการวางแผนการบริหารงาน และการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากคณะกรรมการสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความชำนาญในการเรื่องการวางแผนบริหาร ดังนั้นระบบที่ดีจะช่วยให้การวางแผนของผู้บริหารได้ ทั้งในเรื่องของเอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

5. ควรศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำผลการศึกษาแรงจูงใจของสมาชิกมาพัฒนาและปรับปรุงสหกรณ์ให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากสมาชิกเมื่อมีความต้องการใช้บริการธุรกิจกับสหกรณ์แล้ว สมาชิกจะประเมินทางเลือกในการมาใช้บริการกับสหกรณ์แห่งนั้นๆ เป็นอันดับแรก

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2563). *จำนวนสหกรณ์ทั้งหมดในประเทศไทย แยกตามประเภทสหกรณ์ ปี 2554 - 2563 (ธ.ค 2554 - ธ.ค. 2563)* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2563, จาก : https://drive.google.com/file/d/13csUn7iHD_gDalzRAH_l5NcgH3wlbTAL/view.

จงเจริญ กิจสำราญกุล. (2561). *เรียกดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนด เป็นความผิดอาญาแผ่นดินอันยอมความไม่ได้* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 27 กันยายน 2563, จาก : https://www.025798899.com/news/1769.

จารุวรรณ วิจิตรวงศ์วาน. (2556). *การตัดสินใจของผู้บริหารกับการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิตราพร ลดาดก. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ(7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

จิรพร จันทร์เทวาลิขิต, มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ, ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล. (2558). กระบวนการตัดสินใจซื้อตู้เย็นเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม,* 14(2), 10 - 17.

จิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกูล. (2562). หน่วยที่ 8 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาด. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการเงิน การตลาด และดำเนินงาน*, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ฉกาชาต สุขโพธิ์เพ็ชร์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อกอล์ฟ ออล สตาร์ กอล์ฟ คอมเพล็กซ์.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชญาภา บุญมีพิพิธ. (2556). *พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ใช้บริการธนาคารอมมสินเขตบางแค.* การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ.* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น. 206 หน้า.

ประสพโชค สิทธิยากรณ์. (2557). *การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้งานกล่องรับสัญญาญดิจิตอลทีมี CTH ในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ฟาริดา ยุมาดีน และกิตติ แก้วเขียว. (2562). ส่วนประสมการตลาดบริการ และคุณภาพบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม,* 9(2), 53 – 64.

ภัทรศยา ขัตตะนัน. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงใหม่.* การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

โรจวรรณ รัตนลีลา. (2556). *ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ส่วนประสมการตลาด 3F's การสร้างความแตกต่าง และการบูรณาการผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วจนะ ภูผานี. (2555). *การตัดสินใจของผู้บริโภค.* เอกสารประกอบการสอน. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ล.

โศภิตสุภางค์ กุณวงศ์. (2556). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจใช้บริการสวนสนุกในประเทศไทย. *วารสารจันทรเกษมสาร*, 19(37), 57 – 66.

สมบัติ แหวนวงศ์ และเกียรติชัย เวษฎาพันธุ์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ของลูกค้าในจังหวัดปทุมธานี. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 6(2), 227 – 236.

สมปอง ประดับมุข. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสุรินทร์. (2563). *จำนวนสหกรณ์และจำนวนสมาชิกสหกรณ์* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2563, จาก : https://web.cpd.go.th/surin/index.php?option=com_content&view=article&id=163&Itemid=548.

สุนทร คำเอม. (2556*). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

สุภัควี คำมณี. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่ออเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนนางลิ้นจี่* [ออนไลน์]**.** ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2564, จาก : http://61.19.238.50/StudentServe/input/thesis/[1][010518122244].pdf.

หะหลีม ผอมเกื้อ. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลาม กรณีศึกษา : สหกรณ์อิสลามอัศศิดดีก จำกัด จังหวัดสงขลา.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 461 หน้า**.**

อริญชย์ ณ ระนอง และวุฒิศักดิ์ เจริญวงศ์มิตร (2561). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็กกรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์,* 2(2), 74 – 78.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และความภักดีของลูกค้า : ข้อมูลป้อนกลับจากบทรีวิวโดยลูกค้าลาซาด้า

Online Marketing Mix Factors and Customer Loyalty: Feedback from Lazada's Customer Reviews

สมเกียรติ ภู่พัฒน์วิบูลย์[1*]

Somkiet Poopatwiboon[1*]

*Corresponding author, e-mail: somket.p@msu.ac.th

Received: August 21th, 2021; **Revised**: October 13th, 2021; **Accepted**: October 14th, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงบูรณาการระหว่างศาสตร์ทางการตลาดและภาษาศาสตร์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาโครงสร้างของบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า 2) เพื่อค้นหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และความภักดีในสินค้าและบริการของลูกค้าที่ปรากฏในบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า และ 3) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีของลูกค้าที่ปรากฏในบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า ประชากรในงานวิจัยนี้ ได้แก่ บทรีวิวสินค้าและบริการของลูกค้าลาซาด้า กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงจากบทรีวิวหน้ากากอนามัยแบบใช้แล้วทิ้ง จำนวนทั้งสิ้น 1,500 รายการ จากเว็บเพจสินค้าและบริการ 3 เว็บเพจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และความภักดีของลูกค้าโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป งานวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ และร้อยละ ผลการศึกษา พบว่า โครงสร้างของบทรีวิวโดยผู้บริโภคมีลักษณะเป็นข้อความสั้นๆ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการโดยเฉลี่ย 2.3 ด้านต่อบทรีวิว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ปัจจัย เรียงลำดับตามความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคล ในส่วนของความภักดีในสินค้าและบริการ ผลการวิจัยพบว่า ความภักดีที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำได้รับการรีวิวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การแนะนำสินค้าและบริการ และการเล่าประวัติการซื้อสินค้าและบริการ ตามลำดับ ผลการวิจัยในครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความภักดีของลูกค้า บทรีวิวโดยผู้บริโภค ลาซาด้า

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันตกและภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Assistant Professor in Department of Western Languages and Linguistics, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University

Abstract

This study is an integration between marketing science and linguistics which aimed 1) to investigate the structure of customer reviews by Lazada's customers, 2) to find the online marketing mix factors and customer loyalty in the products and services in the customer reviews of Lazada, and 3) to prioritize the online marketing mix factors and customer loyalty displayed in the customer reviews of Lazada. The samples were obtained from a purposive sampling of the customer reviews of disposable face masks from three web pages of products and services, totaling 1,500 items. The tool used in the research was a computer program for table analysis of online marketing mix and customer loyalty. This research used descriptive statistics, including mean, frequency, and percentage. The study found that the structure of consumer reviews was short, with positive and negative attitudes. It consisted of online marketing mix factors and customer loyalty towards products and services, averaging 2.3 aspects per review. Six online marketing mix factors arranged in descending order of importance were the product, process, integrity, price, promotion, and personalization. The results showed that customer loyalty influencing repeat purchases received the most reviews, followed by referrals and purchase history of goods and services. The results of this research will help develop an online business to meet customers' needs.

Keywords: Online Marketing Mix Factors, Customer Loyalty, Customer Reviews, Lazada

บทนำ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงบูรณาการระหว่างศาสตร์ทางการตลาดและภาษาศาสตร์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจออนไลน์จากข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในสินค้าและบริการจากบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า ในมุมมองของลูกค้าธุรกิจออนไลน์ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความพึงพอใจ การรับรู้คุณภาพสินค้าและบริการ และประสบการณ์การซื้อของลูกค้ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ (purchase decision) ในทางปฏิบัติตามขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ลูกค้าธุรกิจออนไลน์จำนวนมากนิยมแสวงหาข้อมูล (information search) จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง อาทิ เว็บเพจสินค้าและบริการ และข้อมูลจากการบอกต่อในลักษณะต่างๆ รวมถึงบทรีวิวโดยผู้บริโภคมาประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives) ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ (อรุโณทัย ปัญญา, 2562 : 26 - 27) ด้วยเหตุผลนี้ บทรีวิวโดยผู้บริโภคจึงมีความสำคัญในฐานะข้อมูลป้อนกลับที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อ (purchase intention) การซื้อซ้ำ (repurchasing) และการส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก (mouth – to - mouth marketing) หรือตลาดแบบบอกต่อ (viral marketing) ตัวอย่างเช่น การสำรวจข้อมูลในเว็บเพจสินค้าออนไลน์ในแพลตฟอร์มลาซาด้า พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญของบทรีวิวโดยผู้บริโภคประกอบด้วยข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความพึงพอใจของลูกค้าในรูปของความภักดีในสินค้าและบริการ

งานวิจัยเกี่ยวกับการรีวิวสินค้าและบริการส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาเปรียบเทียบรูปแบบการรีวิวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ตัวอย่างงานวิจัยเช่น จิราภา พึ่งบางกรวย (2563 : 117 - 118) แพรวไพลิน มณีขัติย์ และพรพรหม สุธาทร (2563 : 602 - 604) เป็นต้น

ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อพิสูจน์สมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อและการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ กรรณิการ์ ชัยอำนาจ และกฤษฎา มูฮัมหมัด (2563 : 965 - 966) ณัฐกานต์ กองแก้ม (2559 : 64) เปรมกมล หงส์ยนต์ (2562 : 45) พัชราภรณ์ เมธีการย์ (2561 : 59) มณีรัตน์ รัตนพันธ์ (2558 : 145 - 146) โยษิตา นันทิภาคย์ และคม คัมภิรานนท์ (2563 : 131 - 139) วริศรา สู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์ (2563 : 99 - 100) วันดี รัตนกายแก้ว (2544 : 64) สุจรรยา น้ำทองคำ (2558 : 85 - 86) สุธาทิพย์ ทั่วจบ (2562 : 199 - 204) และ เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล (2560 : 38 - 66)

สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยทั้ง 2 กลุ่มข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาพฤติกรรมที่เป็นผลสืบเนื่องจากความภักดีของลูกค้าในสินค้าและบริการ อาทิ งานวิจัยของ คฑาวุธ เจียมบัว และสันติธร ภูริภักดี (2563 : 50) นอกจากนี้ งานวิจัยที่ผ่านมายังให้ความสำคัญกับการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการซื้อกับความภักดี อาทิ งานวิจัยของ ศิวานนท์ จันทรประวัติ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์ (2562 : 60) และ Binsar Kristian and Panjaitan (2014 : 148 - 149)

นอกจากการศึกษาเชิงปริมาณแล้ว งานวิจัยจำนวนหนึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือการวิจัยที่สำคัญได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (in - depth interview) กลุ่มสนทนา (focus group) และการวิเคราะห์บทรีวิว เช่น งานวิจัยของ นภัสสร แย้มอุทัย (2558 : 31 - 65) ปรีชา วรารัตน์ไชย (2562 : 113) และ ภาวิตา ไอยวริญญ์ (2561 : 35 - 55) เป็นต้น

การวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับการรีวิว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความภักดีของลูกค้าในสินค้าและบริการได้เพิ่มพูนองค์ความรู้เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางธุรกิจออนไลน์ อย่างไรก็ตาม องค์ความรู้ในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ที่นำไปสู่ความภักดีในสินค้าและบริการของลูกค้าธุรกิจออนไลน์ในหลายประเด็นยังท้าทายให้มีการศึกษาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) การจำแนก (classification) และจัดกลุ่ม (categorization) ตามแนวทางภาษาศาสตร์พรรณนา (descriptive linguistics) และให้ความสำคัญกับการศึกษาปัจจัยทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในสินค้าและบริการของลูกค้าลาซาด้าจากบทรีวิวโดยผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างของบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า
2. เพื่อค้นหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในสินค้าและบริการที่ปรากฏในบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า
3. เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ปรากฏในบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย

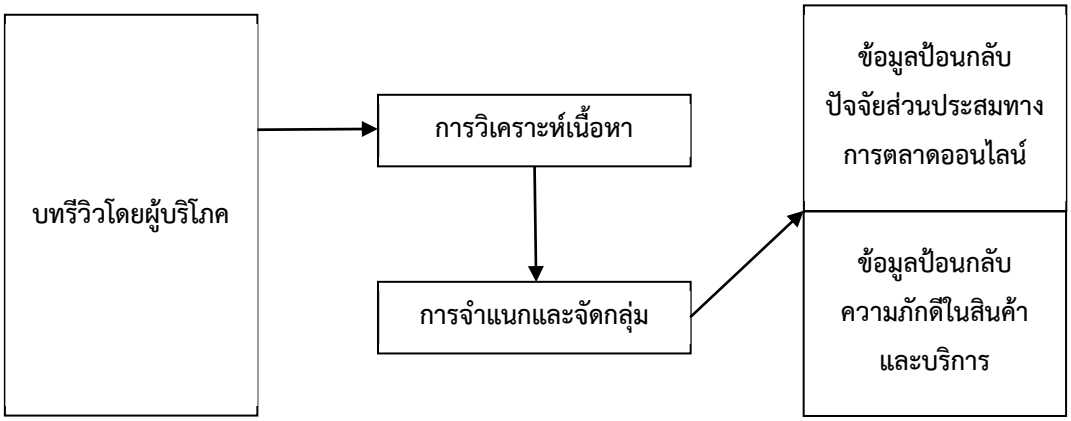
การรีวิวสินค้าและบริการ หมายถึง การให้ข้อมูล และประเมินสินค้าและบริการผ่านช่องทางต่างๆ ในส่วนของธุรกิจออนไลน์ บทรีวิวมีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้าให้เข้าชม และใช้เวลาในเว็บเพจสินค้าและบริการที่ตั้งใจซื้อ ตลอดจนสร้างกลุ่มของนักซื้อที่มีความสนใจในสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกัน (Mudambi and Schuff, 2010 : 186) การศึกษาวิจัยบทรีวิวสินค้าและบริการจำแนกบทรีวิวไว้หลากหลาย อาทิ บทรีวิวที่ได้รับการสนับสนุนจากตราสินค้า (sponsored reviews) บทรีวิวโดยผู้บริโภค (customer reviews) (นภัสสร แย้มอุทัย, 2558 : 2 - 3) และบทรีวิวโดยผู้เชี่ยวชาญ (reviews from experts) (Mudambi and Schuff, 2010 : 185) บทรีวิวที่ได้รับการสนับสนุนจากตราสินค้ากล่าวถึงคุณสมบัติที่โดดเด่นของสินค้าและบริการ มีเนื้อหาและภาษาที่กระชับ กระตุ้นให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและบริการ และตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด บทรีวิวโดยผู้บริโภคเสนอข้อมูลป้อนกลับที่เกิดจากการรับรู้คุณภาพบริการ (perceived service quality) และประสบการณ์ของลูกค้าในสินค้าที่ตัดสินใจซื้อ มีลักษณะเป็นข้อความสั้นๆ ที่ผู้รีวิวนำเสนอ (user - generated content) ในเวลาที่รวดเร็ว เป็นบทรีวิวที่แสดงอารมณ์ของการรับรู้คุณภาพสินค้าและบริการของผู้รีวิวในช่วงเวลานั้นๆ มีขั้นตอนการรีวิวที่ไม่ซับซ้อน สะท้อนความรู้สึกของผู้รีวิวอย่างตรงไปตรงมา ดังนั้น บทรีวิวสินค้าออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้อ่านรีวิวอย่างเป็นรูปธรรม (Kim *et al.*, 2017 : 1) บทรีวิวโดยผู้เชี่ยวชาญใช้ผู้ที่มีชื่อเสียงชักชวนให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผ่านสื่อที่หลากหลาย อาทิ สื่อโฆษณาสาธารณะ เว็บเพจ หรือบล็อกส่วนตัว ยูทูป (YouTube) และสื่อสังคมออนไลน์ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับบทรีวิวโดยผู้บริโภคที่เป็นข้อมูลป้อนกลับที่แสดงให้เห็นความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีของสินค้าและบริการของลาซาด้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ที่ผู้ประกอบการใช้เป็นตัวเลือกเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม McCarthy’s version หรือเป็นที่รู้จักในนาม 4Ps ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (placement) และด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) (Dominici, 2009 : 17) เมื่อรูปแบบธุรกิจปรับเปลี่ยนให้มีความหลากหลายมากขึ้น ผู้ประกอบการได้คำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ เพื่อนำไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจที่มีการประกอบการที่แตกต่างกัน อาทิ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (services marketing mix) ได้เพิ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากปัจจัยดั้งเดิม 4 ด้าน (4Ps) เป็น 7 ด้าน (7Ps) อีก 3 ปัจจัย (extended 3Ps) ได้แก่ ด้านบุคลากร (people) ด้านกระบวนการให้บริการ (process) และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (physical evidence) (Pogorelova *et al.*, 2016 : 6746 - 6747) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจะแตกต่างกันตามลักษณะ และข้อจำกัดของตลาด อาทิ Akroush (2011 : 137 - 140) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะกับประเทศจอแดนมี 5 ด้าน (5Ps) ประกอบด้วยปัจจัยดั้งเดิม 4Ps และปัจจัยด้านบุคลากร (people) ในส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในงานวิจัยที่ผ่านมามี 6 ด้าน (6Ps) โดยเพิ่มปัจจัยส่วนประสมการตลาดจากปัจจัยดั้งเดิม 4Ps อีก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (privacy) และด้านการให้บริการส่วนบุคคล (personalization) (รวิภา สู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์, 2564 : 71 - 72; เสาวณีย์ ศรีจันทร์อิน, 2560 : 5; อรุโณทัย ปัญญา, 2562 : 7)

ความภักดีของลูกค้าเป็นพฤติกรรมสุดท้ายในกระบวนการซื้อสินค้า ก่อนที่จะเริ่มวงจรการซื้อสินค้าและบริการครั้งต่อไป ความภักดีของลูกค้าเกิดจากความพึงพอใจที่เกินความคาดหวังก่อนการซื้อ (ศิวานนท์ จันทรประวัติ

และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์, 2562 : 64) Binsar Kristian and Panjaitan (2014 : 148 - 149) กล่าวว่า ความภักดีในสินค้าและบริการเป็นผลมาจากความพึงพอใจในคุณภาพบริการโดยรวม (total service quality) การวัดและประเมินคุณภาพบริการและความคาดหวังของลูกค้าตามแนวทาง SERVQUAL ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ (reliability) 3) การตอบสนองความต้องการ (responsiveness) 4) การสร้างความมั่นใจ (assurance) และ 5) ความใส่ใจผู้รับบริการ (empathy) (Parasuraman *et al*., 1988 : 23) ความภักดีของลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมตั้งใจซื้อ (behavioral intentions) ที่แสดงออกโดยการพูดเชิงบวก การแนะนำสินค้าและบริการ และการต้องการร่วมทำธุรกิจต่อไป หรือความต้องการซื้อซ้ำ (Zeithaml *et al*., 1996 : 38) นอกจากนี้ ความภักดีมีผลต่อทัศนคติของลูกค้าในการกลับมาติดตามสินค้าในเว็บเพจ การตั้งใจซื้อ การลดความอ่อนไหวเรื่องราคา และการแนะนำสินค้าและบริการ (Kwon and Lennon, 2009 : 560)

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นแสดงกรอบแนวคิดของงานวิจัยปัจจุบัน ดังรายละเอียดในรูปที่ 1



รูปที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลป้อนกลับจากบทรีวิวโดยผู้บริโภค

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในสินค้าและบริการจากบทรีวิวโดยผู้บริโภค และการจำแนกและจัดกลุ่มตามแนวภาษาศาสตร์พรรณนา โดยคาดหวังว่าองค์ความรู้เชิงคุณภาพที่ได้จากงานวิจัยนี้จะเป็นส่วนต่อยอดให้กับองค์ความรู้เชิงปริมาณในเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจ การตัดสินใจซื้อ และความภักดีของลูกค้าที่จะกลับมาซื้อซ้ำ หรือการส่งเสริมการการตลาดแบบปากต่อปากหรือการตลาดบอกต่อ องค์ความรู้เชิงลึกที่เพิ่มขึ้นมาจะมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน สามารถก้าวสู่การพัฒนาในฐานะการตลาดทางเลือก (alternative marketing) ได้อย่างเต็มภาคภูมิ

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บทรีวิวสินค้าและบริการของลูกค้าลาซาด้า ในแพลตฟอร์มลาซาด้า (https://www.lazada.co.th)

กลุ่มตัวอย่าง คือ บทรีวิวสินค้าและบริการของลูกค้าลาซาด้า หัวข้อ “หน้ากากอนามัยแบบใช้แล้วทิ้ง” จำนวนทั้งสิ้น 1,500 รายการ ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกจากบทรีวิว 500 รายการแรกของเว็บเพจสินค้าและบริการ SUPER BABY (https://www.lazada.co.th/products/i1970126134-s6290634313.html) เว็บเพจ MUIMISC (https://www.lazada.co.th/products/i1439672786-s3736048616.html) และเว็บเพจ MTOTO (https://www.lazada.co.th/products/mtoto-3-1-i1493012050-s3935994848.html) ในแพลตฟอร์มลาซาด้า ระหว่างวันที่ 7 - 11 พฤษภาคม 2564 เหตุผลสำคัญที่งานวิจัยนี้เลือกใช้บทรีวิวดังกล่าวสืบเนื่องมาจาก “หน้ากากอนามัยแบบใช้แล้วทิ้ง” เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีความต้องการสูงในช่วงเวลานั้น และเว็บเพจทั้ง 3 เว็บเพจนี้มียอดผู้สั่งซื้อ และจำนวนบทรีวิวสินค้าและบริการมากเพียงพอที่สามารถสะท้อนข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความภักดีในสินค้าและบริการตามวัตถุประสงค์ของงานงานวิจัยนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีของลูกค้าโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Microsoft Excel 2019 ตารางทำหน้าที่จำแนกและจัดกลุ่มประกอบด้วยคอลัมน์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีของลูกค้าที่พบจากข้อมูลป้อนกลับในบทรีวิวจำนวนทั้งสิ้น 1,500 รายการ เมื่อบันทึกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีของลูกค้าลงในตารางวิเคราะห์ข้อมูลฯ ถูกต้องและครบถ้วนแล้ว ตารางจะประมวลผลความถี่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีของผู้เขียนบทรีวิวในแต่ละด้าน พร้อมที่จะนำมาสรุปผลการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยบทรีวิวโดยลูกค้าลาซาด้าที่ซื้อหน้ากากอนามัยแบบใช้แล้วทิ้ง จากเว็บเพจ SUPER BABY เว็บเพจ MUIMISC และเว็บเพจ MTOTO ระหว่างวันที่ 7 - 11 พฤษภาคม 2564 โดยเก็บข้อมูลเฉพาะบทรีวิวโดยผู้บริโภค 500 รายการแรกของแต่ละเว็บเพจ รวมบทรีวิวที่เก็บทั้งสิ้น 1,500 รายการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลป้อนกลับจากบทรีวิวสินค้าและบริการโดยลูกค้าลาซาด้า ใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์เนื้อหา การจำแนกและจัดกลุ่มตามแนวภาษาศาสตร์พรรณนา และใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การหาค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ และร้อยละ จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในสินค้าและบริการของลูกค้า

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาโครงสร้างของบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า

บทรีวิวโดยผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในสินค้าทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจเป็นลำดับ จากตารางการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จำนวน 1,500 รายการ พบว่า บทรีวิวสินค้าและบริการโดยผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างเป็นข้อความสั้นๆ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีเฉลี่ย 2.32 ด้านต่อบทรีวิว ภาษาที่ใช้เป็นภาษาปาก หรือภาษาที่ใช้ระหว่างเพื่อนหรือบุคคลที่คุ้นเคยกัน ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 56 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความความซื่อสัตย์ (สินค้า) ด้านกระบวนการ (ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า) และด้านราคา และแสดงความภักดีในสินค้าและบริการด้านการแนะนำสินค้าและบริการ บทรีวิวที่ 79 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงลบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านความซื่อสัตย์ (จำนวนสินค้า)

1. บทรีวิวที่ 56 “สินค้าตรงปก จัดส่งรวดเร็ว ราคาถูกมากๆค่ะ แนะนำร้านนี้เลยจ้า”

2. บทรีวิวที่ 79 “สั่งแมสไป 12 ห่อแต่ได้มา 10 ห่อได้ของไม่ครบค่ะไม่รู้จะตามยังไง..”

ผลการค้นหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในสินค้าและบริการที่ปรากฏในบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า

ผลการวิเคราะห์บทรีวิวโดยผู้บริโภคจำนวน 1,500 รายการ พบว่า ลูกค้าลาซาด้าให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์จำนวนทั้งสิ้น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ 4) ด้านการให้บริการ 5) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 6) ด้านการส่งเสริมการตลาด รายละเอียดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์มี ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกออกได้เป็น 2 ด้านย่อย ได้แก่ ด้านคุณภาพโดยรวม และคุณภาพเฉพาะเรื่อง ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 140 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงลบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านผลิตภัณฑ์ทั้งด้านคุณภาพโดยรวม และเฉพาะเรื่อง และบทรีวิวที่ 527 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกด้านคุณภาพโดยรวม และเฉพาะเรื่อง

1. บทรีวิวที่ 140 “ส่วนตัวคิดว่าไม่ค่อยโอเคอะ มันมีชั้นที่ 3 ที่แพลมออกมาอะ แล้วถ้าเอาด้านนี้อยู่ข้างใน ไปเส้นๆ มันจะทิ่มรูจมูกตลอดเวลาเลยอะ ทำให้รำคาญอะ”

2. บทรีวิวที่ 527 “คุณภาพโอเคนะ ก็ถือว่าใช้ได้ ไม่หนาไม่บางจนน่าเกลียด สั่งจากร้านอื่นที่เป็นกล่องอีกแบบนึงอ่ะ 3 ชั้นก็จริงแต่มันบางจนน่าเกลียด ความหนาของร้านนี้มันก็สมกับราคากล่องละ 14 บ. นั่นแหละ ราคาแค่นี้แต่ไปหวังเกรดทางการแพทย์เกรดทางห้องแล็บมันก็ยังไงๆอยู่”

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านราคาจำแนกออกได้เป็น 2 ด้านย่อย ได้แก่ ด้านราคาผลิตภัณฑ์ และค่าขนส่งผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 517 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกด้านราคาค่าขนส่งผลิตภัณฑ์ และบทรีวิวที่ 564 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกด้านราคาผลิตภัณฑ์

1. บทรีวิวที่ 517 “สินค้าตรงปกค่ะสั่งซื้อร้านนี้ไม่ผิดหวัง สั่ง 3 ชิ้นส่งฟรี ไม่มีคิดค่าส่งเพิ่ม แนะนำร้านนี้เลยค่ะ ส่วนตัวซื้อ 20 กล่องคุ้มมากๆ ค่ะ”

2. บทรีวิวที่ 564 “สินค้าดี ราคาถูก แนะนำเลยร้านนี้”

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการจำแนกออกได้เป็น 2 ด้านย่อย ได้แก่ ด้านความถูกต้องของผลิตภัณฑ์ และ ความถูกต้องของจำนวนผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 506 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงลบด้านความถูกต้องของผลิตภัณฑ์ ส่วนบทรีวิวที่ 1,151 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกด้านความถูกต้องของจำนวนผลิตภัณฑ์

1. บทรีวิวที่ 506 “ไม่ตรงปก เอายี่ห้ออื่นมาขาย แสดงให้เห็นว่าไม่จริงใจ การค้าขาย ควรตรงไปตรงมา ไม่ใช่ลงอย่าง แล้วขายอีกอย่าง”

2. บทรีวิวที่ 1,151 “ได้รับของครบ ส่งไว แนะนำครับร้านนี้ 5 ดาวไปเลย”

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านการให้บริการส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านการให้บริการส่วนบุคคลจำแนกออกได้เป็น 2 ด้านย่อย ได้แก่ ด้านการให้บริการของร้าน และการให้บริการของพนักงานส่งสินค้า ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 501 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกด้านพนักงานขนส่ง ส่วนบทรีวิวที่ 1,014 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกด้านการให้บริการของร้าน

1. บทรีวิวที่ 501 “สินค้าคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา ทางร้านจัดส่งรวดเร็วดี แต่ติดที่ขนส่งของค้าง ระหว่างทาง 3 - 4 วัน พนักงานจัดส่งให้บริการดี”

2. บทรีวิวที่ 1,014 “สินค้าคุณภาพดีครับ ขนส่งรวดเร็ว ติดอย่างเดียวคือได้ของไม่ครบจำนวน นอกนั้นดีหมดเลย ทางร้านค้าตอบแชทไวด้วย”

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกออกได้เป็น 2 ด้านย่อย ได้แก่ ด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดส่ง และความรวดเร็วในการจัดส่ง ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 37 และบทรีวิวที่ 544 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกด้านกระบวนการให้บริการบรรจุผลิตภัณฑ์และความรวดเร็วในการขนส่ง

1. บทรีวิวที่ 37 “ได้รับของเรียบร้อยแล้วคะ จัดส่งไว การแพคสินค้าดีค่ะ”

2. บทรีวิวที่ 544 “ส่งไว แพคมาพร้อมกล่องที่พับมาให้ต่างหาก ดีค่ะ”

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ โปรโมชั่นของแถมที่เกินความคาดหวังของลูกค้า บทรีวิวสินค้าหน้ากากอนามัยนี้ “ของแถม” ได้แก่ กล่องกระดาษสำหรับหน้ากากอนามัยแบบใช้แล้วทิ้ง 50 ชิ้น ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 566 และบทรีวิวที่ 1,069 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาด

1. บทรีวิวที่ 566 “ส่งไวมากครับราคาถูกด้วย ของครบห้าแพ็ก มีกล่องใส่แยกอยู่ข้างล่างดีมากครับ สามวันได้รับของ”

2. บทรีวิวที่ 1,069 “ส่งสินค้าไวดีค่ะ คุณภาพดีค่ะ มีกล่องมาด้วย ขอบคุณนะคะ ไว้จะอุดหนุนใหม่ค่ะ”

นอกจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6 ด้านข้างต้น ผลการวิเคราะห์บทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า พบว่า ความภักดีในสินค้าและบริการประกอบด้วยความภักดีที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำ การแนะนำสินค้าและบริการ และการเล่าประวัติการซื้อสินค้าและบริการ รายละเอียด ดังนี้

1. การตั้งใจซื้อซ้ำ

ความภักดีที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำแสดงด้วยข้อความสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา แสดงถึงความพึงพอใจและความประทับใจในสินค้า และคุณภาพการบริการ ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 41 และบทรีวิวที่ 620 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกเกี่ยวกับความภักดีที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำ

1. บทรีวิวที่ 41 “ของตรงปกค่ะสั่ง 12 ห่อได้ครบจร้า หนาอยู่ไม่บาง ไว้จะอุดหนุนอีกนะค่ะ”

2. บทรีวิวที่ 620 “ได้รับสินค้าตรงตามที่สั่งระยะเวลาในการส่งค่อนข้างไวเนื้อวัสดุค่อนข้างโอเคใช้งานได้จริงราคาถูกมาก ถ้ามีโอกาสจะอุดหนุนอีกครับ”

2. การแนะนำสินค้าและบริการ

ความภักดีที่ส่งผลต่อการแนะสินค้าและบริการให้กับลูกค้าอื่นๆ แสดงถึงความพึงพอใจ และความประทับใจในสินค้าและคุณภาพการบริการ รวมถึงความต้องการให้ลูกค้าท่านอื่นได้รับรู้คุณภาพ และมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าเช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 21 และบทรีวิวที่ 548 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกเกี่ยวกับความภักดีที่ส่งผลต่อการแนะนำสินค้าและบริการ

1. บทรีวิวที่ 21 “ได้รับสินค้า ตรงตามที่สั่งไว้ ครบจำนวน 3 ชุด มีกล่องใส่หน้ากากพับมาให้ด้วย ราคาไม่แพง ส่งฟรีถึงบ้านเลย สะดวกดี ถูกใจมาก แนะนำครับ”

2. บทรีวิวที่ 548 “ส่งเร็วสินค้าแพ็คมาดี ได้ของครบ แนะนำร้านนี้เลยค่ะถูกมากค่ะคุ้มค้าสมราคาดีค่ะเดี๋ยวสั่งอีกนะค่ะ”

3. การเล่าประวัติการซื้อสินค้าและบริการ

ความภักดีที่ส่งผลต่อการการเล่าประวัติการซื้อสินค้าและบริการแสดงถึงความพึงพอใจ และความประทับใจในสินค้าและคุณภาพการบริการ ตัวอย่างเช่น บทรีวิวที่ 40 และบทรีวิวที่ 570 แสดงข้อมูลป้อนกลับเชิงบวกเกี่ยวกับความภักดีที่ส่งผลต่อความต้องการเล่าประวัติการซื้อสินค้าและบริการ

1. บทรีวิวที่ 40 “ได้รับสินค้าแล้วค่ะ ดีมากๆ ค่ะ 3 รอบแล้วที่สั่งค่ะ”

2. บทรีวิวที่ 570 “สั่งรอบสองแล้วจ้า คุ้มจริงๆ”

ผลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ปรากฏในบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า

ผลการวิเคราะห์ความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์จากบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า ดังตารางที่ 1 และความถี่และร้อยละของความภักดีในสินค้าและบริการของลูกค้าลาซาด้า ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์จากบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	ความถี่	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์ : คุณภาพโดยรวม	830	25.95
ด้านผลิตภัณฑ์ : คุณภาพเฉพาะเรื่อง	274	8.57
รวมด้านผลิตภัณฑ์	*1,104*	*34.51*
ด้านราคา : ผลิตภัณฑ์	303	9.47
ด้านราคา : ค่าขนส่ง	14	0.44
รวมด้านราคา	*317*	*9.91*
ด้านความซื่อสัตย์ : ผลิตภัณฑ์	264	8.25
ด้านความซื่อสัตย์ : จำนวนผลิตภัณฑ์	329	10.28
รามด้านความซื่อสัตย์	*593*	*18.54*

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการให้บริการส่วนบุคคล : พนักงานขนส่ง	82	2.56
ด้านการให้บริการส่วนบุคคล : ร้านค้าสมาชิก	31	0.97
รวมด้านการให้บริการส่วนบุคคล	*113*	*3.53*
ด้านกระบวนการให้บริการ : การบรรจุผลิตภัณฑ์	291	9.10
ด้านกระบวนการให้บริการ : ความเร็วการจัดส่ง	626	19.57
รวมด้านกระบวนการให้บริการ	*917*	*28.67*
ด้านการส่งเสริมการตลาด : ของแถม	155	4.85
รวมด้านการส่งเสริมการตลาด	*155*	*4.85*
รวมทุกด้าน	**3,199**	**100**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในตารางที่ 1 พบว่า ความถี่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ร้อยละ 34.51 ด้านกระบวนการให้บริการร้อยละ 28.67 ด้านความซื่อสัตย์ร้อยละ 18.54 ด้านราคาร้อยละ 9.91 ด้านส่งเสริมการตลาดร้อยละ 4.85 และด้านการให้บริการส่วนบุคคลร้อยละ 3.53

ตารางที่ 2 ความถี่และร้อยละของความภักดีในสินค้าและบริการจากบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้า

ความภักดีในสินค้าและบริการ	ความถี่	ร้อยละ
การตั้งใจซื้อซ้ำ	118	42.29
การแนะนำสินค้าและบริการ	104	37.28
การเล่าประวัติการซื้อสินค้าและบริการ	57	20.43
รวมทุกด้าน	**279**	**100**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 2 แสดงความภักดีในสินค้าและบริการของลูกค้าลาซาด้า จำแนกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ความภักดีที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำร้อยละ 42.29 การแนะนำสินค้าและบริการร้อยละ 37.28 และการเล่าประวัติการซื้อสินค้าและบริการร้อยละ 20.43

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ศึกษาบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้าที่รับรู้คุณภาพสินค้าและบริการ และประสบการณ์จากการซื้อสินค้าและบริการจากลาซาด้า โดยให้ความสำคัญกับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีของลูกค้าในสินค้าและบริการของร้านค้าสมาชิกลาซาด้า ผลการวิจัย พบว่า บทรีวิวโดยผู้บริโภคโดยลูกค้าลาซาด้าเน้นการสื่อสารด้วยข้อความสั้นๆ ทั้งที่เป็นเชิงบวกและเชิงลบ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในสินค้าและบริการโดยเฉลี่ย 2.3 ด้านต่อบทรีวิว

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่พบมีจำนวนทั้งสิ้น 6 ด้าน เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคล ในส่วนของความภักดีในสินค้าและบริการ ผลการวิจัย พบว่า ความภักดีที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำได้รับการรีวิวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การแนะนำสินค้าและบริการ และการเล่าประวัติการซื้อสินค้าและบริการตามลำดับ

ในส่วนของการพัฒนาองค์ความรู้ในประเด็นการรีวิวสินค้าและบริการกับการตลาด ผลการวิจัยนี้ได้ต่อยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการรีวิวสินค้าและบริการของ แพรวไพลิน มณีขัติย์ และพรพรหม สุธาทร (2563 : 602 - 604) ที่ให้ความสำคัญต่อผลกระทบเชิงบวกของบทรีวิวที่มีต่อการวางแผนการท่องเที่ยว และ จิราภา พึ่งบางกรวย (2563 : 117 - 118) ที่เน้นการศึกษาความสัมพันธ์ของรูปแบบบทรีวิวกับการเลือกใช้บริการร้านอาหาร นอกจากนี้องค์ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างของบทรีวิวโดยผู้บริโภคของลูกค้าลาซาด้าในงานวิจัยนี้ได้ต่อยอดองค์ความรู้ของบทรีวิวที่พบในงานวิจัยของ ภาวิตา ไอยวริญญ์ (2562 : 35 - 55) ในส่วนของเนื้อหาที่ลูกค้าใช้เขียนบทรีวิวสินค้า 3 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า เนื้อหาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจ และเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำชักชวนให้ใช้บริการ โดยเนื้อหาบทรีวิวในงานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความภักดีในสินค้าและบริการ

จากบททบทวนสถานภาพงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น พบว่า การศึกษาวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มุ่งเน้นการค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพบริการ และการรีวิวสินค้าและบริการกับการตัดสินใจซื้อ และความภักดีในสินค้าและบริการที่นำไปสู่การซื้อซ้ำ การบอกต่อ และการแนะนำสินค้าและบริการ ตลอดจนการจัดลำดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยนี้ก็ให้ความสำคัญในการค้นหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าธุรกิจออนไลน์จากบทรีวิวโดยผู้บริโภค ในทางทฤษฎีแล้วบทรีวิวโดยผู้บริโภคสามารถสะท้อนการรับรู้ และประสบการณ์การซื้อสินค้าของลูกค้าอย่างตรงไปตรงมา บทรีวิวโดยผู้บริโภคในงานวิจัยนี้เป็นแบบปลายเปิด ไม่มีกรอบ และคำถามนำแต่อย่างใด ลูกค้าสามารถกำหนดเนื้อหาสาระได้ตามที่ต้องการ และเป็นบทรีวิวที่เขียนแบบง่ายๆ ในระยะเวลาสั้นๆ ก่อนที่จะส่งเข้าระบบของลาซาด้า ในมุมมองทางภาษาศาสตร์ บทรีวิวลักษณะนี้จะสะท้อนการรับรู้คุณภาพสินค้าและบริการ รวมถึงความพึงพอใจและความภักดีในสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นจากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณ ลักษณะการใช้ภาษาที่พบในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่เป็นภาษาปากที่ใช้ระหว่างเพื่อนหรือคนที่คุ้นเคยกัน นอกจากนี้ ภาษาที่ใช้ในบทรีวิวมีความหลากหลาย โดยเฉพาะภาษาภาษารื่นหูที่แสดงถึงความชื่นชม และภาษาหยาบคายที่แสดงถึงความไม่พึงพอใจ ดังนั้น การศึกษาบทรีวิวในลักษณะบูรณาการระหว่างศาสตร์ทางการตลาดกับภาษาศาสตร์จึงมีประโยชน์โดยตรงกับผู้ประกอบการต่อการได้รับทราบข้อมูลป้อนกลับที่เป็นจริง สามารถนำไปใช้ปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่อง

ในมุมมองของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในงานวิจัยนี้มีความคล้ายคลึงกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของงานวิจัยที่ผ่านมาในหลายๆ ด้าน อาทิ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการให้บริการส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาดที่ไม่ปรากฏในบทรีวิวในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า ซึ่งแตกต่างจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของงานวิจัยที่ผ่านมา อาทิ ในงานวิจัยของ วันดี รัตนกายแก้ว (2544 : 64) เปรมกมล หงส์ยนต์ (2562 : 45) และ สุจรรยา น้ำทองคำ (2558 : 85 - 86) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ออนไลน์ที่ค้นพบเพิ่มเติมในงานวิจัยนี้ ได้แก่ “ปัจจัยด้านความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ” ในเรื่องความถูกต้องของผลิตภัณฑ์ และจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบครบถ้วนตามที่สั่ง นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ได้ค้นพบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ประเด็นย่อยอื่นๆ ที่ลูกค้าลาซาด้าให้ความสำคัญ ได้แก่ ประเด็นย่อยคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในภาพรวม คุณภาพผลิตภัณฑ์เฉพาะเรื่อง ราคาค่าขนส่ง การบรรจุสินค้าเพื่อการขนส่ง และการบริการของพนักงานขนส่ง ดังนั้น การใช้ข้อมูลจากบทรีวิวโดยผู้บริโภค และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสามารถนำไปสู่ความเข้าใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในมุมมองของลูกค้าธุรกิจออนไลน์ได้ชัดเจนมากขึ้น ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม อาทิ การกำหนดลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ เริ่มตั้งแต่การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความเหมาะสมกับราคา มีการบริการจัดส่งที่รวดเร็ว มีการป้องกันสินค้าเสียหายระหว่างการขนส่ง และมีความซื่อสัตย์ในการจัดส่งสินค้าถูกต้อง และครบตามจำนวน

การลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์จากบทรีวิวในงานวิจัยนี้ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคล ลำดับความสำคัญนี้แตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา อาทิ เปรมกมล หงส์ยนต์ (2562 : 45) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าลาซาด้าในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านความเป็นส่วนตัว ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านราคา และด้านช่องทางจำหน่ายไม่มีอิทธิพลแต่อย่างใด ฉวีวรรณ บวรกีรติขจร (2560 : 2065) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มแฟชั่นจากสื่อสังคมออนไลน์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางจำหน่าย ด้านความปลอดภัยในการชำระเงิน ด้านความสะดวกรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา และงานวิจัยของ วริศรา สู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์ (2563 : 99 - 100) พบว่า ลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการเฉพาะบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว เหตุผลสำคัญที่ส่งผลให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์แตกต่างกัน เนื่องจากสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ตลอดจนวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่แตกต่างกัน การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจะเป็นแนวทางพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าว และสามารถลดช่องว่างระหว่างผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกัน

ความภักดีในสินค้าและบริการนับเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจออนไลน์อีกประเด็นหนึ่ง ดังที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้เบื้องต้น ความภักดีในสินค้าและบริการพัฒนาขึ้นจากความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าและบริการ ส่งผลให้มีการตั้งใจซื้อซ้ำ การแนะนำ และการบอกต่อให้ผู้อื่นรับรู้โดยไม่มีความอ่อนไหวเรื่องราคา ผลการวิเคราะห์บทรีวิวโดยผู้บริโภคในงานวิจัยนี้ พบว่า ลูกค้าลาซาด้าได้แสดงพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ที่เป็นผลมาจากความภักดีเพิ่มเติมจากการต้องการซื้อซ้ำ และการแนะนำสินค้าและบริการหรือการบอกต่อ โดยการเล่าประวัติการซื้อหรือใช้บริการเพื่อแสดงความคุ้นเคย และการเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้าและบริการนั้นๆ ดังนั้น การพัฒนาความเข้มแข็งของธุรกิจออนไลน์ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการการส่งเสริมความภักดีในสินค้าและบริการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และลำดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และความภักดีในสินค้าและบริการ ในมุมมองทางภาษาศาสตร์ ความแตกต่างของการใช้ภาษาในบทรีวิวสะท้อนการรับรู้คุณภาพสินค้าและบริการ ตลอดจนประสบการณ์จากการซื้อที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงมีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต่อการเข้าถึงความต้องการและรับรู้ทัศนคติของลูกค้า เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงธุรกิจออนไลน์ สำหรับลูกค้าธุรกิจออนไลน์ ผลการวิจัยนี้จะมีส่วนกระตุ้นให้มีการแสวงหาข้อมูลสารสนเทศจากบทรีวิวมาประเมินตัวเลือก และตัดสินใจซื้อตามกระบวนการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ ลูกค้าจะได้แนวทางการเขียนบทรีวิวสินค้าและบริการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ศึกษาผลิตภัณฑ์เพียงตัวอย่างเดียว ได้แก่ หน้ากากอนามัยแบบใช้แล้วทิ้งสำหรับป้องกันการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ส่งผลให้ผลการวิจัยมีข้อจำกัดต่อการนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาธุรกิจออนไลน์กับสินค้าและบริการอื่นๆ ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาบทรีวิวของสินค้าหมวดอื่นๆ ที่มีศักยภาพเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ ในส่วนของวิธีวิทยาวิจัยควรพิจารณาใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยเชิงลึก สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกับบริบทที่กำหนดไว้ในงานวิจัยนั้นๆ ในมุมมองทางภาษาศาสตร์ควรมีการศึกษาการใช้ภาษาในบทรีวิวที่สะท้อนความรู้สึก ความต้องการ ความพึงพอใจ และความภักดีในสินค้าและบริการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ ชัยอำนาจ และกฤษฎา มูฮัมหมัด. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอพพลิเคชั่น SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563*, 13 สิงหาคม 2563. 955 - 969. ปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.

คฑาวุธ เจียมบัว และสันติธร ภูริภักดี. (2563). ผลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษาผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบบขนส่งด่วนในประเทศไทย. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 1(2), 35 - 60.

จิราภา พึ่งบางกรวย. (2563). รูปแบบการรีวิวของบล็อกเกอร์อาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 11(1), 117 - 134.

ฉวีวรรณ บวรกีรติขจร. (2560). การศึกษาการซื้อขายสินค้ากลุ่มแฟชั่นในสื่อสังคมออนไลน์. *Veridian E - Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(2), 2056 - 2071.

ณัฐกานต์ กองแก้ม. (2559). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นภัสสร แย้มอุทัย. (2558). *ทัศนคติของผู้บริโภคในการอ่านบทความรีวิวผ่านช่องทางออนไลน์.* การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรีชา วรารัตน์ไชย. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าประชารัฐ จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(1), 113 - 124.

เปรมกมล หงษ์ยนต์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสยาม.

พัชราภรณ์ เมธีการย์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจการจำหน่ายเครื่องสำอางผ่านเฟซบุ๊ก.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

แพรวไพลิน มณีขัติย์ และพรพรหม สุธาทร. (2563). อิทธิพลของรีวิวออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจเนเรชันวาย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 590 - 609.

ภาวิตา ไอยวริญญ์. (2561). *ศึกษาเนื้อหาการรีวิวของผู้ใช้บริการ เว็บไซต์ ทริปแอดไวเซอร์ ประเทศไทย.* การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มณีรัตน์ รัตนพันธ์. (2558). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ประเทศไทย. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 13(2), 145 - 153.

โยษิตา นันทิภาคย์ และคม คัมภิรานนท์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้ามัลติแบรนด์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภท Instagram ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(36), 130 - 146.

รวิภา สู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. ใน *โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.* 2564, 1 เมษายน 2564. 66 - 83. พิษณุโลก : คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วริศรา สู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 12(1), 99 - 118.

วันดี รัตนกายแก้ว. (2544). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุค : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศิวานนท์ จันทรประวัติ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์ (2562). ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง. *วารสารการบริหารและการจัดการ*, 9(1), 59 - 79.

สุจรรยา น้ำทองคำ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทางสื่อออนไลน์.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุธาทิพย์ ทั่วจบ. (2562). พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 8(2), 195 - 205.

เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล (2560). *ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนนทบุรี.* รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

อรุโณทัย ปัญญา. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

Akroush, M. N. (2011). The 7Ps Classification of the Services Marketing Mix Revisited: An Empirical Assessment of their Generalisability, Applicability and Effect on Performance - Evidence from Jordan's Services Organisations. *Jordan Journal of Business Administration*, 7(1), 116 - 146.

Binsar Kristian, P. F. A. and Panjaitan, H. (2014). Analysis of Customer Loyalty through Total Quality Service, Customer Relationship Management and Customer Satisfaction. *International Journal of Evaluation and Research in Education,* 3(3), 142 - 151.

Dominici, G. (2009). From Marketing Mix to E-Marketing Mix : A Literature Overview and Classification. *International Journal of Business and Management*, 4(9), 17 - 24.

Kim, S. J., Maslowska, E., Malthouse, E. C. (2017). Understanding the Effects of Different Review Features on Purchase Probability. *International Journal of Advertising,* 37(2), 1 - 25.

Kwon, W. S. and Lennon, S. J. (2009). What Induces Online Loyalty? Online Versus Offline Brand Images. *Journal of Business Research*, 62, 557 - 564.

Mudambi, S. and Schuff, D. (2010). Research Note : What Makes a Helpful Online Review? A Study of Customer Reviews on Amazon.com. *MIS Quarterly*, 34 (1), 185 - 200.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1988). SERVQUAL : A Multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12 - 40.

Pogorelova, E. V., Yakhneeva, I. V., Agafonova, A. N., Prokubovskayab, A. O. (2016). Marketing Mix for E - commerce. *International Journal of Environmental & Science Education*, 11(14), 6744 - 6759.

ZeithamI, V. A., Berry, L. L., Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31 - 46.

การจัดการระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ภายใต้สถานการณ์โควิด - 19
The Digital Co - Working Space Ecosystem Management under the COVID - 19 Situation

โสภิดา สัมปัตติกร[1*] และ ชีวัน ทองสอดแสง[2]
Sopida Sampattikorn[1*] and Cheewan Thongsodsang[2]
*Corresponding author, e-mail: sam_sopida@hotmail.com

Received: August 6th, 2021; **Revised**: October 15th, 2021; **Accepted**: October 17th, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ระบบบริการและสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน และ 2) เพื่อทราบแนวทางในการยกระดับสู่ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน การวิจัยเชิงสำรวจนี้ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน จำนวน 400 คน ในจังหวัดขอนแก่น โดยวิธีสุ่มตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอย ด้วยเทคนิคกำลังสองน้อยที่สุด ผลการวิจัยพบว่า ภายใต้สถานการณ์โควิด - 19 นี้ การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันในด้านนวัตกรรมบริการ ด้านคาเฟ่สเปซ ด้านศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ มีความสัมพันธ์ต่อระบบบริการและสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน เป็นโอกาสในการขยายการเรียนรู้ สร้างคุณค่า และเพิ่มประสบการณ์ของผู้ใช้บริการผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน นอกจากนี้ ระบบบริการและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผู้ใช้บริการในปัจจุบันนิยมใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมและแบ่งปันคุณค่าร่วมกัน ในขณะที่ ด้านการขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระบบบริการและสิ่งแวดล้อม แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน สะท้อนถึงความซับซ้อนของผู้ประกอบการ และแสวงหาประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าการแบ่งบันความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจร่วมกัน รวมถึงความต่างทางวัฒนธรรมของบุคคลที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกัน และการยกระดับสู่ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ควรบริหารด้านนวัตกรรมบริการและด้านศูนย์กลางการศึกษาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางเทคโนโลยีและศูนย์ทดลองนวัตกรรมที่มีรูปแบบกิจกรรมทั้งออนไลน์และออนไซต์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์และการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
Lecture of Major of Business Administration, Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Sakonnakhon Campus

[2] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น
Lecturer of Major of Management, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Khon Kaen Campus

คำสำคัญ: การจัดการ พื้นที่ทำงานร่วมกัน ระบบนิเวศดิจิทัล

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the relationships among co - working space management, service and environmental system, and digital co - working space ecosystem and 2) to know the approach of enhancing digital co - working space ecosystem. This survey research had selected the sample as the users of co - working space as 400 persons in Khon Kaen province via convenience sampling. The instrument of the research was a questionnaire. The statistics used in data analysis was Regression analysis and select OLS regression technique. The results showed that the COVID - 19 situation, co - working space management in service innovation, café space, the educational center had relationships on service and environmental system and digital co - working space ecosystem. That was expanded opportunity learning, value creation, and increase the experience of users through the digital technology of co - working space. Moreover, the service and environmental system had a positive relationship with the digital co - working space ecosystem as significantly. Which, present users favor used technology along with environmental protection and sharing common values. While the community - led had not a relationship on service and environmental system but had a negative relationship on digital co - working space ecosystem. Indeed, the result reflected entrepreneur complexity and seeking business benefit more than sharing creative thinking of business together. And individual difference culture was an obstacle to driven collaborative society. The digital co - working space ecosystem enhancement should manage service innovation and educational center for technology learning and innovation experiment centers, that have both online and onsite activities congruence with the situation and the country's digital economy policy.

Keywords: Management, Co - Working Space, Digital Ecosystem

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความเชื่อมโยงผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอัจฉริยะ (internet of things) ทำให้พฤติกรรมของบุคคลในสังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ง่าย แม่นยำ และคุ้มค่าในการดำเนินชีวิต แนวโน้มธุรกิจโลกมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ที่นำไปสู่การบูรณาการทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน มีการติดต่อสื่อสารในรูปแบบเรียลไทม์และมีความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เมื่อวิถีชีวิตได้เปลี่ยนแปลงไป ลักษณะของการทำงานก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วยเช่นเดียวกัน ค่านิยมในการทำงานของคนรุ่นใหม่ สามารถทำงานได้ทุกที่ที่มีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงเกิดธุรกิจที่เปิดให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน (co - working space) และได้รับการตอบรับอย่างต่อเนื่อง (Luo and Chan, 2020 : 98)

จากการสำรวจโลกได้ค้นพบที่มาของการร่วมลงทุนในธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ มีผู้ร่วมลงทุนก่อตั้งโดยเฉลี่ย 2.8 - 4.0 คน ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทเอกชน ร้อยละ 80 องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ร้อยละ 13 และอื่นๆ ร้อยละ 7 สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ 30 คน มูลค่าการลงทุนสำหรับธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในสหรัฐอเมริกาพบว่า มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนโดยเฉลี่ย 1.7 ล้านบาท ในยุโรปมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนโดยเฉลี่ย 1.8 ล้านบาท แหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ มาจากเงินทุนส่วนตัวเจ้าของกิจการ การกู้ยืมธนาคาร และการร่วมทุน ซึ่งมีผลต่อการพิจารณาพื้นที่ให้บริการของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน อุปสรรคและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจนี้ คือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 43 การหาผู้ร่วมลงทุน คิดเป็นร้อยละ 24 และการหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 23 นอกจากนี้ ยังพบว่า สถานที่ตั้งพื้นที่ทำงานร่วมกันที่ได้รับความนิยมมักจะตั้งอยู่ในเมืองที่มีผู้อยู่อาศัยมากกว่าล้านคน รองลงมาคือ เมืองที่มีผู้คนอาศัยน้อยกว่าห้าหมื่นคน ส่วนเมืองขนาดกลางกลับไม่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันเท่าที่ควร (คาร์สเทิน ฟอสท์, 2555; เบสต์ลิฟวิงเทสท์แบงค็อก, 2561) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการปรับตัวและพัฒนาพื้นที่การให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้งานสำนักงานประเภทพื้นที่ทำงานร่วมกันและบริการสำนักงานให้เช่า ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในตลาดพื้นที่อาคารสำนักงาน ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะกลายเป็นผู้เช่าหลักในอนาคต การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มของธุรกิจอาคารพื้นที่ในอาคารสำนักงานให้เช่าในหลายๆ ประเทศทั่วโลก ทำให้อาคารสำนักงานให้เช่า ดำเนินการปรับพื้นที่และกลยุทธ์ในการให้บริการ เพื่อรองรับพื้นที่ทำงานร่วมกัน โดยประมาณ ร้อยละ 10 ในทุกๆ อาคาร มีการจัดสรรพื้นที่ให้บริการสำหรับการทำงานร่วมกัน ปัจจุบันธุรกิจให้เช่าพื้นที่ทำงานร่วมกันได้รับความนิยมอย่างมาก จากปี พ.ศ. 2561 ที่มีการเปิดให้บริการมากขึ้น ร้อยละ 51 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 บนพื้นที่กว่า 100,000 ตารางเมตร และคาดว่าในปี พ.ศ. 2562 จะมีผู้ประกอบการอีกหลายรายที่จะทำการขยายพื้นที่ให้บริการเพิ่มขึ้นกว่า 30,000 ตารางเมตร หรือเพิ่มขึ้นโดยประมาณ ร้อยละ 40 (ประชาชาติธุรกิจ, 2562)

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันถือเป็นธุรกิจที่มีแนวคิดหลักมาจากการแบ่งปันพื้นที่และอุปกรณ์ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางธุรกิจ อำนวยความสะดวกสำหรับการทำงานร่วมกัน เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการทำงานและการดำเนินธุรกิจ จุดเด่นที่สร้างความแตกต่างให้พื้นที่ทำงานร่วมกันเป็นมากกว่าสำนักงานเสมือน (virtual office) ตามแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (sharing economy) ทั่วไป คือ การสร้างชุมชน (community) ภายในกลุ่มของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างประโยชน์จากการทำงานร่วมกัน ส่งผลให้พื้นที่ทำงานร่วมกัน ไม่เพียงแต่เป็นธุรกิจที่ช่วยลดต้นทุนในการทำงาน แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานด้วย เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้บริการ การแนะนำงานให้กันและกัน หรือการทำงานร่วมกันระหว่างสาขาอาชีพที่แตกต่างกัน เป็นต้น (สุภัชชา โฆษิตศรีปัญญา, 2558 : 41 - 43)

ในความเป็นจริง ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกันได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 และต้องปรับกิจกรรมทางธุรกิจโดยการเว้นระยะห่างทางสังคม ข้อมูลเชิงพาณิชย์ในอดีตไม่สามารถระบุปัญหาทางธุรกิจได้ ทำให้เกิดข้อจำกัดในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการที่แท้จริงในบริการและนวัตกรรมที่ใช้ในการทำงานร่วมกันของผู้ใช้บริการ (Orlova *et al.*, 2020 : 3) ความซับซ้อนทำให้ขาดความเชื่อมโยงภายในระบบนิเวศดิจิทัล จึงไม่สามารถออกแบบแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์ความต้องการใช้บริการดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกันและกำหนดกลยุทธทางการตลาดได้อย่างชัดเจน (Harris, 2021 : 174 - 176) และนโยบายนวัตกรรมเชิงปฏิรูปยังส่งผลให้ระบบนิเวศดิจิทัลต้องมีการปรับตัวให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (Konnola *et al.*, 2021 : 2 - 3)

ทั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงคุณลักษณะของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ กุญแจสู่ความสำเร็จที่สร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างอัตลักษณ์ในการให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง ยกระดับสู่ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ระบบบริการและสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน
2. เพื่อทราบแนวทางในการยกระดับสู่ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน

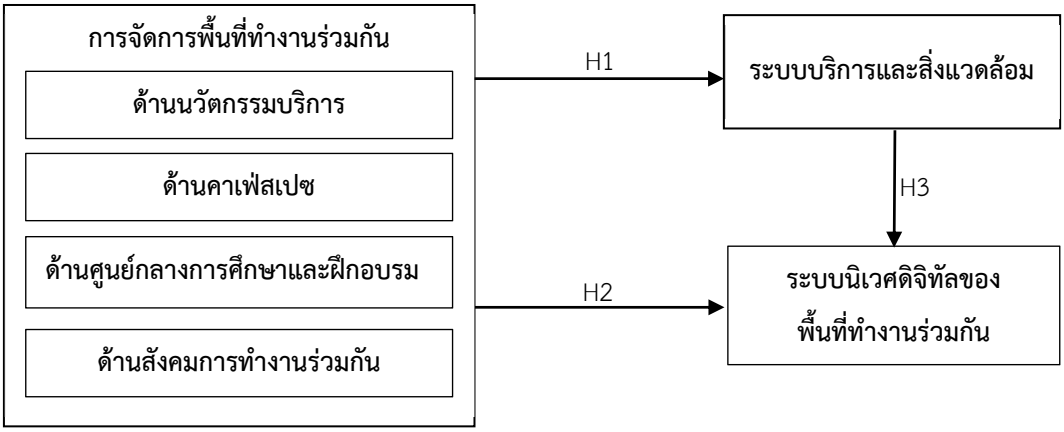
กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิกฤตเศรษฐกิจโลกมีผลกระทบทำให้ระบบเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการมีความเป็นอิสระมากขึ้นและพยายามแสวงหาวิธีการทำงานในรูปใหม่ จึงเป็นที่มาของพื้นที่ทำงานร่วมกัน โดยมีลักษณะของการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์และองค์กรแบบกระจายที่ใช้นวัตกรรมเป็นตัวสนับสนุนการทำงาน (Florida, 2002 : 86) ชีวิตการทำงานแบบเคลื่อนที่นี้ อาศัยการปฏิสัมพันธ์ทางธุรกิจทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ได้ผลผลิตหรือผลลัพธ์ของงานที่มีคุณภาพ ซึ่งธรรมชาติของผู้ประกอบการเหล่านี้จะมีความสามารถในการแสวงหาความรู้ สร้างคุณค่าในเครือข่ายการทำงานเชิงพลวัตร (Arvidsson, 2014 : 120) ที่มีความคล่องตัว และกลายเป็นสถานที่ทำงานร่วมกันที่รวมผู้เชี่ยวชาญที่หลากหลาย มืออาชีพอิสระ พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอย่างครบครัน ทำให้เกิดประสิทธิผลในระบบเศรษฐกิจแห่งความรู้ เชื่อมโยงด้วยเทคโนโลยีที่สามารถพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Gandini, 2015 : 193 - 194).

การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน (co - working space management : CSM) หมายถึง การบริหารพื้นที่ทำงานร่วมกัน ให้เกิดศักยภาพเชิงนวัตกรรม โดยสนับสนุนความคิดสร้างของผู้ใช้บริการ กระตุ้นการมีปฏิสัมพันธ์และทำงานร่วมกัน นำไปสู่การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Wijingaarden *et al.,* 2020 : 86) ประกอบด้วยด้านนวัตกรรมบริการ (service innovation : SER) คือ การพัฒนาบริการที่เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เข้าใจความต้องการใหม่ๆ และใช้เทคโนโลยีในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ (วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์ และคณะ, 2557 : 127) ด้านคาเฟ่สเปซ (café space : CAF) คือ พื้นที่บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับสังคมการทำงานในบรรยากาศที่เป็นกันเอง ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยน แบ่งปัน สนทนา รับฟัง ค้นหาแนวคิดร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ (Jolly *et al.*, 2021 : 2) ด้านศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ (educational center : EDU) หมายถึง การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรม เพื่อพัฒนาทักษะระยะสั้น เทคนิคอาชีพ โดยเน้นการสื่อสารและการถ่ายทอดแบบบูรณาการ (Diez *et al.*, 2020 : 2) ด้านสังคมการทำงานร่วมกัน (community - led : COM) หมายถึง พื้นที่สำหรับผู้ที่ต้องการเข้าร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางธุรกิจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี เรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกัน เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอใหม่ๆ ร่วมกัน (McMorrow *et al.*, 2021 : 2) เมื่อมีการจัดการที่ดีแล้วจะนำไปสู่ ระบบบริการและสิ่งแวดล้อม (service and environmental system : SES) นั่นก็คือ การดำเนินงานและควบคุมการให้บริการด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ตระหนักถึงสภาพแวดล้อมอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและคุณภาพการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Shi *et al.*, 2015 : 310) ส่งเสริมการ

ยกระดับ ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน (digital co - working space ecosystem : DCE) ซึ่งหมายถึง การสร้างสิ่งแวดล้อมเชิงสังคมที่มีการพึ่งพาการดำเนินงานร่วมกัน สร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการสนับสนุนทรัพยากรซึ่งกันและกันอย่างมีประสิทธิภาพ (Schulz *et al.*, 2021 : 3)

การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน เป็นการออกแบบแพลตฟอร์มการเรียนรู้ เครือข่าย และนวัตกรรม ให้เกิดความร่วมมือในการทำงาน ซึ่งควรมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสามารถบริโภคอาหาร/ เครื่องดื่มระหว่างการสร้างเครือข่ายได้ (Kyro and Artto, 2015 : 437) ภายใต้สภาพแวดล้อมสีเขียว ช่วยสนับสนุนให้เกิดสังคมการทำงานร่วมกันได้ง่ายขึ้น (Wang *et al.*, 2021 : 10) บางครั้งอยู่ลักษณะเชิงพาณิชย์ เพื่อส่งเสริมความเจริญทางเศรษฐกิจจากกิจกรรมของผู้ประกอบการที่ต้องการดำเนินงานในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเจรจาแทนการเช่าสำนักงานแบบเดิมๆ กระตุ้นการเข้ามามีส่วนร่วมทางธุรกิจจากภาคเอกชนได้มากขึ้น (Autry, 2021 : 167) อีกทั้ง มีการพัฒนามนุษย์หุ่นยนต์มาให้บริการในพื้นที่ทำงานร่วมกัน เพื่อประหยัดต้นทุนในการให้บริการ เกิดประสิทธิภาพและความคุ้มค่าที่สะท้อนถึงศักยภาพของระบบนิเวศดิจิทัลพื้นที่ทำงานร่วมกันได้อย่างเหมาะสม (Demir *et al.*, 2015 : 695) และการบริการระบบนิเวศดิจิทัลนี้ เป็นการสร้างคุณค่าแนวความคิดผ่านการปฏิบัติทางวัฒนธรรมและเรียนรู้ประสบการณ์ร่วมกันในรูปแบบพลวัตร ผสมผสานธรรมชาติ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน เกิดเป็นสังคมนวัตกรรมการทำงานร่วมกันที่มีประสิทธิภาพ (Flood *et al.*, 2021 : 12) นำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บุคคลทั่วไปในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 1,802,872 คน (กองแผนและงบประมาณ องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลทั่วไปในจังหวัดขอนแก่น เมื่อเทียบสัดส่วนตามตารางทาโรยามาเน่ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการอย่างน้อย จำนวน 400 คน กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของประชากรที่ระดับ 0.05 สำรวจโดยการสุ่มตามสะดวก (convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทัศนคติเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันเกี่ยวกับด้านนวัตกรรมบริการ ด้านคาเฟ่สเปซ ด้านศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ ด้านสังคมการทำงานร่วมกัน และระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งหมด 3 ท่าน พบว่า ค่า IOC = 0.8 มากกว่า 0.5 นั่นคือ แบบสอบถามนี้มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้ (อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธารา วิจิตเวชไพศาล, 2561 : 39)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) นี้ ได้ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันในจังหวัดขอนแก่น ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2563 โดยการสำรวจออนไลน์ผ่าน google form questionnaire โดยนำลิ้งค์ไปวางไว้บนพื้นที่ทำงานร่วมกัน จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ Science Park Khon Kaen, Focus Arena, Class café Khon Kaen, VOA SPACE และ Jump Space Khon Kaen ซึ่งให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในจังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation analysis) และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอย (regression analysis) ด้วยเทคนิคกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least square technique : OLS)

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัด ได้ดำเนินการตรวจสอบโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) พบว่า มีค่า factor loading อยู่ระหว่าง .744 - .950 โดยไม่มีค่าที่ต่ำกว่า .40 แสดงถึงความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) และตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (reliability) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (α) ของแต่ละตัวแปร มีค่าสูงกว่า 0.6 แสดงถึงความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Hair *et al.*, 2006 : 122 - 124) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้และทำให้มั่นใจได้ว่าแบบสอบถามนี้ สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ แสดงค่าในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่า Factor Loading และค่าความเชื่อมั่น (α) ของเครื่องมือวัด

ตัวแปร	Factor Loading	ค่าความเชื่อมั่น (α)
Co - Working Space Management (CSM)		
Service Innovation (SER)	.831 - .904	.908
Café Space (CAF)	.755 - .845	.828
Educational Center (EDU)	744 - .946	.791
Community-Led (COM)	.780 - .905	.814
Service and Environmental System (SES)	.794 - .950	.931
Digital Co - Working Space Ecosystem (DCE)	.834 - .937	.941

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ระบบบริการและสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.70 อายุระหว่าง 36 - 45 ปี ร้อยละ 54.40 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.00 ประกอบอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 31.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 25.00 ความถี่ในการใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันต่อสัปดาห์ น้อยกว่า 1 ครั้ง ร้อยละ 59.10 เลือกมาใช้บริการในวันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) ร้อยละ 50.00 มาใช้บริการในช่วงเวลา 15.00 - 18.00 น. ร้อยละ 38.60 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย น้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 38.60

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังตารางที่ 2 และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยเทคนิคกำลังสองน้อยที่สุด (OLS regression technique) ดังตารางที่ 3 โดยกำหนดตัวแปร ดังนี้ การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน (CSM) นวัตกรรมบริการ (SER) คาเฟ่สเปซ (CAF) ศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ (EDU) สังคมการทำงานร่วมกัน (COM) ระบบบริการและสิ่งแวดล้อม (SES) และระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน (DCE)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	Mean	S.D.	SER	CAF	EDU	COM	SES	DCE
SER	4.27	.76	1					
CAF	4.01	.74	.799**	1				
EDU	3.99	.77	.681**	.775**	1			
COM	4.02	.74	.673**	.679**	.832**	1		
SES	4.26	.75	.858**	.780**	.749**	.700**	1	
DCE	4.31	.79	.884**	.743**	.755**	.674**	.903**	1

** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, (N = 400)

จากตารางที่ 2 พบว่า ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกันมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.31, S.D. = 0.79) รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมบริการ ($\bar{x}$ = 4.27, S.D. = 0.76) ระบบบริการและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 4.26, S.D. = 0.75) การขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกัน ($\bar{x}$ = 4.02, S.D. = 0.74) คาเฟ่สเปซ ($\bar{x}$ = 4.01, S.D. = 0.74) และศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ ($\bar{x}$ = 3.99, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อพิจารณาความเป็นอิสระต่อกันของแต่ละตัวแปร ทดสอบโดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) พบว่า มีค่าไม่เกิน 1 ซึ่งแต่ละตัวแปรมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง จึงได้พิจารณาค่าอำนาจพยากรณ์ตัวแปรอิสระ (tolerance) มีค่าต่ำสุดคือ 0.212 ซึ่งค่าที่เหมาะสมควรมีค่ามากกว่า 0.1 ขึ้นไป และพบว่าค่า VIF สูงสุดคือ 4.726 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 (Hair *et al.*, 2010 : 157) ดังนั้น ค่าต่างๆ เหล่านี้อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ว่า ปราศจากปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยกัน (multicollinearity) และมีความเหมาะสมที่จะนำไปทดสอบสมมติฐานต่อไป

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ OLS Regression Analysis

Independent Variables	Dependent Variables			
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
	SES	DCE	DCE	DCE
Service Innovation (SER)	.595***	.770***		.486***
	(.040)	(.036)		(.038)
Café Space (CAF)	.092*	-.118**		-.162***
	(.045)	(.041)		(.034)
Educational Center (EDU)	.247***	.411***		.292***
	(.049)	(.044)		(.038)
Community - Led (COM)	.032	-.107**		-.122***
	(.043)	(.039)		(.033)
Service and Environmental System (SES)			.902***	.478***
			(.022)	(.038)
Adjusted R^2	.787	.830	.815	.879
Maximum VIF	4.420	4.413	1.000	4.726

***p<.001, **p<.01, *p<.05 (N = 400), [a]Beta coefficients with standard errors in parenthesis.

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยเทคนิคกำลังสองน้อยที่สุด (OLS regression technique) พบว่า การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ประกอบด้วย ด้านนวัตกรรมบริการ (SER) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบบริการและสิ่งแวดล้อม (SES) (β = 0.595, p < 0.001) ศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ (EDU) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบบริการและสิ่งแวดล้อม (SES) (β = 0.247, p < 0.001) และคาเฟ่สเปซ (CAF) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบบริการและสิ่งแวดล้อม (SES) (β = 0.595, p < 0.05) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามลำดับ ในขณะเดียวกัน การขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกัน (COM) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบบริการและสิ่งแวดล้อม (SES) (β = 0.032, p > 0.05) ซึ่งการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันโดยรวมทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายระบบบริการและสิ่งแวดล้อมได้ ร้อยละ 78.7 (Adjusted R^2 = .787)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันและระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน พบว่า การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ประกอบด้วย นวัตกรรมบริการ (SER) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน (DCE) (β = 0.770, p < 0.001) ศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ (EDU) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน (EDC) (β = 0.411, p < 0.001) ในขณะที่ คาเฟ่สเปซ (CAF) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน (DCE) (β = -0.118, p < 0.05) และการขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกัน (COM) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน (DCE) (β = -0.107, p < 0.05) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามลำดับ ทั้งนี้ การจัดการพื้นที่

ทำงานร่วมกันโดยรวม ทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกันได้ ร้อยละ 83.0 (Adjusted R^2 = .830)

ระบบบริการและสิ่งแวดล้อม (SES) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน (DCE) (β = 0.902, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งระบบบริการและสิ่งแวดล้อมโดยรวมสามารถอธิบายระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกันได้ ร้อยละ 81.5 (Adjusted R^2 = .815)

ผลการศึกษาแนวทางในการยกระดับสู่ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน

ผลการศึกษาแนวทางในยกระดับสู่ระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ชี้ให้เห็นว่า นวัตกรรมบริการ (SER) (β = 0.486, $p < 0.001$) และศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ (EDU) (β = 0.292, $p < 0.001$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระบบนิเวศดิจิทัลมากที่สุด จึงควรมุ่งเน้นพัฒนาการบริหารจัดการสองด้านนี้ก่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งมีความสอดคล้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยในปัจจุบัน และสามารถพัฒนาไปสู่แหล่งเรียนรู้ทางเทคโนโลยี ศูนย์ทดลองนวัตกรรม รวมถึงดึงดูดการเรียนรู้จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้ทั้งรูปแบบออนไลน์และออนไซต์ ที่สามารถปรับรูปแบบกิจกรรมได้ตามสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ทำให้ทราบว่า การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านนวัตกรรมบริการ ด้านคาเฟ่สเปซ และด้านศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะที่มีผลทำให้ระบบบริการและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การยกระดับระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน

2. ภายใต้สถานการณ์โควิด - 19 ควรพัฒนาด้านนวัตกรรมบริการ และด้านศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ เพื่อสนับสนุนระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจที่เหมาะสม ช่วยสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ

3. ผลการศึกษาแนวทางการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ได้สะท้อนความเป็นจริงที่ว่า ผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศ ต่างมีความซับซ้อน และแสวงหาประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าการแบ่งบันความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจร่วมกัน รวมถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมของบุคคลที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกัน และอาจจะต้องอาศัยเวลาในการสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และสร้างคุณค่าร่วมกันทางธุรกิจ จากข้อค้นพบนี้ สามารถกำหนดเป็นแนวปฏิบัติได้ ดังนี้

1. วางแผนและจัดการดำเนินงาน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขับเคลื่อนสังคมการทำงานร่วมกัน
2. เรียนรู้เทคนิคเชิงปฏิบัติ ที่ทำให้มีทักษะที่จำเป็นต่อการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการให้บริการ
3. ออกแบบและจัดเตรียมแพลตฟอร์มการให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน
4. กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่เน้นการให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน การสร้างเครือข่ายกิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการให้บริการอย่างเป็นระบบ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ในด้านนวัตกรรมบริการ ด้านศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ และด้านคาเฟ่สเปซ มีความสัมพันธ์กับระบบบริการและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kyro and Artto (2015 : 431) ที่ได้อธิบายว่า การใช้พื้นที่ทำงานร่วมกันสำหรับนักศึกษา คณาจารย์ ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ จากการพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ การสร้างเครือข่าย และนวัตกรรม โดยส่งเสริมการให้บริการพื้นที่ด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่ดี สามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และได้รับความนิยม สะท้อนถึงการวางแผนและการจัดการดำเนินงานของพื้นที่ทำงานร่วมกันที่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่ ด้านการขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อระบบบริการและสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันในการนัดหมายทางธุรกิจจากสไตล์ของสถานที่ที่ให้ความรู้สึกแปลกใหม่ ทันสมัย เดินทางสะดวก และต้องการใช้งานให้เหมือนสำนักงานครบวงจรอย่างแท้จริง แม้ว่าการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันได้จัดสรรพื้นที่อย่างลงตัวแล้วก็ตาม แต่อาจจะได้รับผลกระทบด้านเสียงจากสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ซึ่งเป็นการรบกวนการใช้บริการเมื่อต้องสมาธิในการทำงานหรือความเป็นส่วนตัวในการเจรจาทางธุรกิจ (ณฐกร พินิจกรปภา และฤทธิรงค์ จุฑาพฤฒิกร, 2561 : 1135 - 1136) อย่างไรก็ตาม Wijingaarden *et al*. (2020 : 92) เสนอว่า การใช้พื้นที่ทำงานร่วมกันจะช่วยทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม แต่แท้จริงนั้น การรวมตัวกันของนักธุรกิจมืออาชีพและองค์กรเอกชน อาจเป็นเรื่องที่ยากและมีความท้าทายค่อนข้างสูงในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน ซึ่งความขัดแย้งระหว่างบุคคล การแข่งขัน และวัฒนธรรมการทำงานที่ไม่ตรงกันเป็นอุปสรรคของการบริหารจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันอย่างยิ่ง และจากงานวิจัยของ Wang *et al*. (2021 : 1) เกี่ยวกับการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันที่มีระบบบริการที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า มีอคติในการจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการที่มีการการกระจายพื้นที่ไม่เท่ากัน ซึ่งต้องเดินทางเกิน 2,000 เมตร นำไปสู่ความเหลื่อมล้ำในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ทำงานร่วมกัน

และผลการวิจัยยังพบว่า การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ในด้านนวัตกรรมบริการและด้านศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมทักษะ มีความสัมพันธ์ต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Demir *et al*. (2019 : 688) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่า การปฏิวัติอุตสาหกรรม 5.0 เป็นยุคที่มนุษย์ทำงานร่วมกันกับหุ่นยนต์และปัญญาประดิษฐ์ (AI) มากขึ้น เป็นความอัจฉริยะในการให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล ที่ตอบโจทย์สถานการณ์ที่ต้องเว้นระยะห่างทางสังคม แต่ยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์ในกิจกรรมทางธุรกิจร่วมกันได้ และสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำนองเดียวกันกับผลงานวิจัยของ Nortvig *et al*. (2020 : 9 - 10) ที่สะท้อนถึงการบูรณาการเรียนรู้ พัฒนาทักษะ สร้างประสบการณ์ผ่านพื้นที่การเรียนรู้แบบเทคโนโลยีดิจิทัลและเพิ่มโอกาสการคิดเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง จึงควรมุ่งเน้นพัฒนาการบริหารจัดการสองด้านนี้ก่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งมีความสอดคล้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยในปัจจุบัน และสามารถพัฒนาไปสู่แหล่งเรียนรู้ทางเทคโนโลยี ศูนย์ทดลองนวัตกรรม รวมถึงดึงดูดการเรียนรู้จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้ทั้งรูปแบบออนไลน์และออนไซต์ ที่สามารถปรับรูปแบบกิจกรรมได้ตามสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะเดียวกัน ด้านคาเฟ่สเปซและด้านการขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกันมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในความเป็นจริง ธุรกิจได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 ทำให้พฤติกรรมของผู้ใช้บริการเปลี่ยนแปลงไป โดยการใช้พื้นที่

ทำงานร่วมกันด้านคาเฟ่สเปซและด้านการขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกัน ได้รับการออกแบบกิจกรรมที่เน้นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งไม่สามารถดำเนินกิจกรรมได้โดยสะดวก ทำนองเดียวกันกับผลงานวิจัยของ Fiorentino and Bartolucci (2021 : 1) ที่เสนอว่า การใช้พื้นที่ทำงานร่วมกันภายใต้เศรษฐกิจแบบแบ่งปันที่กำลังขยายตัวนั้น อาจจะมีการแสวงหาผลประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่น ทรัพย์สินทางปัญญาและจริยธรรมของสังคม ซึ่งควรมีเครื่องมือที่ทันสมัยในการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับการวางผังเมืองอัจฉริยะ ระบบการจัดการบนบล็อคเชน เพื่อให้จัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันได้ โดยเฉพาะการติดตามการทำธุรกรรม ด้านความปลอดภัยในการจัดเก็บข้อมูลระหว่างผู้ใช้บริการ สถาบัน และองค์กรที่ให้บริการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านบริการสารธารณะในอนาคต และงานวิจัยของ Luo and Chan (2020 : 97 - 98) อภิปรายว่า กลุ่มฟรีแลนซ์และสตาร์ทอัพมีความนิยมการใช้พื้นที่ทำงานร่วมกัน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดการพัฒนาเมืองแบบเสรีนิยมใหม่ ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท้องถิ่น จากการเคลื่อนไหวดังกล่าว มีการกระจายสินค้าเพื่อสังคมและกึ่งพันธมิตรอย่างไม่เป็นธรรมเกิดขึ้น ภาครัฐจึงเข้ามาแทรกแซงโดยใช้ข้อกำหนดด้านเทคโนโลยีและภาษีเข้ามากำกับ การจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกัน จึงมีความซับซ้อนและมีข้อจำกัดในการให้บริการมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังพบว่า ระบบบริการและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากผลงานวิจัยของ Nojd *et al*. (2020 : 7) อธิบายว่า พื้นที่ทำงานร่วมกันที่มีการจัดการระบบบริการและสิ่งแวดล้อมสีเขียว มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการที่ได้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลนี้ ยังส่งเสริมให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้ใช้บริการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่พื้นที่ทำงานร่วมกัน สามารถเพิ่มจำนวนผู้มาใช้บริการได้มากขึ้น และระบบนิเวศดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกันได้รับการยอมรับเป็นวงกว้าง ซึ่งนำไปสู่การยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้บริการและดึงดูดผู้ประกอบการค้าปลีกให้มาลงทุนได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านวิชาการ เป็นการยืนยันแนวคิดการใช้พื้นที่ทำงานร่วมกันที่สะท้อนถึงพฤติกรรมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปของบุคคลในปัจจุบัน ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีอิสระในการทำงาน แสดงให้เห็นถึงความสามารถที่แท้จริงในการทำงานและการบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การใช้บริการระบบดิจิทัลของพื้นที่ทำงานร่วมกัน

2. ด้านบริหารธุรกิจ เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหาร ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ได้นำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกิจกรรมการให้บริการที่นำนวัตกรรมมาใช้ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจุบัน ที่ต้องการใช้เทคโนโลยีในการทำงานเสมือนสำนักงานครบวงจร และยังต้องการพัฒนาทักษะ ความรู้ ที่ปรึกษาทางธุรกิจที่สามารถนำไปต่อยอดในธุรกิจของตนเองและอยู่รอดได้ในการเผชิญหน้ากับสถานการณ์โควิด – 19

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

นำผลการวิจัยด้านคาเฟ่สเปซและด้านการขับเคลื่อนด้วยสังคมการทำงานร่วมกันที่ให้ผลลัพธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ไปศึกษาถึงสาเหตุที่แท้จริง ค้นหาปัจจัยสนับสนุนเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการพัฒนาและสามารถแก้ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กองแผนและงบประมาณ องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น. (2563). *ข้อมูลท้องที่และประชากรในจังหวัดขอนแก่น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2563, จาก : http://www.kkpao.go.th/E-PlanData/?mod=index&file=datacat2-2.

คาร์สเทิน ฟอสท์. (2555). *Coworking เกิดขึ้นได้อย่างไร* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2563, จาก : https://www.deskmag.com/th/coworking-spaces/the-birth-of-coworking-spaces-global-survey-005.

ณฐกร พินิจกรปภา และฤทธิรงค์ จุฑาพฤฒิกร. (2561). การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช ครั้งที่ 8*, 23 พฤศจิกายน 2561. 1128 - 1137. สุโขทัย : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

เบสต์ลิฟวิงเทสท์แบงค็อก. (2561). *Co – Working Space เติบโตด้วยเศรษฐกิจแบ่งปัน* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2563, จาก : https://www.bltbangkok.com/news/4252.

ประชาชาติธุรกิจ. *เน็กซัสชี้เทรนด์ปี 2562 ธุรกิจ Co-Working Office โตก้าวกระโดด* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2563, จาก : https://www.prachachat.net/property/news-294723.

วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์, ณัฐธิดา สุวรรณโณ, ธีรศักดิ์ จินดาบถ. (2557). การวัดนวัตกรรมการบริการของธุรกิจท่องเที่ยวไทย: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 31(1), 119 - 146.

สุภัชชา โฆษิตศรีปัญญา. (2558). *การสร้างชุมชน (COMMUNITY) ใน COWORKING SPACE*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธารา วิจิตเวชไพศาล. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. บทฟื้นฟูวิชาการ Review Article. *วิสัญญีสาร*, 44(1), 36 - 42.

Arvidsson, A. (2014). Public Brands and the Entrepreneurial Ethics. *Ephemera : Theory & Politics in Organization*, 14(1), 119 - 124.

Autry, G. (2021). The functions of the FAA's Commercial Space Transportation Advisory Committee : The Safety Working Group's 2020 Tasker as Context. *Journal of Space Safety Engineering*, 8, 167 - 169.

Demir, K. A., Doven, G., Sezen, B. (2015). Industry 5.0 and Human-Robot Co-working. *Procedia Computer Science*, 158, 688 - 695.

Demir, K. A., Doven, G., Sezen, B. (2019). Industry 5.0 and Human-Robot Co-working. *Procedia Computer Science*, 158, 688 – 695.

Diez, F., Villa, A., Lopez, A. L., Iraurgi, I. (2020). Impact of Quality Management Systems in the Performance of Educational Centers : Educational Policies and Management Processes. *Heliyon*, 6, 1 - 7.

Fiorentino, S. and Bartolucci, S. (2021). Blockchain-based Smart Contracts as New Governance Tools for the Sharing Economy. *Cities*, 117, 1 - 9.

Flood, K., Mahon, M., McDonagh, J. (2021). Assigning Value to Cultural Ecosystem Services : The Significance of Memory and Imagination in the Conservation of Irish Peatlands. *Ecosystem Service*, 50, 1 - 16.

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York : Basic Books.

Gandini, A. (2015). The Rise of Coworking Spaces: A Literature Review. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 15(1), 193 - 205.

Hair J. F., Black, W. C., Babin B. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis.* (6th edition). New Jersey : Pearson Education International.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis* (7th edition). Upper Saddle River : Prentice Hall.

Harris, J. L. (2021). Bridging the Gap Between 'Fin' and 'Tech' : The Role of Accelerator Networks in Emerging FinTech Entrepreneurial Ecosystems. *Geoforum*, 122, 174 - 182.

Jolly, A., Caulfield, L. S., Sojka, B., Iafrati, S., Rees, J., Massie, R. (2021). Cafe Delphi: Hybridising 'World Cafe' and 'Delphi Techniques' for Successful Remote Academic Collaboration. *Social Science & Humanities Open*, 3, 1 - 6.

Konnola, T., Eloranta, V., Turunen, T., Salo, A. (2021). Transformative Governance of Innovation Ecosystems. *Technological Forecasting & Social Change*, 173, 1 - 14.

Kyro, R. and Artto, K. (2015). The Development Path of an Academic Co - Working Space on Campus – Case Energy Garage. *Procedia Economics and Finance*, 21, 431 – 438.

Luo, Y. and Chan, R. C. K. (2020). Production of Coworking Spaces : Evidence from Shenzhen, *China. Geoforum*, 110, 97 - 105.

McMorrow, S., Hancher-Rauch, H., Ohmit, A., Roberson, C. (2021). Community-Led Mental Health Promotion for People of Color in the United States. *Mental Health & Prevention*, 22, 1 - 9.

Nojd, S., Trischler, J. W., Otterbring, T., Andersson, P. K., Wastlund, E. (2020). Bridging the Valuescape with Digital Technology : A Mixed Methods Study on Customers' Value Creation Process in the Physical Retail Space. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 1 - 10.

Nortvig, A. M., Petersen, A. K., Helsinghof, H., Braender, B. (2020). Digital Expansions of Physical Learning Spaces in Practice-based Subjects-Blended Learning in Art and Craft & Design in Teacher Education. *Computer & Education*, 159, 1 - 11.

Orlova, A., Nogueria, R., Chimenti, P. (2020). The Present and Future of the Space Sector: A Business Ecosystem Approach. *Space Policy*, 52, 1 - 8.

Schulz, T., Zimmermann, S., Bohm, M., Gewald, H., Krcmar, H. (2021). Value Co - Creation and Co - Destruction in Service Ecosystems: The Case of the Reach Now App. *Technological Forecasting & Social Change*, 170, 1 - 19.

Shi, Y., Yu, Y., Wang, L. (2015). Operational Impact on the Environment : Managing Service Systems with Environmental Deterioration. *Int. J. Production Economics*, 170, 310 - 320.

Wang, B., Xu, T., Gao, H., Ta, N., Chai, Y., Wu, J. (2021). Can Daily Mobility Alleviate Green Inequality from Living and Working Environments?. *Landscape and Urban Planning*, 214, 1 - 12.

Wijingaarden, Y., Hitters, E., Bhansing, P. V. (2020). Cultivating Fertile Learning Grounds: Collegiality, Tacit Knowledge and Innovation in Creative Co-working Spaces. *Geoforum*, 109, 86 - 94.

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “ปราสาทหมื่นชัย”
Cultural Tourism Promotion of “Muanchai Castle”

สุริยา คลังฤทธิ์[1*] ยโสธารา ศิริภาประภากร[2] พระมหาเฉลิมเกียรติ แก้วหอม[3] และ พระนัด จารุวณฺโณ[4]
Suriya Klangrit[1*], Yasothara Siriphapraphagon[2], Phramahachaloemkiat Kaewhom[3] and Phranut Jarwanno[4]
*Corresponding author, e-mail: missuniverse5000@yahoo.com

Received: May 28th, 2021; **Revised**: July 10th, 2021; **Accepted**: July 11th, 2021

บทคัดย่อ

จุดประสงค์ของบทความนี้เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “ปราสาทหมื่นชัย” ซึ่งปราสาทหมื่นชัยเป็นศาสนสถานในศาสนาพราหมณ์ ฮินดู ชุมชนมีความเชื่อที่มีต่อเทพเจ้าและอำนาจเหนือธรรมชาติ ดังนั้น ชุมชนแถบนี้จึงมีกิจกรรมพิธีบูชาประจำปีจะจัดขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ได้มีรูปแบบกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ 1) กำหนดพื้นที่จัดกิจกรรม และวัน เวลา 2) ผู้เข้าร่วมในพิธีกรรม 3) เครื่องบูชาและดนตรี เป็นต้น แต่เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้แนวทางการส่งเสริมเพื่อพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น มีดังนี้ 1) เส้นทางการเข้าถึงปราสาทหมื่นชัยที่เข้าออกสะดวก 2) เอกสารมีส่วนสำคัญต่อการศึกษาและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในรูปแบบสื่อออนไลน์ บอกถึงความสำคัญของปราสาท 3) ศิลปะการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมศิลปะการแสดงที่มีฐานคติมาจากความเชื่อ ศาสนาพรามหณ์ฮินดู และ ประวัติศาสตร์และฐานคติของชุมชน 4) โรงเรียนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการแสดงและนำศิลปะการร่ายรำไปพัฒนาต่อยอด กระตุ้นให้โรงเรียนตามชุมชนได้ช่วยกันส่งเสริมและการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียน จัดให้พื้นที่เป็นที่เรียนรู้นอกชั้นเรียน 5) มีการเล่าถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ความเชื่อชุมชนที่มีพื้นที่ช่วงที่มีกิจกรรมการแสดงและงานประเพณีประจำปี เพื่อสร้างจุดน่าสนใจและเป็นความสำคัญต่อการส่งเสริมและสร้างความสำคัญเพื่อให้รับรู้และเห็นความสำคัญร่วมกัน 6) ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อองค์กรโดยใช้สื่อสังคมให้ประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปราสาทหมื่นชัย จังหวัดสุรินทร์

[1] นักวิจัยอิสระ ณ บ้านศาลาสามัคคี ตำบลบ้านชบ อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์
Independent Researcher at Bansalasamukkee, Ban Chop Sub-District, Sangkha District, Surin
[2] อาจารย์พิเศษสาขาวิชาสังคมศาสตร์ มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์
Lecturer in Major of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Surin Campus
[3] นักวิชาการอิสระ ณ วัดเขาศาลา ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์
Independent Researcher at Wat Khao Sala, Charas Sub-District, Buachet District, Surin Province
[4] นักวิชาการอิสระ ณ ตำบลนาโส อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร
Independent Researcher at Na So Sub-District, Kut Chum District, Yasothon Province

Abstract

The article aims to present the cultural tourism promotion of Muanchai castle, a place for worshipping Brahmanism and Hinduism. The community believed in God and supernatural power. Therefore, the community has an annual worship ceremony held on in February every year. The main activities are as follows: 1) Determining an event (date and time) and place, 2) participants in the ceremony, and 3) offering things and music. However, due to the epidemic situation of coronavirus disease 2019, the cultural tourism promotion guidelines for the development are as follows: 1) routes to Muanchai castle are easily accessible, 2) online documents are essential for education and access to tourist attractions and how is the castle important, 3) promote the performing arts based on belief, Brahmanism, Hinduism, the history and belief in the community, 4) school in the area participated in the performance and bring the art of dancing for development in the further, encourage community schools to promote the students in the area to learn outside of the classroom, 5) telling the history, background, and belief in the community during the year's performance and tradition. Create a point of interest, promote, and recognise together 6) increase effective communication channels for social media.

Keywords: Cultural Tourism Promotion, Muanchai Castle, Surin Province

บทนำ

หากกล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถอธิบายหรือให้ความหมายที่สำคัญเกี่ยวกับสิ่งที่ปรากฏตามท้องถิ่น รวมไปถึงการให้ความหมายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผ่านประสบการณ์ตามท้องถิ่นอันมีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ทั้งยังสามารถเป็นการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านสถานที่ทางด้านประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรม เป็นต้น ผลผลิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ คือ องค์ความรู้และหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ที่สามารถพัฒนาคุณค่าของสังคมและชุมชนในท้องถิ่น เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านสถาปัตยกรรม หัตกรรม นวัฒกรรมด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างเอาไว้และถ่ายทอดมาเป็นมรดกที่สืบทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน (พระปลัดสุดฤทธิ์ ธนสาโร และยโสธารา ศิริภาประภากร, 2563 : 82) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจึงเป็นการเดินทางเพื่อค้นพบองค์ความรู้และหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงความสวยงาม ประโยชน์ที่ได้ มูลค่าจากสิ่งที่มีอยู่ รวมไปถึงการสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต การอิงอาศัย ระบบพึ่งพา และความเป็นอยู่ของมนุษย์แต่ละยุคสมัยได้จากท้องถิ่น เป็นต้น โดยบริบททั่วไปในพื้นที่แถบอีสานตอนใต้ถือเป็นสภาพทางที่สามารถพัฒนาฟื้นฟูในด้านทางเศรษฐกิจ และสังคม และด้านขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นเป็นอย่างดี โดยเฉพาะพื้นที่ของจังหวัดสุรินทร์ ถือเป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และมีวัฒนธรรมและประเพณี ความเชื่อและพิธีกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น กลุ่มที่อาศัยในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ มีกลุ่มชาวไทยเชื้อสายเขมร กลุ่มชาวไทยลาว กลุ่ม

ชาวไทยกูย (ยโสธารา ศิริภาประภากร และสำเริง อินทยุง, 2561 : 453) ที่ได้เข้ามาอาศัยอยู่ในพื้นที่มายาวนานและอาศัยร่วมกันด้วยดีเสมอมา ทั้งยังมีฐานคติความเชื่อที่คล้ายคลึงกันอยู่มาก

ในพื้นโบราณสถานของปราสาทหมื่นชัย ตั้งอยู่ ณ ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เป็นพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นที่รู้จักในจังหวัดสุรินทร์ โดย ณ ปราสาทหมื่นชัยจะมีประเพณีแซนปราสาทหมื่นชัยมรดกภูมิปัญญาบรรพชน ซึ่งการจัดพิธีบวงสรวงสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อปกป้องคุ้มครองชาวตำบลกระเทียมและชาวไทยให้อยู่ร่มเย็นเป็นสุข ตลอดจนเพื่อสืบสานวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานจังหวัดสุรินทร์ โดยกิจกรรมจะมีการแสดงศิลปะกันตรึมโบราณเมืองสุรินทร์ การขับร้องเจรียงภาษาเขมรพื้นเมืองสุรินทร์ การแสดงผ้าไหมหมัดหมี่ท้องถิ่นที่มีความเฉพาะด้านด้วยเทคนิคการย้อมและการสร้างสรรค์ลวดลายที่สวยงามกับหัตกรรมท้องถิ่น และผลิตผลทางการเกษตร ปราสาทหมื่นชัยเป็นโบราณสถานตามคติฮินดู สร้างถวายพระศิวะ ลัทธิไศวนิกาย (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556) อย่างไรก็ตามแม้ว่าปราสาทหมื่นชัยจะเหลือปราสาทเพียงองค์เดียวที่มีความชำรุดมาก แต่ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังคงมีการดูรักษา และมีส่วนร่วมในการพัฒนาจนทำให้เกิดงานประเพณีประจำปีนี้ขึ้น จนกลายเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้คนต่างพื้นที่ ทั้งในและต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นบทความนี้จึงได้ศึกษาพื้นที่ของปราสาทหมื่นชัย อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งถือเป็นพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ด้านโบราณสถานทางศาสนาพราหมณ์ ฮินดู ในลัทธิไศวะนิกาย เป็นโบราณสถานที่สำคัญของชุมชน และเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีประเพณีประจำปี โดยมุ่งหวังเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่นในพื้นที่ปราสาทหมื่นชัย เพื่อพัฒนาศิลปะพื้นถิ่นของชุมชนให้เกิดผลผลิตต่อยอดอย่างสร้างสรรค์ทางศิลปะการแสดงที่เอื้อประโยชน์ให้กับชุมชน เพื่อหาแนวทางช่วยส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวผสมผสานกับแนวคิด ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ ฐานคติ และความศักดิ์สิทธิ์ของปราสาทหมื่นชัย และอาจจะเป็นที่มาของการสร้างรายได้และมูลค่าให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องได้

ความสำคัญของบริบทพื้นที่จังหวัดสุรินทร์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในพื้นที่ของจังหวัดสุรินทร์มีกลุ่มชาติพันธุ์ได้อาศัยอยู่ เช่น กลุ่มชาวไทยกูย กลุ่มชาวไทยลาว กลุ่มชาวไทยเชื้อสายเขมร ทั้งนี้ยังมีการผสมผสานด้านวัฒนธรรมและประเพณี ที่เกิดจากฐานคติที่มีความเชื่อและมีการจัดพิธีกรรมขึ้นต่อสิ่งที่ตนนับถือ เช่นความเชื่อที่มีต่ออำนาจเหนือธรรมชาติ และดวงวิญญาณของบรรพบุรุษ ทั้งนี้เพราะระบบโครงสร้างที่สำคัญของชุมชนในแถบอีสานตอนใต้ เป็นชาวเกษตรกรรมส่วนใหญ่ และความเชื่อนี้เป็นส่วนสำคัญที่มีต่อการทำเกษตรและมีบทบาทต่อวิถีชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ดังนั้นพื้นฐานสำคัญจะเห็นได้ในเรื่องของวิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยในพื้นที่แถบนี้ที่ประกอบด้วย อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นแต่ละพื้นที่ ความโดดเด่นของประเพณี และประกอบภาษาถิ่น ได้แก่ ภาษาลาว ภาษาเขมร ภาษากูย กวย ส่วยเป็นต้น และการแต่งกายแบบกลุ่มชาติพันธ์ ถือเป็นอัตลักษณ์แต่ละพื้นถิ่น อัตลักษณ์ด้านอาหารพื้นถิ่น อัตลักษณ์ด้านความเชื่อเฉพาะ ได้แก่ พิธีกรรมแกลมอของชาวไทยกูย พิธีกรรมมะม๊วตกลุ่มของชาวไทยเชื่อสายเขมร พิธีกรรมเล่นออของกลุ่มชาวไทยลาว ถือเป็นพิธีกรรมสื่อสารดวงวิญญาณของบรพบุรุษ เป็นต้น ฐานคตินิยมแบบดั้งเดิมที่ได้สืบทอดและปฏิบัติตามกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนี้ กลุ่มชนที่อาศัยในพื้นที่แถบนี้ มีการอิงอาศัย และนำมาผสมผสานกับวิถีชีวิต จนกลายเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีในพื้นที่การศึกษานี้ ยังมีการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีด้านความเชื่อพิธีกรรมแซน

ปราสาทหมื่นชัย ชุมชนโดยรอบมักให้ความสำคัญต่อพื้นที่แห่งนี้ และเชื่อว่ายังความศักดิ์สิทธิ์อยู่แม้นจะพังทลายลงก็ตาม การประกอบพิธีกรรมแซนปราสาทหมื่นชัย ณ ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เป็นฐานคติความเชื่อทางศาสนาพราหมณ์ ฮินดู แต่เดิม

สิ่งเหล่านี้ชุมชนยังมีการรักษาและสืบทอด ให้ความสำคัญที่มีต่อปราสาทหมื่นชัย วัฒนธรรมท้องถิ่นมักมีความเชื่อที่มีต่ออำนาจเหล่านี้อยู่และให้ความสำคัญต่อพื้นที่เชื่อว่ามีความศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้นจึงมีการสืบทอดทางด้านฐานคติต่างๆ มาถึงปัจจุบัน (สุริยา คลังฤทธิ์ และคณะ, 2562 : 57) ด้วยเหตุนี้มนุษย์จึงต้องทำพิธีกรรมเรียกเป็นภาษาถิ่น ว่า “แซน” หมายถึง เซ่นไหว้ บวงสรวง บูชา การจัดเครื่องพิธีกรรมบูชา จนกลายเป็นอัตลักษณ์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมมาจนถึงปัจจุบันจนกลายเป็นความโดดเด่นของบริบทพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ดังนั้นการอิงอาศัย และระบบพึ่งพาตามวิถีชาวบ้าน จึงเป็นแบบฉบับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นพื้นที่นั้นๆ ที่ได้รักษาไว้ ตามคติความเชื่อในพื้นที่สุรินทร์ ได้มีการจัดพิธีกรรมขึ้นในรอบปี และมักจัดในพื้นที่ประวัติศาสตร์ เช่น พื้นที่ปราสาทหินโบราณตามชุมชนต่างๆ และถือปฏิบัติเหมือนกันและมีการสืบทอดกันมาหลายยุคหลายสมัย คือ พิธี “แซนปราสาท” หรือ “แซนพนม” ซึ่งเป็นการเซ่นไหว้บวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์บนเขา อันมีผลต่อการสร้างจิตสำนึกทางวัฒนธรรมหรือสร้างความเชื่อร่วมกัน และส่งผลให้เกิดความเป็นปึกแผ่นมั่นคง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (สุริยา คลังฤทธิ์ และคณะ, 2561 : 186) ดังนั้น การบูชาปราสาทหิน เป็นการประกอบพิธีกรรมที่จะต้องมีระเบียบ แบบแผน รูปแบบ ขั้นตอน องค์ประกอบ ของพิธีกรรม อาจเรียกโดยร่วมว่า เรียกว่า “เกรืองแซน” มีความหมายว่าภาษาเขมรที่ให้ความหมายโดยร่วมที่เกี่ยวข้องคือ เครื่องเซ่นไหว้ เป็นต้น เป็นระเบียบการตามความเชื่อในพิธีกรรมเพื่อจัดเป็นบริบทพิธีกรรมเพื่อประกอบการจัดตามพิธีและเพื่ออาศัย “เกรืองแซน”และการถวายสิ่งอื่นๆ เช่น เครื่องหอม การรำถวาย การแสดงเชื่อว่าเป็นสิ่งบูชาต่อเทพเจ้าและดวงวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้นพื้นที่ปราสาทหมื่นชัยจึงถือว่าเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและมีส่วนในการช่วงส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ที่สามารถสร้างรายได้และมูลค่าและการส่งเสริมศิลปะการแสดงท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยอาศัยพื้นที่ทางวัฒนธรรมนี้เป็นตัวกลาง จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่มองเห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและคุณค่าในด้านอื่นๆ จากงานประเพณีประจำปีและเห็นช่องทางในการที่จะนำเสนอถึงความสำคัญของปราสาทหมื่นชัย และชุมชนที่มีความเชื่อต่อพื้นที่แห่งนี้ เพื่อพัฒนาชุมชน สังคม ประเทศชาติให้เกิดรายได้และเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมประเพณีที่เกิดขึ้นประจำปีในเขตพื้นที่ จังหวัดสุรินทร์

ปราสาทหมื่นชัยกับประเพณีชุมชน

ประเพณีที่เกิดขึ้นโดยมากมักมีฐานคติมาจากบ่อเกิดด้านความเชื่อโดยมากมักให้ความเชื่อต่ออำนาจเหนือธรรมชาติและดวงวิญญาณ คือ ความเชื่อดั้งเดิมของคนในชุมชนได้ยึดถืออยู่ แม้นจะได้รับจากการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับคนกลุ่มอื่นก็มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมด้านความเชื่อ ปราสาทหมื่นชัยเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่เชื่อกันว่ามีดวงวิญญาณสถิตอยู่และสามารถให้คุณและโทษแกมนุษย์ได้ โบราณคนในชุมชนมักจัดกรวยดอกไม้ กระทงเครื่องไหว้บูชามาเซ่นไหว้ สักการะในช่วงวันสำคัญ เช่น 8 ค่ำ 14 ค่ำ 15 ค่ำ เพราะถือเป็นวันสำคัญทางศาสนาและผสมผสานกับความเชื่อแบบดั้งเดิมด้วย เมื่อมีการเซ่นไหว้เป็นประจำ จึงมีการสานต่อเพื่อพัฒนาให้เป็นรูปแบบของพิธีกรรมบูชาปราสาทหิน ประจำปี ทั้งนี้เพื่อให้คนในชุมชนมารวมกลุ่มในการจัดกิจกรรมสำคัญ เพื่อให้เกิดความเป็นสิริมงคล และเกิดความอุดมสมบูรณ์ขึ้นในชุมชน ฐานคติความเชื่อที่มีต่อปราสาทหมื่นชัย สามารถให้คุณและโทษได้ ทั้งนี้ยังอำนวยให้เกิดผลิตผลทางการเกษตร และความอุดมสมบูรณ์ ตลอดถึงขอความคุ้มครองรักษาที่มีความเชื่อต่อ

ปราสาทหมื่นชัย เป็นต้น (อมรา พงศาพิชญ์, 2541 : 58) ด้วยความสำคัญที่กล่าวมานี้ฐานคติที่มีต่อปราสาทหมื่นชัยยังเป็นบ่อเกิดให้กลายเป็นประเพณีในการสืบสาน อนุรักษ์สิ่งที่บรรพบุรุษได้กระทำมาที่เป็นวิถีความเชื่อแบบเล็กๆ จนกลายเป็นประเพณีที่ยิ่งใหญ่ ประจำปีมาจนถึงปัจจุบันนี้ ชุมชนโดยรอบที่อาศัยในบริเวณแถบนี้มักให้ความเชื่อว่าปราสาทศักดิ์สิทธิ์ จึงต้องมีพิธี แซนปราสาท ประจำปี จึงได้กลายเป็นวิถีการดำเนินชีวิตตลอดมา ความเชื่อที่มีต่อปราสาท เพราะเคยเป็นที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมเทพเจ้าตามคติของศาสนาพราหมณ์ ฮินดู และเคยเป็นที่ประทับของเทพเจ้าต่างๆ จึงเชื่อว่ายังศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้นจึงต้องมีการเซ่นไหว้อยู่เป็นประจำ ฐานคติเมื่อมีการเซ่นไหว้บูชาย่อมประสบสิ่งที่เป็นมงคลและความอุดมสมบูรณ์ ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล ผลิตผลทางการเกษตรจะให้ผลที่ดีมีกำไร การทำกิจการต่างๆ เจริญรุ่งเรือง เป็นต้น

รูปที่ 1 พิธีบูชาปราสาทหมื่นชัยประจำปี และพิธี “แซนปราสาท”
ที่มา: ยโสธารา ศิริภาประภากร และสุริยา คลังฤทธิ์ (2562 : 5)

รูปที่ 2 ปราสาทขนาดเล็ก จัดเพื่อแสดงแห่งานประจำปี
ที่มา: ยโสธารา ศิริภาประภากร และสุริยา คลังฤทธิ์ (2562 : 3)

รูปที่ 3 พิธีบวงสรวงปราสาทหมื่นชัยกับเครื่องเซ่นไหว้ประจำปี
ที่มา: ยโสธารา ศิริภาประภากร และสุริยา คลังฤทธิ์ (2562 : 6)

จากรูปที่ 1 พิธีกรรมบวงสรวงปราสาทหมื่นชัยประจำปี และรูปที่ 2 แบบลักษณะของปราสาท สามารถอธิบายโดยรวมถึงพิธีกรรมสามารถบ่งบอกฐานคติและถือว่าเป็นพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงความเชื่อของกลุ่มบุคคลในสังคมและชุมชนได้แสดงออกมาในรูปแบบลักษณะที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์สามารถแบ่งพิธีกรรมที่เกี่ยวกับชีวิตและพิธีกรรมที่เป็นเสริมสร้างความเป็นมงคล พิธีกรรมที่เกี่ยวกับชีวิตจะเป็นพิธีกรรมที่มุ่งความเจริญรุ่งเรืองต่อชีวิตโดยตรงและมุ่งที่จะบวงสรวงสิ่งที่คิดว่ามีความศักดิ์สิทธิ์สามารถบันดาลให้ความคุ้มครองตนและดูแลปกป้องรักษาตนและครอบครัวให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บและสิ่งชั่วร้ายมารบกวนให้เกิดภัยอันตรายให้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์มีอายุยืนรวมทั้งให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ (ศิริพร สุเมธารัตน์, 2535 : 95)

จากรูปที่ 3 อธิบายถึงการแซนปราสาทหมื่นชัย ณ ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ภาษาถิ่นคำว่า “แซน” เป็นวิถีทางความเชื่อของชุมชนท้องถิ่นแถบนี้ที่จัดขึ้นประจำทุกปีในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ คำว่า “แซน” เป็นภาษาถิ่นสุรินทร์ มีความหมายว่า เซ่นไหว้ มักให้ความหมายสำคัญไว้สองนัยยะ คือ (1) แซน มีความหมายว่า เซ่นไหว้ บูชา มีความเชื่อถือว่าปราสาทหมื่นชัยเป็นปราสาทหินและเชื่อว่ายังมีเทพเจ้าและเทพาอารักษ์ รักษาดูแลอยู่ จึงต้องมีการแซน หรือเซ่นไหว้ประจำปี ฐานคติที่มานี้คือ ชุมชนมีความเชื่อว่าดวงวิญญาณและเทพเจ้านี้สามารถให้คุณคือ เกิดความโชคดีและมีความสุขได้ และโทษคือเกิดความทุกข์ร้อนหรือภัยพิบัติได้ และถ้าเซ่นไหว้ เคารพบูชา ก็จะได้รับความสวัสดี มีโชค มีชัย และลาภผลในด้านต่างๆ เป็นต้น (2) แซน มีความหมายถึงเครื่องที่ต้องใช้ประกอบได้แก่ เครื่องที่ประกอบเรียกเป็นภาษาท้องถิ่นว่า “เกรืองแซน” (ยโสธารา ศิริภาประภากร, 2560 : 131 - 132) และมักประกอบด้วยองค์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องบูชาที่แบ่งประเภทเป็น ดอกไม้ ผลไม้ อาหาร ผ้า เครื่องหอม เครื่องจุดเพื่อบูชาและเครื่องดนตรี อาจมีการประกอบกับการร่ายรำด้วยก็ได้เพราะถือเป็นการบูชาอีกประเทศหนึ่งที่สร้างความน่าสนใจในพิธีกรรมที่จัดขึ้นและยังมีการกำหนด วัน เวลา สถานที่ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการแซน หรือรวมเป็นการเซ่นไหว้ที่ต้องการจัดขึ้นประจำปี ในพื้นที่นั้นๆ เป็นต้น

นัยยะหนึ่ง คำว่า “แซน” หมายถึง การเซ่นไหว้ บูชา เป็นภาษาถิ่นว่ารวมๆเครื่องไหว้ด้วยจะเรียกคำว่า “เกรืองแซน” มีความสำคัญมากต่อวิถีชีวิตของชุมชนโดยรอบปราสาทหมื่นชัย ดังนี้ วิถีชุมชนในทุกๆ พื้นที่แถบอีสานเคารพต่อดวงวิญญาณที่ตนให้ความเชื่อถือตามพื้นที่สำคัญ ได้แก่ ตามปราสาทหินโบราณที่มีตามชุมชนสมัยโบราณที่สร้างขึ้น มีฐานคติว่ามีความดวงวิญญาณยังสิงสถิตอยู่ ตามศาลปู่ตา มักให้ความเชื่อถือว่าเป็นดวงวิญญาณ

ผู้นำชุมชน มีฤทธิ์มากสามารถให้คุณและโทษได้ และต้นไม้ใหญ่ตามความเชื่อโบราณของเรามักให้ความสำคัญเรื่องของวิญญาณที่เชื่อว่า เป็นนางไม้ที่ดูแลรักษาต้นไม้ สิ่งเหล่านี้มีการผสมผสานกันอย่างลงตัว เนื่องจากความเชื่อของชุมชนให้ความสำคัญกับสิ่งที่มองไม่เห็น ดังนั้น จึงต้องมีการจัดพิธีกรรมเพื่อบูชา เมื่อมีการจัดกิจกรรมเช่นนี้ขึ้นทุกๆ ปี จึงเกิดเป็นประเพณีที่ชุมชนถือว่าเป็นพิธีประจำปีและให้เกิดมีผลผลิตทางการเกษตรที่อำนวยผลฝนตกลงมาตามฤดูกาล มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ได้ว่าความหมายของพิธีกรรมที่กลายเป็นวิถีชีวิตที่มาจากความเชื่อ สามารถอธิบายได้ว่าจากพฤติกรรมที่แสดงออกมาโดยอาศัยระบบความเชื่อและมีพิธีกรรมมาตอบสนอง และที่ได้กระทำขึ้นเพื่อสนองโลกียวิสัย ตามความต้องการของชุมชนที่มีคือระหว่างมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมโดยเชื่อว่าเทพเจ้าเป็นผู้อยู่เหนือมนุษย์และมีอำนาจมากกว่า หรือเพื่อความสูงส่งทางจิตวิญญาณซึ่งมีความศักดิ์สิทธิ์มีวัฒนธรรมและประเพณีความเชื่อพิธีกรรมและการสั่งสมของวัฒนธรรมและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปด้วยและจะต้องเป็นการกระทำที่ปลุกเร้าหรือเรียกร้องให้เกิดปฏิกิริยาหรืออารมณ์ภายในได้ที่แสดงออกมาทางกายภาพในลักษณะการบูชาเคารพ เช่นไหว้ยอมรับนับถือในสิ่งที่เชื่อว่ามีอำนาจเหนือมนุษย์

รูปที่ 4 เครื่องบวงสรวงประจำปี
ที่มา: ยโสธารา ศิริภาประภากร และสุริยา คลังฤทธิ์ (2562 : 13)

ดังนั้นการให้ความหมายและความสำคัญของชุมชนโดยรอบในพื้นที่การศึกษานี้สามารถบ่งบอกได้ว่าชุมชนโดยรอบพื้นที่ปราสาทหมื่นชัย มีฐานคติและความเชื่อ และพิธีกรรมจนกลายมาเป็น ประเพณีประจำปีที่มีการรักษาสืบทอดอนุรักษ์จนมาถึงปัจจุบัน ดังนั้น ที่มาของประเพณีในพิธีกรรมแซนปราสาทหมื่นชัย ได้มีแนวทางการจัดการและกำหนดขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธุ์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน บ้าน วัด โรงเรียน และองค์การบริหารส่วนตำบลมีส่วนร่วมในการจัดประเพณีบูชาปราสาทหมื่นชัย และมีการแสดงศิลปะท้องถิ่น โดยศิลปินแห่งชาติ มักได้รับเชิญให้มาร่วมในประเพณีและร่วมพิธีกรรมเซ่นไหว้ และขับร้องบูชาแบบศิลปะท้องถิ่น ผสมผสานกับเครื่องดนตรีและประกอบกับการร่ายรำซึ่งทำให้เกิดความสวยงามและน่าติดตามและแต่ละปีจะมีผู้ร่วมในพิธีกรรมจำนวนมาก ทั้งนี้โดยรอบงานประเพณีมีการจัดการนำเสนอมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ ยาสมุนไพรท้องถิ่น การรักษาแบบโบราณการให้ความรู้ในการออกกำลังกายแก่ผู้สูงอายุโดยใช้นวัฒกรรมด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสำคัญทั้งนี้ยังมีการแสดง

ผ้าไหมหมัดหมี่ที่มีลวดลายโบราณแบบพื้นเมืองท้องถิ่นสุรินทร์เป็นอัตลักษณ์เฉพาะมาจัดแสดงและแลกเปลี่ยน งานประเพณียังมีการค้าขายของชุมชนที่มาร่วมในงาน และการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลที่มาจัดการให้ความสะดวกแก่ผู้ที่เข้ามาร่วมในงานประเพณีแต่ละปี จึงถือเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ดี ในการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นประจำปีที่ถูกกำหนดขึ้นได้อย่างน่าสนใจ

รูปที่ 5 การรำชุดนางอัปสรา
ที่มา: ยโสธารา ศิริภาประภากร และสุริยา คลังฤทธิ์ (2562 : 15)

รูปที่ 6 การรำพื้นบ้านด้วยชุดผ้าไหมท้องถิ่น
ที่มา: ยโสธารา ศิริภาประภากร และสุริยา คลังฤทธิ์ (2562 : 16)

การร่ายรำด้วยชุดการแสดงนางอัปสราด้วยชุดผ้าไหมท้องถิ่นเพื่อถวายต่อเทพเจ้าดังรูปที่ 5 เป็นการร่ายรำชุดอัปสราเทพอัปสรสวรรค์กับการเปิดพิธีกรรมการเซ่นไหว้ในช่วงเช้า เพื่อความเป็นสิริมงคลจากคำกล่าวของ ศิลปินแห่งชาติ (ศิลปินแห่งชาติ, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2562) ได้กล่าวถวายเครื่องบวงสรวงต่อปราสาทหมื่นชัยด้วยภาษาเขมรถิ่นไทยและผสมผสานกับภาษาบาลี มีบทสวดขอพรอธิฐานและปรารถนาให้เกิดความอุดมสมบูรณ์

และรุ่งเรืองมีขั้นตอนในการขมากรรมต่อองค์ปราสาทหมื่นชัยเพื่อความอุดมสมบูรณ์ ขั้นตอนต่อไปมีการรำแบบพื้นบ้านที่จัดขึ้นเป็นพิเศษ ดังรูปที่ 6 การรำพื้นบ้านด้วยชุดผ้าไหมท้องถิ่น ผู้ที่มาร่วมในการร่ายรำคือ กลุ่มชุมชนและได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่และชุมชนอื่นที่มีความสนใจจะเข้าในงานประเพณีที่จัดขึ้น การร่ายรำชุดนี้เป็นการร่ายรำแบบพื้นบ้านที่มีการแต่งกายด้วยผ้าไหม มีเครื่องประดับเป็นรังไหมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการบูชาและช่วยส่งเสริมศิลปะแบบพื้นบ้านที่คิดออกแบบอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้ผู้ร่วมงานได้ชื่นชม การคิดประยุกต์อย่างสร้างสรรค์ เป็นต้น

ด้านประเพณีที่มีพิธีกรรมการจัดงานที่สามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมมนุษย์ ที่ได้กระทำขึ้นเพื่อสนองโลกียวิสัย จุดประสงค์ก็เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตและครอบครัว จากการประกอบพิธีกรรมบูชาปราสาทหมื่นชัยมีฐานคติที่มาจากความเชื่อว่าเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์มีดวงวิญญาณและสิ่งศักดิ์สิทธิ์รักษาอยู่ และมีความพิเศษสามารถบันดาลให้ชุมชนและมนุษย์เกิดความอุดมสมบูรณ์ในการทำการเกษตร ทำนา ทำไร่ โดยผ่านพิธีกรรมบูชาและจะต้องจัดระเบียบเครื่องเซ่นไหว้ตามแบบถ้องถิ่น บูชาด้วยทำนองดนตรี เครื่องหอม เพลงการขับกล่อมและบทสวด ตลอดถึงการร่ายรำถวาย ตามแบบที่ได้รับการถ่ายทอดมา เป็นต้น

องค์ประกอบประเพณีแซนปราสาทหมื่นชัย

องค์ประกอบที่จัดขึ้นในงานประจำปีที่มีต่อปราสาทหมื่นชัย ผู้ที่ร่วมเข้าร่วมในกิจกรรม มีองค์ประกอบและระเบียบขั้นตอน ดังนี้

1. รูปแบบพิธีกรรมแซนปราสาทหมื่นชัย จะมีการบูชาเป็นแบบแผนที่กำหนดขึ้นโดยชุมชนและมีการผสมผสานในพิธีกรรมทางศาสนา การประกอบพิธีจำเป็นมากในกิจกรรมของชุมชน ในแต่ละครั้งจะต้องจัดเครื่องบวงสรวง เตรียมให้ถูกต้องตามแบบแผนขนบธรรมเนียมประเพณี โดยมีผู้อาวุโสหรือผู้ที่ประกอบพิธีกรรม ชุมชนมักเรียกว่า ตามสำเนียงเขมรว่า “กรูเพรียม” คือเป็นอาจารย์ด้านหมอพราหมณ์ เป็นผู้นำในในการประกอบพิธีกรรมที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบพิธี และได้รับการยอมรับจากชุมชน ในการแซนปราสาทหมื่นชัย จะมีการอ่านบทโองการ ที่เรียกว่า เทวโองการ เป็นบทสวดเชิญเทวดา มีภาษาสวดผสมผสานกับภาษาถิ่นเป็นภาษาเขมร มักใช้เวลาในช่วงเช้า ประมาณ 07.00 นาที – 09.00 นาที ถ้ามีการรำถวายในงานด้วยจะยืดเวลาออกไปถึง 10.00 นาที - 11.00 นาที เป็นต้น

2. ด้านบุคคล ได้แก่ ในประเพณีบูชาปราสาทหมื่นชัยประจำปีจะใช้ผู้ขับร้องเพลงบูชา และประกอบด้วยมีผู้ร่วมในการร่ายรำถวาย ตามบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน จะมีศิลปะการแสดงพื้นบ้านประกอบการบูชาด้วย เป็นต้น (ยโสธารา ศิริภาประภากร, 2563 : 62)

3. ด้านสถานที่ ได้แก่ พื้นที่ ด้านหน้าบริเวณปราสาทหมื่นชัย ที่เป็นลานกว้างจะจัดเครื่องบวงสรวงที่ตั้งด้วยโต๊ะปูลาดด้วยผ้าสีสวยงาม วางเครื่องบูชา เช่น ผลไม้ บายศรีต่างๆ ดอกไม้ เป็นต้น

4. ด้านเครื่องบูชาในพิธีกรรมแซนปราสาทหมื่นชัย สิ่งที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมอาจเรียกได้ว่าเป็น “เกรืองแซน” ประกอบด้วย บายศรีถาด บายศรีต้น ข้าวตอกดอกไม้ เป็นบายศรีที่ชาวชุมชนจัดทำขึ้น นิยมเรียกว่า บายสะไร บายไซ ขนมข้าวต้ม ผลไม้ ปราสาทหมื่นชัยจะหันหน้าไปทางทิศตะวันออก การจัดตั้งโต๊ะพิธีกรรมก็ต้องหันหน้าไปด้านทิศตะวันตก บนโต๊ะจัดปูด้วยผ้าขาว เครื่องสักการะจะวางบายศรีถาดไว้ซ้ายขาว บายศรีต้นจะนิยมวางขนาบกัน เครื่องที่ใช้ไหว้จะประกอบไปด้วยผลไม้ ขนมพื้นบ้าน ข้าวสวย ข้าวต้มมัดแบบโบราณ เป็นต้น

สภาวการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการท่องเที่ยวปราสาทหมื่นชัย

จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ส่งผลให้เกิดมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (social distancing) ข้อจำกัดการเดินทาง และข้อห้ามในการรวมตัวของผู้คนจำนวนมาก ทำให้ปราสาทหมื่นชัยไม่สามารถจัดงานประเพณีขึ้นได้ ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมปราสาทหมื่นชัยจึงมีจำนวนลดลง และชุมชนก็ได้รับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจตามมา เช่นเดียวกับในออสเตรเลีย อุตสาหกรรมศิลปะวัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากสถานการณ์ COVID - 19 (Flew and Kirkwood, 2021 : 16 - 17) อย่างไรก็ตามการหยุดชะงักลงของการท่องเที่ยวที่ไม่มีกำหนดนั้นได้ส่งผลกระทบต่อชุมชนด้านต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านสังคม สภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชนขาดการสานต่อด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อก่อนเคยมีผู้เข้ามาเที่ยวชม แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนสภาพเป็นความเงียบเหงา และเนื่องจากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของสถานการณ์ COVID – 19 ยิ่งส่งผลให้ชุมชนขาดความมั่นคงจากการขาดรายได้ 2) ด้านวัฒนธรรม จะเห็นว่าการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าเดิม ชุมชนมีความเป็นอยู่แบบชีวิตวิถีใหม่ (new normal) 3) ด้านเศรษฐกิจ ไม่มีกิจกรรมการมีส่วนร่วมภายในชุมชน ในการจัดกิจกรรมประจำปี การร่วมตัวเพื่อคิดหาแนวทางการสร้างงาน สร้างรายได้ และมีค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคแพงขึ้น และคนในชุมชนมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น และ 4) สิ่งแวดล้อม พบว่า คนในชุมชนจะห่างเหินจากการดูแลพื้นที่การท่องเที่ยว ปล่อยปละละเลย เกิดปัญหาปริมาณขยะเพิ่มมาก ทำให้สภาพแวดล้อมที่ควรจะเป็นธรรมชาติหายไปและดูไม่สะอาดตา เป็นต้น เช่นเดียวกับการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ได้พบผลกระทบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสังคม ส่วนใหญ่เห็นว่า คนในชุมชนเกิดความขัดแย้งกัน และเกิดความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านวัฒนธรรม การเชื่อฟังให้ความเคารพนับถือผู้อาวุโสลดน้อยลง คนในชุมชนพูดภาษาท้องถิ่นลดน้อยลง และการแต่งกายของคนในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป ด้านเศรษฐกิจ พบว่าค่าครองชีพของคนในชุมชนเพิ่มสูงขึ้น และด้านสิ่งแวดล้อม เกิดปัญหาปริมาณขยะเพิ่มมากขึ้นในชุมชน (นาฏวดี เจือจันทร์ และคณะ, 2555 : 102 - 103)

สำหรับแนวทางการแก้ปัญหาหน่วยงาน องค์กร และชุมชนจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตนเอง (new normal) โดยการพึ่งพาการสื่อสารที่ทันสมัย น่าเชื่อถือ และรวดเร็วมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ COVID - 19 ทำให้ผู้คนระมัดระวังในการท่องเที่ยวมากขึ้น ข้อมูลข่าวจำเป็นต้องน่าเชื่อถือ มุ่งเน้นให้ความจริงกับนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดย ดับเบิ้ลยูพี (2563) ได้แนะนำให้มีการปรับกลยุทธ์จากการใช้การสื่อสารเพื่อการตลาดไปเป็นการสื่อสารเพื่อองค์กรแทน ทั้งนี้เพื่อสร้างความมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมให้กับแบรนด์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการได้ และช่องการสื่อสารที่กำลังเป็นที่นิยมในการสร้างความน่าเชื่อถือทางด้านวัฒนธรรมให้กับองค์กรอย่างรวดเร็ว คือ สื่อสังคม (social media) เนื่องจากเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับแบบทันทีทันใด ซึ่งในปัจจุบันพฤติกรรมการสื่อสารของคนยุคดิจิทัลนิยมใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น (ประภาภรณ์ รัตโน และหยกขาว สมหวัง, 2560 : 126)

แนวทางการพัฒนาเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีต่อปราสาทหมื่นชัย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการอนุรักษ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถให้ความหมายที่สำคัญได้ว่า การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจ โดยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมี

ประสิทธิภาพ เพื่อให้การ ท่องเที่ยวมีความมั่นคงยั่งยืนอยู่คู่สังคมมนุษย์ และก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ฉะนั้น แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงไม่ใช่เพียงการท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่มุ่งเสนอขายสินค้า หรือบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเดียว หากยังมุ่งประสาน ผลประโยชน์ทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอีกด้วย จะเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะส่งเสริมให้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ตรงตามความต้องการ และนำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับชุมชนและยกระดับทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นการอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม รวมไปถึงรักษาสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจกับอนุรักษ์วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องช่วยกันส่งเสริมเพื่อให้ การท่องเที่ยวบรรลุจุดมุ่งหมาย ดังกล่าว ทั้งนี้จำต้องอาศัยความร่วมมือสนับสนุนส่งเสริมจากทุกฝ่าย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งฝ่ายชุมชน ผู้นำองค์กร (อบต) โรงเรียน วัด และฝ่ายนักท่องเที่ยวเอง ต่างก็มีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการอนุรักษ์ ดังต่อไปนี้

1. ปราสาทหมื่นชัยตั้งอยู่ทางหลวงชนบท ที่ 2024 ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เป็นปราสาทองค์เดียวก่อด้วยอิฐมีประตูเข้าทางด้านทิศตะวันออก กรอบประตูและทับหลังทำด้วยหินทรายสลักรูปพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ มีสระน้ำล้อม 3 ด้าน ยกเว้นทางทิศตะวันออก ปัจจุบันเหลือเพียงผนังบางส่วน ดังนั้น ปราสาทหมื่นชัย เป็นชื่อที่มาจากภาษาเขมรถิ่นไทยว่า ปราสาทเมียนเจย เป็นโบราณสถานในศิลปะขอมที่มีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและการใช้งานที่เรียกว่าเทวาลัย สร้างอุทิศถวายเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์ ปรางค์ก่อด้วยอิฐบนฐานศิลาแลง มีกำแพงแก้วก่อด้วยอิฐที่อยู่ในสภาพพังทลาย ปราสาทหมื่นชัยถือว่าเป็นพื้นที่หนึ่งของโบราณสถานของชาติที่สำคัญ และเป็นปราสาทที่มีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย

2. บริบทตามเส้นทางการเข้าถึงปราสาทหมื่นชัยถือเป็นเส้นทางที่เข้าออกสะดวกถึงที่ตั้งบริเวณขององค์ปราสาท โดยรอบปราสาทเป็นสภาพแบบดั้งเดิมยังไม่มีการบูรณะ แต่งยังคงรักษา ดูแล และให้ความสำคัญอยู่มาก ยังเป็นสภาพแบบดั้งเดิม ในด้านอาหารมีบริการข้างถนนของชุมชนมีการประกอบค้าขาย และเพียงพอต่อการบริการ ในด้านสภาพชุมชนมีความสะอาด และมีการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีสวยงาม มีการจัดการดูแลความสะอาดเป็นตาเส้นทางเข้าชุมชน และสร้างความน่าท่องเที่ยว ปราสาทหมื่นชัยติดกับเส้นทาง กรุงเทพ- อุบลราชธานี จุดสำคัญที่น่าเข้าท่องเที่ยวมีหลวงปู่เจียม อติสโย พระมหาเถระและพระเจกิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุรินทร์ อยู่ไม่ไกลจากที่ตั้งปราสาทหมื่นชัย สามารถเข้ามาเที่ยวชมได้

3. ด้านเอกสารมีส่วนสำคัญที่ใช้สำหรับการศึกษา และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในรูปแบบสื่อออนไลน์ และที่สำคัญต้องมีการกล่าวถึง ความเป็นมาและความสำคัญของปราสาทหมื่นชัย และปัญหาที่มีกับพื้นที่นี้ เช่น ขาดการดูแล ไม่มีงบประมาณ หรือ ยังขาดการรับรู้จากชุมชนอื่นๆ เพื่อสร้างให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมจนกลายเป็นความแหนหวง เพราะถือว่าเป็นพื้นที่ที่ผู้คนสามารถเข้าถึงและมาร่วมในกิจกรรมประจำปีจึงต้องช่วยกันโดยภาคประชาชนเป็นสำคัญ เช่น ชุมชนต้องจัดการในบริบทโดยรอบปราสาทหมื่นชัย เช่นจัดกิจกรรม การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ให้สวยงาม และควรจัดทำเอกสารประจำถิ่นในโรงเรียนตนเองเพื่อให้นักเรียนได้รับทราบ รับรู้และเกิดความสำนึกรักพื้นที่ของตนเอง และจัดกิจกรรมนำเด็กนักเรียนมาทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ เช่น กิจกรรมสักการะปราสาทหมื่นชัยของฉัน กิจกรรมสำนึกรักปราสาทหมื่นชัยถิ่นบ้านเกิดของฉัน กิจกรรมวาดภาพปราสาทหมื่นชัย กิจกรรมศึกษาดูงาน ณ ปราสาทหมื่นชัยและกิจกรรมเซ่นไหว้ประจำปีเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม และให้ความสำคัญต่อพื้นที่และเป็นแรงกระตุ้นอีกทางซึ่งชุมชนสามารถสร้างได้ขึ้นมาได้ โดยการนำของผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วน

ตำบล และโรงเรียน เพื่อพัฒนาให้เป็นชุมชนเข็มแข็ง และพัฒนาแหล่งโบราณสถานปราสาทหมื่นชัยให้กลายเป็นสถานที่สวยงาม น่าแวะเข้ามาชม เป็นต้น

4. ด้านศิลปะการแสดงมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ มีการร่วมกลุ่มเพื่อสร้างองค์ความรู้ระหว่างนักวิชาการ ส่วนงานด้านวัฒนธรรมชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านและนักวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องและรับรู้พื้นที่ปราสาทหมื่นชัย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศิลปะการแสดงพื้นบ้านที่มีฐานคติมาจากความเชื่อที่มีต่อปราสาทและเกี่ยวข้องกับศาสนาพรามหณ์ ฮินดู และประวัติศาสตร์และฐานคติของชุมชนที่มีต่อปราสาทเพื่อเป็นแนวทางการสร้างสรรค์ให้เกิดกิจกรรมการแสดงที่น่าสนใจและเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างแรงจูงใจที่จะทำให้ผู้คนเข้ามาเที่ยวชมมากขึ้น ในด้านการร่ายรำแบบเฉพาะท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับปราสาทมีชัยซึ่งผู้ศึกษาอาจเสนอแนวคิดในการตั้งชื่อ เช่น ตำนานปราสาทหมื่ยชัย และศิลปะเทวะลีลาบูชาพระศิวะ เป็นต้น

5. โรงเรียนในพื้นที่ควรมีส่วนร่วมในการแสดงในชุดต่างๆ และนำศิลปะการร่ายรำไปฝึกหัดเพื่อพัฒนาต่อยอดและ กระตุ้นให้โรงเรียนตามชุมชนได้ช่วยกันส่งเสริมการสร้างสรรค์ของนักเรียน จัดพื้นที่ปราสาทหมื่นชัยให้เป็นพื้นที่เพื่อการเรียนรู้นอกชั้นเรียนและให้มีกิจกรรมให้นักเรียนแสดงความรู้และเสนอแนวคิดการนำเสนอในสิ่งที่ตนเองอยากพัฒนา สิ่งที่ควรมีในงานประเพณีและความสร้างเรื่องที่น่าสนใจและตำนานอะไรบ้าง เป็นต้น

6. การเล่าถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ความเชื่อ และความศักดิ์สิทธิ์ ของปราสาทหมื่นชัยในช่วงที่มีกิจกรรมการแสดงและงานประเพณีประจำปีเพื่อสร้างจุดเด่นและความน่าสนใจในงานและกิจกรรมที่จัดขึ้นและบรรยายถึงความสำคัญของการรักษา มรดกภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเอาไว้เพื่อเป็นอนุสรณ์และมรดกสืบทอดไว้ให้ลูกหลาน และการรับช่วงต่อไปลูกหลานจะได้เกิดความสำนึกและเกิดความภาคภูมิใจในสมบัติทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษได้สร้างเอาไว้ให้

7. ควรปรับกลยุทธ์จากการใช้การสื่อสารเพื่อการตลาดไปเป็นการสื่อสารเพื่อองค์กรแทน ทั้งนี้เพื่อสร้างความมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม และเลือกสื่อสังคม (social media) ซึ่งเป็นช่องการสื่อสารที่กำลังเป็นที่นิยมในการสร้างความน่าเชื่อถือทางด้านวัฒนธรรมให้กับองค์กรอย่างรวดเร็ว

ประโยชน์และคุณค่าที่เกิดจากการท่องเที่ยวปราสาทหมื่นชัย

1. เกิดการจัดกิจกรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน ในพื้นที่ปราสาทหมื่นชัย เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมที่มีพิธีกรรมบูชา เซ่นไหว้ บวงสรวงประจำปี ด้านคุณค่าที่เกิดจากฐานคติความเชื่อของกลุ่มชนที่มีต่ออำนาจเหนือธรรมชาติ เช่น เทพ เทวดา อารักษ์ ในด้านคุณค่าที่เกิดจากความเชื่อนี้กลุ่มชนจะช่วยกันรักษาดูแล พื้นที่ของปราสาทไว้และจัดการอนุรักษ์ สืบสาน รักษาประเพณีแซนปราสาทไว้ให้ลูกหลาน ทุกคนจะมาร่วมกันถือได้ว่าปราสาทนี้เป็นสัญลักษณ์ในการรวมญาติ ร่วมพี่น้องและชุมชนและสังคม และมีกิจกรรมตักบาตรทำบุญกับพระสงฆ์ มีการฟังธรรมะดังนั้นถือได้ว่าเป็นบริบทพื้นที่และมีความสำคัญที่ช่วยให้ชุมชน สังคม อยู่กันแบบพึ่งพาและการแลกเปลี่ยน การพูดคุยสารทุกข์กันและกันลักษณะเช่นนี้ผู้ศึกษาถือว่าเป็นคุณค่าที่เกิดจากฐานคติความเชื่อที่มีต่อปราสาทหมื่นชัย

2. คุณค่าที่มีต่อระบบจิตใจของชุมชนในเขตพื้นที่โดยรอบยังให้ความเชื่อถือในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นวิถีชีวิตวัฒนธรรมความเชื่อ จนกลายเป็นบ่อเกิดด้านพิธีกรรมต่อมา และกลายเป็นประเพณีนิยมในยุคปัจจุบันด้วย จากฐานคติในการพึ่งพาทางจิตใจ การเข้าถึงกับสัญลักษณ์ที่ผู้ศึกษาเรียกว่าพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์จึงทำให้ชุมชน สังคม ได้มีส่วนร่วม

แลกเปลี่ยน และเกิดความสามัคคี และคุณค่าทางจิตใจสามารถอธิบายได้ถึงสภาพจิตใจที่นุ่มนวลสามารถรับทราบได้ด้วยพฤติกรรมที่แสดงออกมาทางกายในลักษณะ การช่วยเหลือ เกื้อกูล และร่วมกิจกรรมและสามัคคี เป็นต้น

3. คุณค่าที่มีต่อระบบเครือญาติ การประกอบพิธีกรรมเซ่นไหว้ และการรำถวายประจำปี ชุมชนจะให้เกียรติผู้เฒ่า ผู้อาวุโสผู้มีอายุมากให้เป็นผู้นำประกอบพิธีกรรมและยกไว้ในระดับที่นำพาการกล่าวขอพร เป็นต้น

4. คุณค่าด้านวัฒนธรรมประเพณีแบบท้องถิ่น พื้นที่เป็นแหล่งอริยธรรมแห่งการเรียนรู้ ศึกษาถึงศาสนาวิทยา และภูมิศาสตร์และมนุษยและสัมคมศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นแบบดั้งเดิมดังปราสาทหมื่นชัย จะเป็นแหล่งเรียนรู้เพิ่มของโรงเรียน ชุมชน นักศึกษาได้โดยการจัดให้มีเอกสารในด้านการสร้างปราสาท ฐานคตินิยม ความเชื่อ พิธีกรรม ความสำคัญ การปกครองในสมัยโบราณและศาสนาพราหมณ์ในอดีต ความเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามากและเป็นประโยชน์ในด้านต่างๆ ต่อไปในอนาคตได้

5. คุณค่าด้านการศึกษาทางโบราณคดีในเส้นทางการเรียนรู้ทางมรดกทางวัฒนธรรม มีการพานักศึกษาเที่ยวชม ทัศนศึกษา เรียนรู้สืบค้นและให้ชุมชน ปราชญ์ นักวิชาการ มีผู้ให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ผู้ที่เข้ามาเที่ยวชมศึกษาซึ่งสามารถหาได้ไม่ยากนักและให้ชุมชนได้ตระหนังรู้ถึงคุณค่าของปราสาทที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ขึ้นเพื่ออุทิศถวายแด่เทพเจ้าถือได้ว่าเป็นภูมิความรู้อันหาค่ามิได้

บทสรุป

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปราสาทหมื่นชัย จากความสำคัญที่มีต่อพื้นที่และถือเป็นแหล่งประวัติศาสตร์โบราณสถานที่สำคัญของชุมชน กล่าวได้ว่าปราสาทหมื่นชัย เป็นชื่อที่มาจากภาษาเขมรถิ่นไทยว่าปราสาทเมียนเจย เป็นโบราณสถานในศิลปะขอมมีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม เรียกว่า เทวาลัย สร้างอุทิศถวายเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์ ฮินดู ปรางค์ก่อด้วยอิฐบนฐานศิลาแลง มีกำแพงแก้วก่อด้วยอิฐที่อยู่ในสภาพพังทลาย ปราสาทหมื่นชัยเป็นโบราณสถานที่น่ามาศึกษาและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่ง ความเชื่อที่มีการแซนแบบท้องถิ่น มีมานานหลายยุคสมัย เป็นความเชื่อของชุมชนโดยรอบที่มีต่อปราสาทหมื่นชัย มีวัตถุประสงค์เพื่อความเป็นสิริมงคลของชุมชน และเพื่อความอุดมสมบูรณ์ ด้านการเกษตรกรรม “การแซน” ให้ความสำคัญถึงการเซ่นไหว้ บูชาและเคารพ และมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ระเบียบ ขั้นตอนและรูปแบบในการประกอบพิธีกรรมการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในพื้นที่เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปราสาทหมื่นชัย ประโยชน์และคุณค่าที่เกิดจากการท่องเที่ยวปราสาทหมื่นชัย คือ คุณค่าที่เกี่ยวข้องกับระบบจิตใจเป็นสำคัญที่ชุมชนในเขตพื้นที่โดยรอบยังให้ความเชื่อถือในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นวิถีด้านวัฒนธรรมความเชื่อ และก่อให้เกิดพิธีกรรมที่มีต่อปราสาทหมื่นชัย คุณค่าด้านการพึ่งพาทางจิตใจ และคุณค่าที่เกี่ยวกับระบบเครือญาติ คุณค่าด้านวัฒนธรรมประเพณีแบบท้องถิ่น คุณค่าด้านการศึกษาทางโบราณคดีในเส้นทางการเรียนรู้ทางมรดกทางวัฒนธรรม แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในพื้นที่ปราสาทหมื่นชัย มีแนวทางเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นในพื้นที่ปราสาทหมื่นชัย ดังนี้ 1) การเข้าถึงและเส้นทางเข้าออกสะดวก 2) ด้านเอกสารมีส่วนสำคัญสำหรับการศึกษา การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่และที่สำคัญต้องกล่าวถึงความเป็นมา ความสำคัญของปราสาทในรูปแบบสื่อออนไลน์ 3) สร้างศิลปะการแสดง ควรมีการร่วมกลุ่มเพื่อสร้างความรู้ระหว่าง นักวิชาการ ส่วนงานด้านวัฒนธรรม ปราชญ์ชาวบ้าน และนักวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องและรับรู้พื้นที่ปราสาทหมื่นชัย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศิลปะการแสดงที่มีฐานคติมาจากความเชื่อศาสนาพรามหณ์ ฮินดู ประวัติศาสตร์และฐานคติของชุมชน 4) โรงเรียนในพื้นที่ควรมีส่วนร่วมในการร่วมแสดงและนำศิลปะการร่ายรำไปฝึกเพื่อพัฒนาต่อยอดกระตุ้นให้โรงเรียนตามชุมชนได้ช่วยกันส่งเสริม

ด้านการสร้างสรรค์ของนักเรียน 5) ต้องมีการเล่าถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ความเชื่อและความศักดิ์สิทธิ์ในช่วงที่มีกิจกรรมการแสดงและงานประเพณีเพื่อสร้างจุดน่าสนใจในงานและบรรยายถึงความสำคัญของการรักษามรดกภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเอาไว้เพื่อเป็นอนุสรณ์ และ 6) ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อองค์กรโดยใช้สื่อสังคมให้ประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2562, จาก : http://tourism-dan1.blogspot.com.

ดับเบิ้ลยูพี. (2563). *อัพเดท 'พฤติกรรมคนไทย' เปลี่ยนไปจากผลกระทบ COVID - 19 กับแนวทางปรับตัว '7 กลุ่มธุรกิจใหญ่' ของไทย* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2564, จาก : https://www.marketingoops.com /reports/behaviors/thai-consumer-behaviour-changed-in-covid-19-situation-and-business-guideline-for-7-industry-in-thailand/

นาฏวดี เจือจันทร์, สุนันทา เลาวัณย์ศิริ, วีระพล ทองมา. (2555). ผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ: กรณีศึกษา ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 7(22), 97 - 108.

ประภาภรณ์ รัตโน และหยกขาว สมหวัง. (2560). อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมและการสื่อสารในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไทยในจีน. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 5(1), 121 - 136.

พระปลัดสุดฤทธิ์ ธนสาโร และยโสธารา ศิริภาประภากร. (2563). ศาสนากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมเส้นทางแสวงบุญสู่วัดไพรพัฒนา จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 4(1), 79 - 92.

ยโสธารา ศิริภาประภากร. (2560). "ระเบี๊ยบเกรืองเซน" องค์ประกอบขั้นตอนของพิธีกรรม กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเขมรตามความเชื่อในพิธีกรรมโจ็ลมะม๊วต. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี*, 1(1), 131 - 142.

ยโสธารา ศิริภาประภากร. (2563*).* การศึกษาจุดยุทธศาสตร์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการพัฒนาระหว่างราชอาณาจักรไทยและกัมพูชา*. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 4(1), 53 - 66.

ยโสธารา ศิริภาประภากร และสุริยา คลังฤทธิ์. (2562). *รายงานผลการศึกษากิจกรรมพิธีบูชาประจำปีปราสาทหมื่นชัย จังหวัดสุรินทร์*. สุรินทร์. 42 หน้า.

ยโสธารา ศิริภาประภากร และสำเริง อินทยุง. (2561). อัตลักษณ์ของปราสาทขอมกับการพัฒนาชุมชนในจังหวัดสุรินทร์. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติราชมงคลสุรินทร์วิชาการ ครั้งที่ 9*, 29 – 31 สิงหาคม 2561. 452 – 461. สุรินทร์ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์.

ศิริพร สุเมธารัตน์. (2535). *ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเมืองสุรินทร์.* สุรินทร์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. 496 หน้า.

สุริยา คลังฤทธิ์, ยโสธารา ศิริภาประภากร, ฉัตราภรณ์ จันทร์แจ่มธารี. (2562). การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มชาวกูย. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 3(1), 52 – 58.

สุริยา คลังฤทธิ์, ยโสธารา ศิริภาประภากร, ภัสสร มิ่งไธสง. (2561). แซนพนม : ภูมิปัญญาเขมรโบราณมิติความสัมพันธ์ระหว่างคน สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และสิ่งแวดล้อม กรณีชุมชนรอบเขาพนมรุ้ง. *วารสารวิจัยสังคม,* 41(2), 177 - 194.

อมรา พงศาพิชญ์. (2541). *วัฒนธรรมศาสนาและชาติพันธุ์ : วิเคราะห์สังคมไทยแนวมานุษยวิทยา.* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 231 หน้า.

Flew, T. and Kirkwood, K. (2021). The Impact of COVID - 19 on Cultural Tourism : Art, Culture and Communication in Four Regional Sites of Queensland, Australia. *Media International Australia*, 178(1), 16 – 20.

บุคลานุกรม

ศิลปินแห่งชาติ. (ผู้ให้สัมภาษณ์). ยโสธารา ศิริภาประภากร (ผู้สัมภาษณ์). ที่ ปราสาทหมื่นชัย ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์. เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2562. เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2562.

เกี่ยวกับวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ

ชื่อวารสาร (ภาษาไทย) : **วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์**

ชื่อวารสาร (ภาษาอังกฤษ) : **Journal of Management Science Research, Surindra Rajabhat University**

ISSN (Print) : **2586 – 8691**

ISSN (Online) : **2730 – 1877**

เกี่ยวกับวารสาร

วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ เป็นวารสารทางด้านการบริหารธุรกิจที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้า การดำเนินงานวิจัย และการเผยแพร่ความรู้และวิทยาการในศาสตร์ของบริหารธุรกิจผ่านผลงานวิจัยและผลงานวิชาการ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจระหว่าง นักวิชาการ นักบริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป

วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ เป็นวารสารที่ ตีพิมพ์ปีละ 2 ครั้ง คือ ทุกสิ้นเดือน มิถุนายน และ ธันวาคม บทความที่จะได้รับลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง และเป็นบทความที่มีประโยชน์ในทางวิชาการโดยวารสารวิจัยวิทยาการจัดการรับพิจารณาบทความวิชาการ (academic article) และบทความวิจัย (research article) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศาสตร์การบริหารธุรกิจในสาขาต่างๆ อาทิเช่น การบัญชี การเงินและการธนาคาร การจัดการธุรกิจ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร ซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวและโรงแรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และเศรษฐศาสตร์

นโยบายของวารสาร

1. การพิจารณาบทความตีพิมพ์ พิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 2 ท่านทั้งนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process) และได้รับความเห็นชอบจากบรรณาธิการละกองบรรณาธิการของวารสาร

2. เนื้อหาในบทความเป็นความคิดเห็นและอยู่ในความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความ มิใช่เป็นความเห็นและความรับผิดชอบใดๆ ของวารสารและคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ทั้งนี้ไม่รวมความผิดพลาดอันเกิดจากการพิมพ์

3. บทความที่จะตีพิมพ์ในวารสาร ต้องไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความเอง

การพิจารณากลั่นกรองบทความ (Review Process)

บทความที่ส่งมายังกองบรรณาธิการวารสาร จะได้รับการแจ้งให้ผู้ส่งบทความทราบว่าได้รับแล้ว จากนั้นกองบรรณาธิการจะกลั่นกรองบทความโดยพิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร ประโยชน์ทางด้านวิชาการและการนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ บทความที่ผ่านขั้นตอนนี้จะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 2 ท่าน เพื่อพิจารณากลั่นกรองและตรวจสอบคุณภาพของบทความและความเหมาะสมในการตีพิมพ์ กองบรรณาธิการวารสารจะส่งบทความที่ผ่านการพิจารณาจากขั้นตอนนี้ให้กับผู้ส่งบทความนำกลับไปแก้ไขตามข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่งหรือปฏิเสธการลงตีพิมพ์

การติดต่อ (Contact)

กองบรรณาธิการวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
เลขที่ 186 หมู่ 1 ถ.สุรินทร์ – ปราสาท
ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000
โทร.044521392 หรือโทร. 0887235944
อีเมล์ jmsr@srru.ac.th
เว็บไซต์ https://jmsr.srru.ac.th

คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ

วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ (Journal of Management Science Research) เป็นวารสารที่รับตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ โดยออกวารสารปีละ 2 ฉบับ ได้แก่ ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคมถึงมิถุนายน และฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม ประเภทของผลงานทางวิชาการที่รับพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารมี 2 ประเภท ได้แก่ บทความวิชาการ และบทความวิจัย สำหรับสาขาที่เปิดรับ ได้แก่ การบัญชี การเงินและการธนาคาร การจัดการธุรกิจ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร ซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวและโรงแรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และเศรษฐศาสตร์

บทความที่ส่งเข้ามาจะได้รับประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน โดยพิจารณาแบบปกปิดรายชื่อทั้งผู้เขียนบทความ ผู้พิจารณาบทความ และผู้เกี่ยวข้อง (double blind review) นอกจากนี้บทความจะต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาจากที่อื่น หรือเป็นบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารอื่น หรือตีพิมพ์ในเอกสารสืบเนื่องจากงานประชุมวิชาการ (proceeding) มาแล้ว

1. การพิจารณาเบื้องต้น

1.1 ประเภทของบทความ วารสารรับพิจารณาประเภทผลงานทางวิชาการ ดังนี้

1) บทความวิชาการ เป็นบทความทางวิชาการที่มีเนื้อหาสาระทางวิชาการถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย มีแนวคิดและการนำเสนอที่ชัดเจนเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา (ส่วนที่ 1 ปูพื้นฐานความรู้ในเรื่องที่จะกล่าวถึง ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล/การโต้แย้งข้อเท็จจริง/การถกเถียง/การใช้เหตุผล/ใช้หลักฐานข้ออ้างเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน ส่วนที่ 3 เสนอความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ) บทสรุป กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) เอกสารอ้างอิง

2) บทความวิจัย เป็นงานวิจัยที่มีกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอนถูกต้องเหมาะสมตามระเบียบวิธีวิจัย ผลงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางวิชาการหรือนำไปใช้ประโยชน์ได้ ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ของงานวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัย สรุปและอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) เอกสารอ้างอิง

1.2 สาขาของบทความ วารสารรับพิจารณาสาขาของบทความ ดังนี้

การบัญชี การเงินและการธนาคาร การจัดการธุรกิจ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร ซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวและโรงแรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และเศรษฐศาสตร์

1.3 รูปแบบการเขียนบทความ

วารสารรับพิจารณาเฉพาะบทความที่เขียนตามรูปแบบที่วารสารกำหนดไว้เท่านั้น (ดูข้อ 2 รูปแบบการเขียนบทความ)

2. รูปแบบการเขียนบทความ

2.1 การตั้งค่าหน้ากระดาษและตัวอักษรที่พิมพ์

ตั้งค่ากระดาษเป็น A4 ตัวอักษรที่พิมพ์ให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 พอยต์ สีดำ แบบเดียวกันตลอดทั้งบทความ ยกเว้นชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่ใช้ตัวอักษร ขนาด 16 พอยต์ หรือในบางกรณีการจัดพิมพ์ในตารางหรือรูปที่มีความจำเป็นต้องใช้ตัวอักษรขนาดเล็กลงเพื่อให้อยู่ในกรอบของการวางรูปกระดาษก็สามารถทำได้ หรือมีความความจำเป็นต้องใช้สัญลักษณ์หรือตัวพิมพ์พิเศษจากคอมพิวเตอร์ก็สามารถทำได้ โดยกำหนดให้ใช้ Equation ของ Microsoft Word

2.2 ระยะห่างของขอบกระดาษ

การตั้งระยะของการพิมพ์ให้เว้นขอบกระดาษ ดังนี้

1. ห่างจากขอบกระดาษด้านบน ระยะห่าง 3.81 ซม.
2. ห่างจากขอบกระดาษด้านซ้ายมือ ระยะห่าง 3.81 ซม.
3. ห่างจากขอบกระดาษด้านขวามือ ระยะห่าง 2.54 ซม.
4. ห่างจากขอบกระดาษด้านล่าง ระยะห่าง 2.54 ซม.
5. ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1.0

2.3 การย่อหน้า

ให้เว้นระยะจากด้านซ้ายมือ 1 แท็บ (Tab) ให้เริ่มต้นที่ระยะ 1.25 ซม. แท็บต่อไป เพิ่มขึ้นอีกแท็บละ 0.5 ซม. เช่น 1.25, 1.75, 2.25, 2.75 เป็นต้น

2.4 จำนวนหน้าของบทความ

จำนวนหน้า 8 – 15 หน้า (รวมตาราง กราฟ และรูปภาพ)

2.5 เนื้อหาของบทความวิจัย ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง (title) พิมพ์ทั้งชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. ชื่อผู้เขียน (author) ให้พิมพ์ทั้งชื่อและนามสกุลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษทุกคน โดยผู้เขียนหลักจะต้องใส่เครื่องหมาย * ไว้ท้ายเชิงอรรถ (footnote) และชื่อผู้เขียนหลัก เช่น วิจิตรา โพธิสาร[1*] เป็นต้น

3. ที่อยู่ (address) ให้พิมพ์สังกัดและที่อยู่ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หากเป็นนักศึกษา หรืออาจารย์ให้ระบุ สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัยที่ตนสังกัดอยู่

4. อีเมล ให้พิมพ์อีเมลของผู้เขียนหลักหรือผู้ประสานงานบทความ หลังข้อความ *Corresponding author, e-mail:

5. บทคัดย่อ (abstract) ให้พิมพ์บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเนื้อหาทั้งสองภาษาจะต้องสอดคล้องกัน และถูกต้องตามหลักไวยกรณ์ <u>จำนวนคำที่ปรากฏจะต้องไม่เกิน 400 คำ</u> ให้กำหนดคำสำคัญ (keywords) จำนวน 3 – 5 คำ เพื่อให้ในการสืบค้นบทความ

6. บทนำ (introduction) ชี้แจงถึงที่มาของเรื่องและเหตุผลที่ศึกษาเรื่องนั้น แสดงให้เห็นว่าปัญหาหรือหัวข้อวิจัยนั้นมีความสำคัญมีคุณค่าควรแก่การศึกษาค้นคว้าหาคำตอบ อาจกล่าวถึงปรากฏการณ์ที่เป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขทางความรู้ โดยยกทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิง สนับสนุน

7. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย (objectives) ชี้แจงถึงความมุ่งหมายของการวิจัยว่าต้องการศึกษาอะไร หากมีวัตถุประสงค์มากกว่าหนึ่งประการให้เขียนแยกเป็นข้อๆ เรียงลำดับตามความสำคัญ

8. กรอบแนวคิดในการวิจัย (conceptual framework) (ถ้ามี) เป็นการประมวลความคิดรวบยอดของงานวิจัยที่แสดงความเกี่ยวข้องระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

9. ระเบียบวิธีวิจัย (research methodology) อธิบายถึงวิธีดำเนินการศึกษา โดยกล่าวถึงประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่มาของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้เครื่องมือ และสถิติที่ใช้ในการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล อาจแบ่งเนื้อหาเป็นหัวข้อย่อย เช่น

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยชี้ให้เห็นถึงลักษณะของประชากรว่าใครเป็นประชากร ใช้ทั้งหมดหรือบางส่วน ถ้าใช้บางส่วน มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างไร จำนวนตัวอย่างมีขนาดเท่าใด เป็นต้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ โดยให้ระบุว่าใช้เครื่องมืออะไร เครื่องมือนั้นมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด หากเป็นเครื่องมือที่ผู้เขียนสร้างขึ้นเองก็ต้องอธิบายถึงการสร้าง และการพัฒนาคุณภาพของเครื่องมือรวมทั้งต้องชี้แจงให้ชัดเจนด้วยว่าเครื่องมือที่สร้างมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ เช่น ถ้าใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเองก็ต้องอธิบายถึงวิธีสร้างแบบสอบถาม การทดสอบถึงความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม เป็นต้น

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ให้อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลว่ารวบรวมข้อมูลเมื่อไร อย่างไร เพื่อแสดงให้เห็นว่าได้ใช้วิธีการที่ทำให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้เช่น ถ้าใช้แบบสอบถาม ต้องอธิบายถึงวิธีส่ง วิธีเก็บแบบสอบถาม เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ให้ระบุวิธีการจัดกระทำกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ ว่ามีหลักเกณฑ์อย่างไร อธิบายถึงสถิติที่ใช้ในการวิจัย ว่าวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติอย่างไร ใช้หลักเกณฑ์อะไรในการตัดสินว่ายอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน

หากงานวิจัยเป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ให้ผู้เขียนระบุข้อมูลให้ครบถ้วนทั้งหมดในหัวข้อเดียวกัน

10. ผลการวิจัย (result) ให้พิมพ์ผลการวิจัยให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สามารถนำเสนอในรูปแบบข้อความ ตาราง กราฟ หรือรูปภาพ เป็นต้น

11. สรุปและอภิปรายผล (conclusion and discussion) เป็นการสรุปผลที่ได้จากการศึกษาหรือวิจัย ควรมีการอภิปรายผลที่เป็นการขยายองค์ความรู้ที่ได้จากการสรุปผลให้กว้างขวางและชัดเจนขึ้น เป็นการวิจารณ์ในเชิงเหตุผลถึงงานวิจัยที่ทำไปแล้ว ว่าเหตุใดผลการวิจัยจึงปรากฏเช่นนั้น ทั้งนี้โดยยึดวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัยเป็นแนวทาง

12. ข้อเสนอแนะ (suggestion) เป็นส่วนที่ผู้เขียนให้ข้อเสนอแนะในประเด็นหรือแง่มุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและข้อค้นพบจากการวิจัย แยกเป็นสองด้าน โดยมี (1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ว่าผลการวิจัยนี้จะนำไปใช้ประโยชน์หรือประยุกต์ในด้านต่างๆ ได้อย่างไร และ (2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อขยายโครงสร้างงานด้านต่างๆ ของงานวิจัยให้กว้างขวาง และครอบคลุมปัญหาของการวิจัยให้ละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

13. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (acknowledgement) เป็นการกล่าวถึงทุนที่สนับสนุนการดำเนินงานวิจัย โดยระบุ ชื่อทุน ชื่อหน่วยงานหรือผู้ให้ทุน และปีงบประมาณที่ได้รับ ซึ่งหากไม่มีทุนสนับสนุนงานวิจัยก็ไม่ต้องระบุ

14. เอกสารอ้างอิง (references) ให้ใช้ระบบอ้างอิงตามระบบนามปี (name and year system) โดยยึดรูปแบบของ APA (American Psychological Association) (ดูข้อ 3 การเขียนเอกสารอ้างอิง)

3. การเขียนเอกสารอ้างอิง

3.1 รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิง มีรายละเอียดดังนี้

1. กำหนดรูปแบบการอ้างอิงแบบ APA

2. ในการอ้างอิงเนื้อหาทุกอันจะต้องระบุเลขหน้าอ้างอิง ยกเว้น กรณีที่สืบค้นจากเว็บไซต์ที่ไม่มีเลขหน้า แต่หากในเว็บไซต์เป็นไฟล์ที่มีเลขหน้าให้ระบุเลขหน้าด้วย

3. ให้ใส่เอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยก่อน โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรของชื่อผู้เขียน จากนั้นเป็นใส่อ้างอิงที่เป็นภาษาอังกฤษ โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรของนามสกุลผู้เขียน

4. กรณีที่ชื่อผู้แต่ง และปี พ.ศ.ที่แต่งเหมือนกัน การอ้างอิงในเอกสารให้เพิ่มอักษร ก ข ค ตามลำดับหลังปี พ.ศ. เช่น วิจิตรา โพธิสาร (2560ก : 12) วิจิตรา โพธิสาร (2560ข : 102) เป็นต้น

3.2 ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงในเรื่องจากเอกสารต่างๆ

1. กรณีที่ผู้แต่งมี 1 คน

ภาษาไทย กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

วิจิตรา โพธิสาร (2560 : 121) กล่าวว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (วิจิตรา โพธิสาร, 2560 : 121)

ภาษาอังกฤษ กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

Potisarn (2017 : 121) รายงานว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (Potisarn, 2017 : 121)

2. กรณีที่ผู้แต่งมี 2 คน

ภาษาไทย กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

วิจิตรา โพธิสาร และนงนุช มะลิทอง (2560 : 121) กล่าวว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (วิจิตรา โพธิสาร และนงนุช มะลิทอง, 2560 : 121)

ภาษาอังกฤษ กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

Potisarn and Malithong (2017 : 121) รายงานว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (Potisarn and Malithong, 2017 : 121)

3. กรณีที่ผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป

ภาษาไทย กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

วิจิตรา โพธิสาร และคณะ (2560 : 121) กล่าวว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (วิจิตรา โพธิสาร และคณะ, 2560 : 121)

ภาษาอังกฤษ กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

Potisarn *et al.* (2017 : 121) รายงานว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (Potisarn *et al.*, 2017 : 121)

4. กรณีสัมภาษณ์ เพื่อให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ให้ระบุนามสมมติของผู้ถูกสัมภาษณ์ เช่น “การใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเรื่องยากสำหรับผู้สูงอายุ...” (ชาวบ้าน ก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2561)

5. กรณีหน่วยงานเป็นผู้แต่ง

กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

องค์การบริหารส่วนตำบลนอกเมือง (2560 : 121) กล่าวว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (องค์การบริหารส่วนตำบลนอกเมือง, 2560 : 121)

6. กรณีไม่มีชื่อผู้แต่ง ไม่มีชื่อหน่วยงานให้ใช้ชื่อเอกสารแทน

กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

คู่มือทำกินในยุค 4G (2560 : 121) กล่าวว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (คู่มือทำกินในยุค 4G, 2560 : 121)

7. กรณีไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ให้ใช้อักษรย่อ ม.ป.ป. หรือ n.d.

ภาษาไทย กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

วิจิตรา โพธิสาร และคณะ (ม.ป.ป. : 121) กล่าวว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (วิจิตรา โพธิสาร และคณะ, ม.ป.ป. : 121)

ภาษาอังกฤษ กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:

Potisarn and Malithong (n.d. : 121) รายงานว่า ....

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (Potisarn and Malithong, n.d. : 121)

8. กรณีมีแหล่งอ้างอิงมากกว่า 1 รายการ ให้ใส่รายการอ้างอิงทั้งหมด โดยใช้เครื่องหมายอัฒภาค (;) คั่นระหว่างแหล่งอ้างอิง โดยให้เรียงปีที่พิมพ์ก่อนไปหลังตามลำดับ หากเป็นปีเดียวกันให้เรียงลำดับตามตัวอักษร

ภาษาไทย กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (ธีรวัตร์ ภูระธีรานรัชต์, 2559 : 34; วิจิตรา โพธิสาร และคณะ, 2560 : 121; องค์การบริหารส่วนตำบลนอกเมือง, 2561 : 55)

ภาษาอังกฤษ กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (Purateeranrath, 2016 : 34; Potisarn *et al.*, 2017 : 121; Nok Mueang Subdistrict Administration Organization, 2018 : 55)

9. กรณีอ้างถึงแหล่งอ้างอิงอื่นเนื่องจากไม่สามารถอ้างอิงจากแหล่งเดิมได้

ภาษาไทย กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (จอห์น บูท, ม.ป.ป. : 70 อ้างอิงใน วิจิตรา โพธิสาร, 2560 : 121)

ภาษาอังกฤษ กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (Booth, n.d. : 70 as cited in Potisarn, 2017 : 121)

3.3 ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงท้ายเรื่องจากเอกสารต่างๆ

1. การเขียนชื่อผู้แต่ง

1.1 กรณีผู้เขียน 1 คน

ภาษาไทย วิจิตรา โพธิสาร. (2560).....

ภาษาอังกฤษ Potisarn, W. (2017).....

1.2 กรณีผู้เขียน 2 คน

ภาษาไทย วิจิตรา โพธิสาร และนงนุช มะลิทอง. (2560).....

ภาษาอังกฤษ Potisarn, W. and Malithong, N. (2017).....

1.3 กรณีผู้เขียนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 6 คน ให้ใส่ชื่อผู้เขียนทุกคน โดยใส่เครื่องหมาย (,) กั้นระหว่างชื่อ

ภาษาไทย วิจิตรา โพธิสาร, จักรพงษ์ เจือจันทร์, สุรีย์ฉาย สุคันธรัต, ประภาพร บุญปลอด. (2562).....

ภาษาอังกฤษ Potisarn, W., Juajun, J., Sukantarat, S., Boonplod, P. (2019).....

1.4 กรณีผู้เขียนเกิน 6 คน ให้ใส่ให้ครบทั้ง 6 คน และคนที่ 7 เป็นต้นไปให้ใส่ และคณะ หรือ *et al.*

ภาษาไทย วิจิตรา โพธิสาร, จักรพงษ์ เจือจันทร์, สุรีย์ฉาย สุคันธรัต, ประภาพร บุญปลอด, มัญญนา จำปาเทศ, เสาวนีย์ ปรางค์ชัยกุล, และคณะ. (2562).....

ภาษาอังกฤษ Potisarn, W., Juajun, J., Sukantarat, S., Boonplod, P., Champathet, M., Prangchaikul, S., *et al.* (2019).....

2. อ้างอิงจากวารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสารหรือนิตยสาร,* ปีที่(ฉบับที่), หน้า.

อลงกรณ์ อัมพุช และวิจิตรา โพธิสาร. (2061). การออกแบบและพัฒนาสื่อประสมเรื่องประชาคมอาเซียนของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 9(2), 60 - 66.

3. อ้างอิงจากเอกสารสืบเนื่องจากงานประชุมวิชาการ หรือสัมมนา

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ใน *ชื่อการประชุม*, วัน เดือน ปี ที่จัด. หน้า. เมืองที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

จักรพงษ์ เจือจันทร์ และวิจิตรา โพธิสาร. (2561). พัฒนาการของตลาดสดเทศบาลเมืองสุรินทร์และผู้ค้ารายย่อย. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติราชมงคลสุรินทร์วิชาการ ครั้งที่ 9*, 29 – 31 สิงหาคม 2561. 2120 – 2133. สุรินทร์ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์.

4. อ้างอิงจากหนังสือ หรือรายงาน หรือคู่มือ

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเรื่อง*. (พิมพ์ครั้งที่). เมืองที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์. จำนวนหน้า.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น. 228 หน้า.

5. อ้างอิงจากเว็บไซต์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเรื่อง*. รายละเอียดการพิมพ์ (ถ้ามี) [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก : ที่อยู่เว็บไซต์.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. (2562). *ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2562, จาก : https://mis.srru.ac.th/#eoffice/summaries.

6. อ้างอิงจากวิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อวิทยานิพนธ์*. ระดับปริญญาของวิทยานิพนธ์. ชื่อมหาวิทยาลัย.

ธัญมน ทวีธรรมถาวร. (2559). *ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อความงาม (beauty drink) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

7. อ้างอิงบทสัมภาษณ์

นามสมมติ (ผู้ให้สัมภาษณ์). ชื่อผู้สัมภาษณ์ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ สถานที่ที่สัมภาษณ์. เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2562.

ชาวบ้าน ก (ผู้ให้สัมภาษณ์). วิจิตรา โพธิสาร (ผู้สัมภาษณ์). ที่ องค์การบริหารส่วนตำบลนอกเมือง หมู่ 15 ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ สุรินทร์ 32000. เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2562.

4. การใส่ตาราง

1. ใส่คำว่า “ตารางที่” อยู่ด้านบนของตารางให้ชิดขอบกระดาษด้านซ้ายมือ และอยู่ห่างจากเส้นบนของตาราง 1 บรรทัด ส่วนคำว่า “ที่มา” (ถ้ามี) วางไว้ด้านล่างของตาราง ให้พิมพ์ต่อจากตารางได้โดยไม่ต้องเว้นบรรทัด และพิมพ์ชิดขอบตารางด้านซ้าย ตามด้วยเครื่องหมายทวิภาค (:) แล้วเว้นระยะห่าง 1 ตัวอักษร จึงบอกแหล่งที่มาของข้อมูล

2. การใช้เลขกำกับตาราง ให้ใช้เลขอารบิค เรียงลำดับต่อเนื่องกันไป เช่น ตารางที่ 1 ตารางที่ 2 เป็นต้น

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ลำดับ	โซน	มหาวิทยาลัยราชภัฏ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1	ตอนบน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	18,951	202
2	ตอนกลาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	9,741	104
3	ตอนล่าง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์	7,012	75
		รวม	35,704	380

ที่มา: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี (2562); มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (2562); มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ (2562)

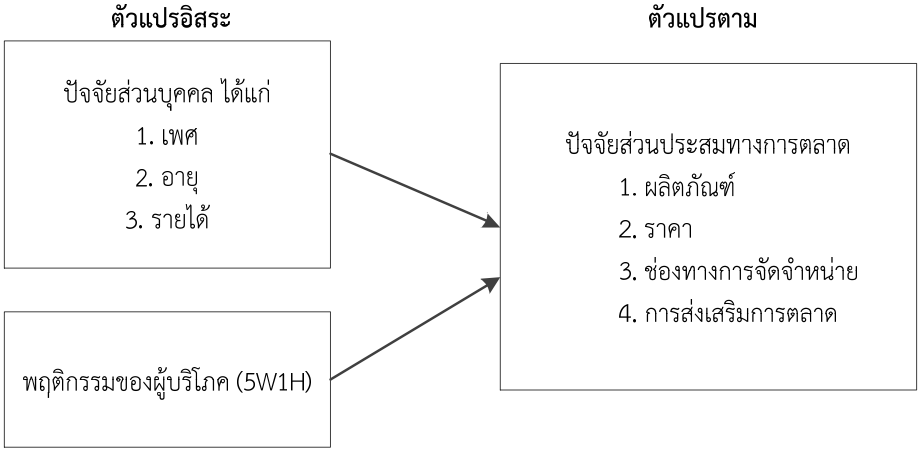
5. การใส่รูปภาพ

1. รูปภาพ หมายถึง แผนภูมิ แผนที่ กราฟ ภาพถ่าย ภาพวาด เว็บไซต์ เป็นต้น

2. การให้ลำดับที่ของภาพ ใช้รูปแบบเดียวกับการให้ลำดับที่ของตาราง และให้พิมพ์ตัวอักษรตัวหนา คำว่า “รูปที่” และ “เลขลำดับภาพ” ส่วนชื่อภาพหรือคำอธิบายภาพให้ใช้ตัวอักษรปกติ

3. ให้จัดวางตำแหน่งของรูปภาพไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษตามความเหมาะสมสวยงามของหน้ากระดาษ กรณีที่ไม่สามารถบรรจุภาพในหน้าเดียวได้ ให้ย่อส่วนลงตามความจำเป็น หรือให้บรรจุส่วนที่เหลือในหน้าถัดไป โดยพิมพ์คำว่า รูปที่ และเลขลำดับที่ของภาพ แล้วตามด้วยคำว่า (ต่อ)

4. ที่มาของรูปภาพใช้รูปแบบเดียวกับที่มาของตาราง



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

6. การส่งบทความต้นฉบับ

1. ผู้ที่ประสงค์จะส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ ต้องเขียนบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด และจัดส่งแบบฟอร์มส่งบทความ และต้นฉบับบทความพร้อมไฟล์ (Microsoft Word) ผ่านระบบ ThaiJo ที่ URL https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jmsr หรือแสกน QR Code

2. ไฟล์ที่จะส่งประกอบด้วย

2.1 ไฟล์บทความ จำนวน 1 ชุด

2.2 ไฟล์แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ จำนวน 1 ฉบับ

7. ค่าธรรมเนียมการลงตีพิมพ์

1. เริ่มเก็บค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์ สำหรับบทความที่ส่งเข้าระบบตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2564 เป็นต้นไป

2. ค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์ : บทความภาษาไทย 3,000 บาท และบทความภาษาอังกฤษ 4,500 บาท

3. กรณีที่บทความไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ วารสารขอแจ้งว่า วารสารจะไม่คืนเงินค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์

4. ช่องทางการชำระค่าธรรมเนียม กำหนดให้โอนเงินค่าธรรมเนียมผ่านทางบัญชีธนาคาร ดังนี้

ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ธนาคาร กรุงเทพ สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

เลขที่บัญชี 644-0-30330-0

(ให้ชำระเงินค่าธรรมเนียมหลังจากได้รับแจ้งจากวารสารเท่านั้น)

8. ช่องทางการติดต่อสื่อสาร

นางวิจิตรา โพธิสาร โทร. 088-7235944 (วันและเวลาราชการ)

อีเมล jmsr@srru.ac.th

เว็บไซต์ https://jmsr.srru.ac.th

ที่อยู่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

186 หมู่ 1 ถ.สุรินทร์-ปราสาท ต.นอกเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000

โทรศัพท์ 044 – 512382

ตัวอย่างเทมเพลส
บทความวิจัย

[ชื่อเรื่องภาษาไทย]
[ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ]

[ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่1] [1*] [ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่2] [2] [ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่3] [3]
[ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่1] [1*] [ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่2] [2] [ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่3] [3]
*Corresponding author, e-mail: [ใส่อีเมล์ผู้เขียนหลัก]

บทคัดย่อ

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

คำสำคัญ: [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

Abstract

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

Keywords: [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด], [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด], [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

บทนำ

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

---

[1] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[2] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[3] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี)

[ดับเบิ้ลคลิ๊กเพื่อเพิ่มกรอบรูปภาพ]

รูปที่ 1 [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

การวิเคราะห์ข้อมูล

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ผลการวิจัย

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ตารางที่ 1 [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	**[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]**	**[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]**
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ที่มา: [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด] (ถ้ามี)

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

สรุปและอภิปรายผล

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

เอกสารอ้างอิง

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ตัวอย่างเทมเพลส
บทความวิชาการ

[ชื่อเรื่องภาษาไทย]
[ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ]

[ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่1] [1*] [ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่2] [2] [ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่3] [3]
[ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่1] [1*] [ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่2] [2] [ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่3] [3]
*Corresponding author, e-mail: [ใส่อีเมล์ผู้เขียนหลัก]

บทคัดย่อ

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

คำสำคัญ: [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

Abstract

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

Keywords: [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด], [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด], [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

บทนำ

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[เนื้อหาส่วนที่1ปูพื้นฐานความรู้ในเรื่องที่จะกล่าวถึง]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[เนื้อหาส่วนที่2วิเคราะห์ข้อมูล/การโต้แย้งข้อเท็จจริง/การถกเถียง/การใช้เหตุผล/ใช้หลักฐานข้ออ้าง]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

---

[1] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[2] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[3] [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[ดับเบิ้ลคลิ๊กเพื่อเพิ่มกรอบรูปภาพ]

รูปที่ 1 [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ตารางที่ 1 [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	**[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]**	**[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]**
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]
[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]	[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

ที่มา: [คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด] (ถ้ามี)

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[เนื้อหาส่วนที่3เสนอความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

บทสรุป

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

เอกสารอ้างอิง

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

[คลิกที่นี่เพื่อพิมพ์รายละเอียด]

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์

วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

(กรุณาส่งมาพร้อมกับบทความ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี).....

หน่วยงาน.....คณะ.....

ขอส่งบทความ ☐ ภาษาไทย ☐ ภาษาอังกฤษ

ประเภท ☐ บทความวิจัย (Research Paper) ☐ บทความวิชาการ (Academic Paper)

ชื่อบทความ (ภาษาไทย)

.....

.....

ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ)

.....

.....

คำสำคัญ (ภาษาไทย)

.....

Keywords (ภาษาอังกฤษ)

.....

ที่อยู่ติดต่อ เลขที่.....หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร..... E–mail.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า บทความนี้ไม่เคยลงพิมพ์ที่ใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอ เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้า และข้าพเจ้าได้รับทราบและยอมรับข้อกำหนดและนโยบายการพิจารณาตีพิมพ์บทความของวารสารวิจัยวิทยาการจัดการแล้ว

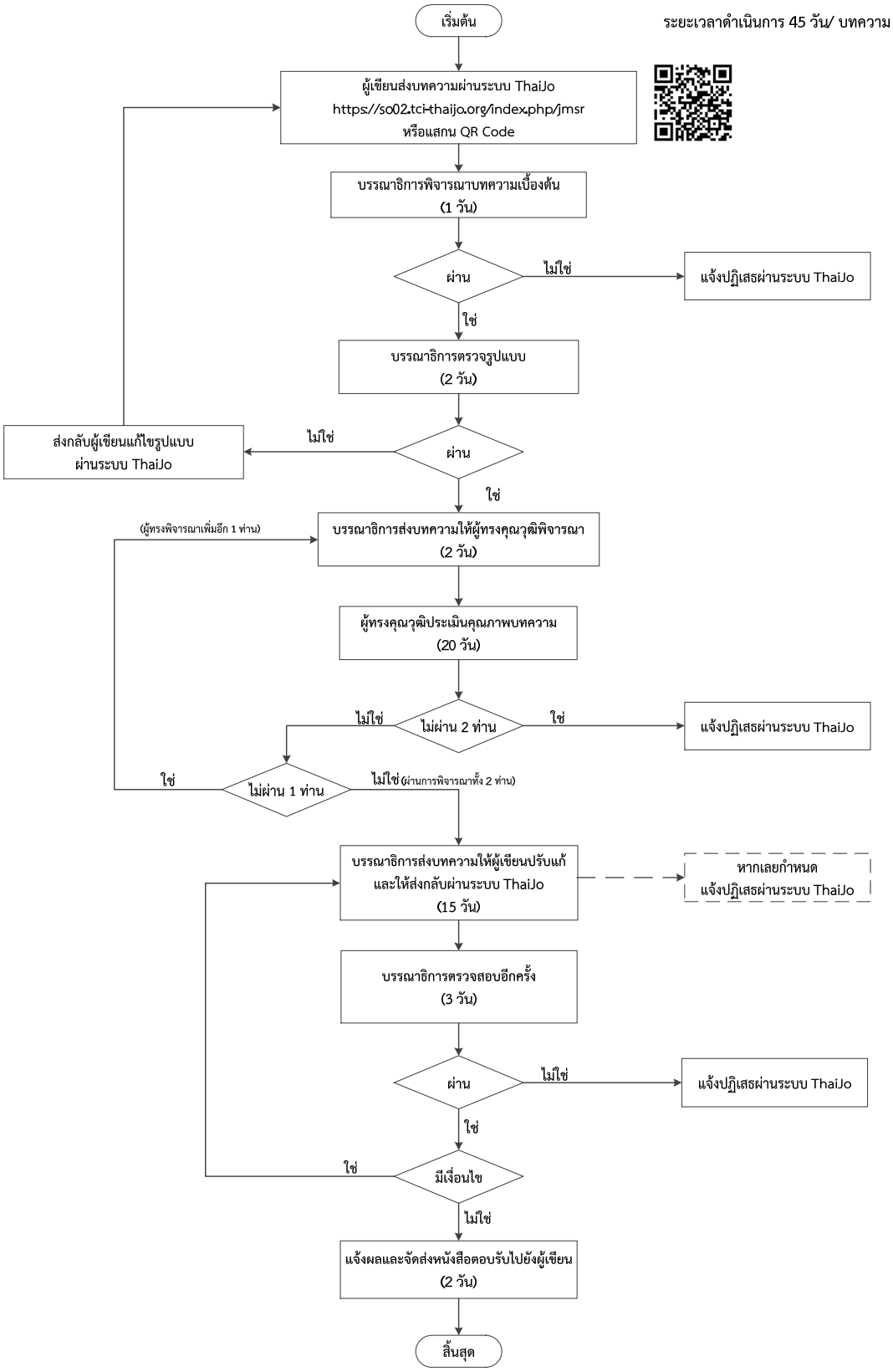
โปรดระบุ ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามชื่อที่ระบุในบทความจริง

ลงนาม.....

(.....)

ขั้นตอนการทำงานของวารสาร



จริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics)

บทนำ

จริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics) เป็นการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ แนวทาง และมาตรฐานการตีพิมพ์ วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ได้กำหนดจริยธรรมการตีพิมพ์สอดคล้องกับมาตรฐานทางจริยธรรมของคณะกรรมการจริยธรรมการตีพิมพ์ (Committee on Publication Ethics : COPE) โดยมีความมุ่งหวังว่า บรรณาธิการ (Editors) ผู้ประเมิน (Reviewers) ผู้แต่ง (Authors) และผู้อ่าน (Readers) จะปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ แนวทาง และมาตรฐานการตีพิมพ์ของวารสารอย่างเคร่งครัด เพื่อการพัฒนาคุณภาพของวารสารอย่างโปร่งใส มีจริยธรรม น่าเชื่อถือในวงการวิชาการต่อไป

บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการ (Editors)

บรรณาธิการ ผู้ช่วยบรรณาธิการ บรรณาธิการประจำเรื่อง กองบรรณาธิการ มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานวารสาร ดังนี้

1. บรรณาธิการ ผู้ช่วยบรรณาธิการ

1. ศึกษาแนวโน้มทางเศรษฐกิจระดับประเทศ และระดับโลก เพื่อพัฒนาคุณภาพวารสารให้เป็นแหล่งในการเผยแพร่ผลงานวิจัย และผลงานวิชาการที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้อ่าน

2. เปิดโอกาสให้ผู้แต่ง แสดงความคิดเห็นทางวิชาการอย่างเต็มที่ภายใต้กรอบการเขียนบทความ หากเป็นบทความวิจัยจะต้องเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) และหากเป็นบทความวิชาการ จะต้องมีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และให้เหตุผลตามหลักทางวิชาการ

3. ละเว้นและหลีกเลี่ยงการดำเนินงานที่เป็นผลประโยชน์ทับซ้อน ทั้งผลประโยชน์ที่เกิดจากบรรณาธิการและผู้แต่ง บรรณาธิการและผู้ประเมิน บรรณาธิการและผู้อ่าน และผู้ประเมินและผู้แต่ง

4. พิจารณาเสนอรูปแบบการเขียนบทความ ความครบถ้วนสมบูรณ์ และคุณภาพของบทความ พร้อมทั้งเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์

5. ตรวจสอบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น (Plagiarism) การคัดลอกผลงานของตนเอง (Self-plagiarism) ในบทความ

6. พิจารณาบรรณาธิการประจำเรื่องจากกองบรรณาธิการที่ตรงกับสาขาวิชาของบทความ

7. พิจารณาบทความและส่งมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงตามสาขาวิชาของบทความ

8. ตัดสินผลการพิจารณาบทความ ดังนี้ การรับตีพิมพ์ (accepted) และการปฏิเสธ (rejected) ซึ่งการรับตีพิมพ์ จะต้องเป็นไปตามกระบวนการประเมินคุณภาพของบทความ โดยผ่านการประเมินจากผู้ประเมินอย่างน้อย 2 ท่าน (2 ใน 3 ท่าน) และการปฏิเสธ จะต้องมีผู้ประเมินปฏิเสธการตีพิมพ์ 2 ท่าน บรรณาธิการจะต้องตัดสินผลการพิจารณาและแจ้งผู้แต่งตามหลักฐานเชิงประจักษ์ อย่างไรก็ตามหากผู้แต่งมีหลักฐานโต้แย้งผลการประเมินให้บรรณาธิการนำเข้าสู่กระบวนการพิจารณาร่วมกับกองบรรณาธิการ

9. ตรวจสอบบทความให้ถูกต้อง ครบถ้วนของบทความก่อนจัดทำเล่มและเผยแพร่

10. ให้ความสำคัญกับผู้สนับสนุนบทความ ทั้งแหล่งทุน และผู้เกี่ยวข้องทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านให้รับทราบว่าบทความนี้มีหน่วยงาน หรือบุคคลใดมีส่วนร่วมและเกี่ยวข้อง

11. ควบคุมและให้ความสำคัญต่อการตีพิมพ์เป็นรูปเล่มและการเผยแพร่ทางเว็บไซต์วารสาร ให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ และออกตรงตามกำหนดเวลา อย่างเคร่งครัด

12. หากเกิดความผิดพลาดในการดำเนินการบรรณาธิการจะต้องแสดงความรับผิดชอบ ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมการตีพิมพ์

2. บรรณาธิการประจำเรื่อง และกองบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการประจำเรื่องจะต้องดูแลกระบวนการประเมินคุณภาพของบทความในแต่ละเรื่องที่ได้รับมอบหมาย ร่วมกับบรรณิการ พร้อมทั้งสามารถให้ข้อคิดและข้อเสนอแนะต่อบทความเพื่อประโยชน์ต่อผู้อ่านบทความของวารสาร

2. ร่วมมือกับบรรณาธิการ ในการกำหนดแผนการจัดทำวารสาร รูปแบบบทความ วิธีการและแนวปฏิบัติในการดำเนินการวารสาร

3. พิจารณากลั่นกรอง คัดเลือกบทความ คัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ ในกรณีที่บรรณาธิการขอความเห็น

4. สรรหา คัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความสามารถตรงกับสาขาของบทความนั้นๆ เพื่อประเมินคุณภาพของบทความ

5. กำกับดูแลคุณภาพวารสารวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI)

6. ให้ข้อคิดและข้อเสนอแนะในการจัดทำวารสารให้มีคุณภาพ

7. ประชุมตัดสินผลการพิจารณาบทความที่เป็นประเด็นโต้แย้งเพื่อหาข้อสรุปในการตัดสินผลการพิจารณาบทความ และหากไม่สามารถหาข้อสรุปได้ให้ดำเนินการส่งต่อไปยังคณะกรรมการจริยธรรมการตีพิมพ์ต่อไป

บทบาทหน้าที่ผู้ประเมิน (Reviewers)

1. พิจารณาประเมินบทความที่ตรงตามสาขาวิชาและมีความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของบทความนั้น

2. ละเว้นและหลีกเลี่ยงการดำเนินงานที่เป็นผลประโยชน์ทับซ้อน

3. พิจารณากลั่นกรองคุณภาพของบทความวิชาการและบทความวิจัยตามหลักทางวิชาการ และไม่ใช้ความคิดเห็นส่วนตัวพิจารณาโดยไม่มีข้อมูลทางวิชาการรองรับ

4. ให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้แต่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านบทความของวารสาร

5. ประเมินบทความตามระยะเวลาที่กำหนด

6. สรุปผลการประเมินคุณภาพบทความ ได้แก่ 1) ยอมรับการตีพิมพ์บทความ 2) ขอให้มีการแก้ไข 3) ส่งใหม่เพื่อประเมินอีกครั้ง 4) ส่งไปยังวารสารอื่น 5) ปฏิเสธการรับตีพิมพ์บทความ

บทบาทหน้าที่ผู้แต่ง (Authors)

1. พิจารณาขอบเขตงานวิจัยว่าอยู่ในขอบเขตของวารสารหรือไม่ โดยขอบเขตของวารสารสำหรับสาขาที่เปิดรับ ได้แก่ การบัญชี การเงินและการธนาคาร การจัดการธุรกิจ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร ซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวและโรงแรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และเศรษฐศาสตร์

2. บทความจะต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาจากที่อื่น หรือเป็นบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารอื่น หรือตีพิมพ์ในเอกสารสืบเนื่องจากงานประชุมวิชาการ (proceeding) มาแล้ว

3. ผู้แต่งจะต้องแสดงความคิดเห็นทางวิชาการอย่างเต็มที่ภายใต้กรอบการเขียนบทความ หากเป็นบทความวิจัยจะต้องเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) และหากเป็นบทความวิชาการ จะต้องมีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และให้เหตุผลตามหลักทางวิชาการ

4. ผู้แต่งจะต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น (Plagiarism) หรือคัดลอกผลงานของตนเอง (Self-plagiarism) ในบทความ

5. จัดทำบทความตามรูปแบบการเขียนบทความและเขียนตามรูปแบบให้ครบถ้วน

6. การจัดส่งบทความจะต้องเป็นไปตามขั้นตอนการดำเนินงานของวารสาร โดยผู้แต่งจัดส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ที่วารสารกำหนด และจะต้องแก้ไขบทความตามข้อเสนอของผู้ประเมิน หรือบรรณาธิการอย่างครบถ้วน

7. ผู้แต่งสามารถโต้แย้งการตัดสินผลการพิจารณาบทความ และหากมีหลักฐานอย่างชัดแจ้ง สามารถนำเสนอและอธิบายต่อบรรณาธิการเพื่อพิจารณาตัดสินผลการพิจารณาบทความอีกครั้งได้

8. ผู้แต่งจะต้องปฏิบัติตามจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด

บทบาทหน้าที่ผู้อ่าน (Readers)

1. ผู้อ่านทั่วไปสามารถอ่านบทคัดย่อ ดาวน์โหลดบทความวิจัย บทความวิชาการ ได้ทันทีโดยไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิกเพื่ออ่านบทความ บทความที่อยู่ในวารสารนี้เป็นบทความของนักวิจัย นักวิชาการที่สังกัดทั้งในมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย

2. หากมีการใช้ประโยชน์จากบทความ หรือมีการเผยแพร่บทความไปยังแหล่งข้อมูลอื่นขอให้ผู้อ่านทำการอ้างอิงผู้แต่งและวารสารให้ครบถ้วน

การประเมินคุณภาพของบทความ

1. บทความที่ส่งเข้ามาจะได้รับประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน เป็นอย่างน้อย โดยพิจารณาแบบปกปิดรายชื่อทั้งผู้เขียนบทความ ผู้พิจารณาบทความ และผู้เกี่ยวข้อง (double blind review)

2. ระยะเวลาในการประเมินคุณภาพของบทความเป็นไปตามขั้นตอนการดำเนินงานของวารสาร

3. การตัดสินผลการพิจารณาบทความจะเป็นไปตามคุณภาพบทความ โดยผลการตัดสินมี 2 ประเภท ได้แก่ การรับตีพิมพ์ (accepted) และการปฏิเสธ (rejected) ซึ่งการรับตีพิมพ์ จะต้องเป็นไปตามกระบวนการประเมินคุณภาพของบทความ โดยผ่านการประเมินจากผู้ประเมินอย่างน้อย 2 ท่าน (2 ใน 3 ท่าน) และการปฏิเสธ จะต้องมีผู้ประเมินปฏิเสธการตีพิมพ์ 2 ท่าน