



วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Journal of Management Science Research, Surindra Rajabhat University

ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2566 ISSN (Print) : 2586 - 8691, ISSN (Online) : 2730 – 1877

เจ้าของ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

บรรณาธิการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณ พัฒนฉัตรชัย

รองบรรณาธิการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวรรตน์ นิธิชัยอนันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงกลด พลพวง

กองบรรณาธิการ :

รองศาสตราจารย์ ดร.สาโรช อังสุมาลิน
รองศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ สุวชาติ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทัศน์า สุทธิกุลสมบัติ
รองศาสตราจารย์ ดร.จุรีพร จันทรพาณิชย์
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวัดต์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูนพล
รองศาสตราจารย์ ดร.ธณชัย สิงห์มาตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรขวัญี พิลางาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉลอง สุขทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิฐา ทวีพร้อม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริกมล ประภาสพงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชรภรณ์ เกลียวแก้ว
อาจารย์ ดร. วิจิตรา โพธิสาร

งานจัดการวารสาร :

นางสาวณภัทษา ปานเจริญ
นางสาววิมลกานต์ นิธิศิริวิศกุล
นางสาวกฤตกนก พายุ
นางสาวขวัญเรือน ภูษาบุญ
นางสาวน้ำฝน จานนอก
นางกาญจนา สมศรีสมาน
นางทัศนพร ใจพินิจ
นางสาวณภัสสรณ์ พันจันทร์
นางสาวธาสินี ศรีบุญเรือง
นายสิทธิชัย มิตรรัก
นางสาววัลภา ตรีแก้ว

ออกแบบและพิมพ์ที่ : คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ :

รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งรัศมี บุญดาว
รองศาสตราจารย์ ดร. จุรีพร จันทรพาณิชย์
รองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิศ ดาราวงษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูนพล
รองศาสตราจารย์ ดร. นุชสรา เกรียงกรกฎ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศรีสุขใส
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุคันธสิริกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ จันทินอก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี เจริญจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุมวดี เดชธำรง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีบุญญา แซ่ตั้ง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพล จตุพร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทำนอง ชิตชอบ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยนุช ปรางภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาริรัตน์ สมานคุณณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิษ ธีระโคตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุมพร ประชาชาติ
อาจารย์ ดร.นฤปดี วรรณาคม
อาจารย์ ดร.นิรมาลย์ งามเหมาะ
อาจารย์ ดร.นภาพร วงษ์วิชิต
อาจารย์ ดร.ธนพร สวรรค์พิทักษ์
อาจารย์ ดร.โชติกา นิยมงามเสริฐ
อาจารย์ ดร.อรุณทัย อุ๋นไธสง
อาจารย์ ดร.นฤมล วลีประธานพร
อาจารย์ ดร.สุรีย์ฉาย สุคันธรัตน์
อาจารย์ ดร.สาวิณี แสงสุริยันต์
อาจารย์ ดร.ณัฐปภัสร์ จุ้ยเจริญ

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 4 เดือน (1 ปี มี 3 ฉบับ) กำหนดออก คือ เดือนเมษายน เดือนสิงหาคมและเดือนธันวาคมของทุกปี
เลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (International Standard Serial Number) ดังนี้

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

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ได้รับการจัดคุณภาพจากฐานข้อมูล TCI ให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 2 และยังคงเปิดรับบทความจากอาจารย์ นักวิจัยและนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ฉบับที่ 2 ประจำปี 2566 นี้ ได้เผยแพร่บทความทางวิชาการในศาสตร์ที่หลากหลาย ได้แก่ นิเทศศาสตร์ โลติสติกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด เศรษฐศาสตร์ และการจัดการ เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้นำไปใช้ในการศึกษาและใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการทำวิจัยในอนาคต

กองบรรณาธิการวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านทุกท่าน และในนามของบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ร่วมเสนอผลงานทั้งบทความวิจัยทุกท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิที่ช่วยพิจารณากลั่นกรองและให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้บทความมีความสมบูรณ์และถูกต้องตามหลักวิชาการ หากผู้อ่านจะมีข้อเสนอแนะใดในการปรับปรุงวารสารนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นกองบรรณาธิการขอน้อมรับไว้ด้วยความยินดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณ พัฒนฉัตรชัย
บรรณาธิการ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทความวิจัย	
ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี กรณีศึกษา: ผู้ทำบัญชีในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล1	
บุษดากร ศิริมงคล และ ดารณี เอื้อชนะจิต	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัทขนส่ง จำกัด.....14	
นัทธี เพ็ชรแก้ว และ เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์	
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการดูแลผู้สูงอายุบนสมาร์ตโฟน.....29	
จิราวรรณ ธนบุญวัฒนา และ พรรณทิพย์ อย่างกลิ่น	
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียวตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี.....43	
อรรณพ ต.ศรีวงศ์	
กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน.....56	
สุธาวลัย สัจจสมบูรณ์ และ จักรพงษ์ สุขพันธ์	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.....70	
วลัย ช่อนกลิ่น, ไชยรัตน์ กิมสวัสดิ์ และ นัทธ์หทัย อัครชนเดชสิทธิ์	
ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาศา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแก้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง.....85	
อัจฉรา เฮ่ประโคน, นภาพร ณ เชียงใหม่ และ สุดาวดี มีเพชรทาน	

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
การพยากรณ์ความต้องการเพื่อวางแผนการจัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทกรณีศึกษา.....96 อนิวรรณ ป่านสำราญ และ ธัญภัส เมืองปัน	
คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์.....110 พวงเพ็ชร จุฑาเทียบ และ อำภาศรี พ่อคำ	
การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา.....125 ศุภลักษณ์ สืบสิงห์ และ จัดการ หาญบาง	
การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม กรณีศึกษา : การพัฒนาการเรียนรู้การแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่ จังหวัดเชียงราย.....140 เกรียงศักดิ์ ยุทธโท, นิโรจน์ สนิมรงค์, ธรรมชนก เพชรานนท์ และ กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิช	
แนวทางการพัฒนาตลาดสดชุมชนไพโรจน์แดง ตำบลไพโรจน์ อำเภอดงหลวง จังหวัดตาก ราชอาณาจักรกัมพูชา.....154 โป่ง วรณีย์, สุรีย์ฉาย สุคันธรัตน์, อัครเดช สุพรรณฝ่าย และ สุพิมพ์ วัฒนสังขโสภณ	
การศึกษาความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา บริเวณจุด ผ่านแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์.....169 ลลนา สุขพิศาล และ ภัทรรัตน์ ชิตชอบ	
การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอบรบือ จังหวัดยโสธร.....183 ศุภมาส ผกาภาส	
บทความวิชาการ	
สมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21195 กาญจนา จินดานิล และ ชิตพัทธ์ ชิตสกุล	

เกี่ยวกับวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ	210
คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ	212
แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์	227
ขั้นตอนการทำงานของวารสาร	228
จริยธรรมการตีพิมพ์	229

ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ
ประกอบวิชาชีพบัญชี กรณีศึกษา: ผู้ทำบัญชีในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล

The Effects of the Accounting Professional Accountability Ethics on the Success in
Accounting Profession: The Cast Study of Accountant in Bangkok Metropolitan Region

บุษดากร ศิริมงคล^{1*} และ ดารณี เอื้อชนะจิต²

Bussadakorn Sisimongkol^{1*} and Daranee Uachanachit²

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

Received: July 7th, 2022; Revised: May 05th, 2023; Accepted: May 15th, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ตัวแปรอิสระที่ทำการศึกษา ได้แก่ ความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชี และจรรยาบรรณ ตัวแปรตามที่ทำการศึกษา ได้แก่ ความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ประกอบด้วย ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ด้านการเป็นที่ยอมรับ และด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาสุ่มคัดเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้ทำบัญชีที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจำนวน 296 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับผู้ทำบัญชีในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และการวิเคราะห์โดยใช้สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรที่มีผลกระทบ ได้แก่ 1. ความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชี มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านความก้าวหน้าของตำแหน่งงาน ด้านการเป็นที่ยอมรับ และด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ 2. จรรยาบรรณ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านการรักษาความลับ ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ ด้านความโปร่งใส และด้านความรู้ความสามารถ ความเอาใจใส่และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณ ความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Student in Master Accountancy School of Accountancy, Sripatum University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Assistant Professor in Master Accountancy School of Accountancy, Sripatum University

Abstract

The purposes of this research were to study the effects of the accounting professional responsibilities and ethics affecting to the success in accounting profession. The independent variables studied was the accounting professional responsibilities and ethics. The variables studied were the success in accounting profession consisting job advancement, acceptance and the set goals achievement. A sample group used in the study was selected from purposive sampling consisting of 296 accountants who registered with the Department of Business Development The data were collected using questionnaires for accountants in Bangkok and surrounding provinces and analyzed using descriptive statistics to explain the common characteristics of data to test the relationship between independent variables and dependent variables analyzed using multiple regression statistics to test hypothesis.

The results of the research found that the affecting variables are 1. responsibility towards the service recipients, has a positive impact to the ethics affecting to the success in accounting profession job advancement, acceptance and the set goals achievement statistically significant at 0.5 level and 2. The ethics of integrity, fairness independence confidentiality, professional behaviour, transparency, knowledgepaying attention to and maintaining performance standards have a positive impact to the success in accounting profession, statistically significant at 0.5 level.

Keywords: Professional Responsibility, Ethics, Professional Success

บทนำ

วิชาชีพบัญชีถือว่าเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมากทั้งภาครัฐและเอกชน เพราะผู้ที่ทำหน้าที่ในการจัดทำบัญชีนั้น นอกจากจะต้องจดบันทึกรายการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการเงินแล้วยังเป็นผู้จัดทำรายงานทางการเงินเพื่อให้ผู้บริหาร หรือผู้ที่นำรายงานทางการเงินไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน หากมีการทุจริตหรือปฏิบัติงานด้วยความไม่ซื่ออาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เพราะฉะนั้นผู้ทำบัญชีทุกคนจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชีว่าด้วย จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2561 กำหนดขึ้นเพื่อให้ถูกต้องตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพบัญชี รวมทั้งให้สอดคล้องกับประมวลจรรยาบรรณของสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ ในการนำไปใช้สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ให้บริการสาธารณะและผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในหน่วยงานธุรกิจรวมทั้งแนวคิดในการปฏิบัติเพื่อลดอุปสรรคที่ไม่สามารถปฏิบัติตามหลักการพื้นฐานของจริยธรรมแห่งวิชาชีพ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ตามที่คณะกรรมการมาตรฐานจรรยาบรรณระหว่างประเทศ (IESBA) กำหนด (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2561) ดังนั้น ผู้ทำบัญชีจึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อองค์กร เพราะในการประกอบวิชาชีพบัญชีนั้น สิ่งสำคัญคือ ความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ต้องยึดถือด้วยใจจริง หากยึดถือปฏิบัติสิ่งที่ตามมานั้นคือสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีโดยสามารถวัดได้จากความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน การเป็นที่ยอมรับและการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้นั่นเอง

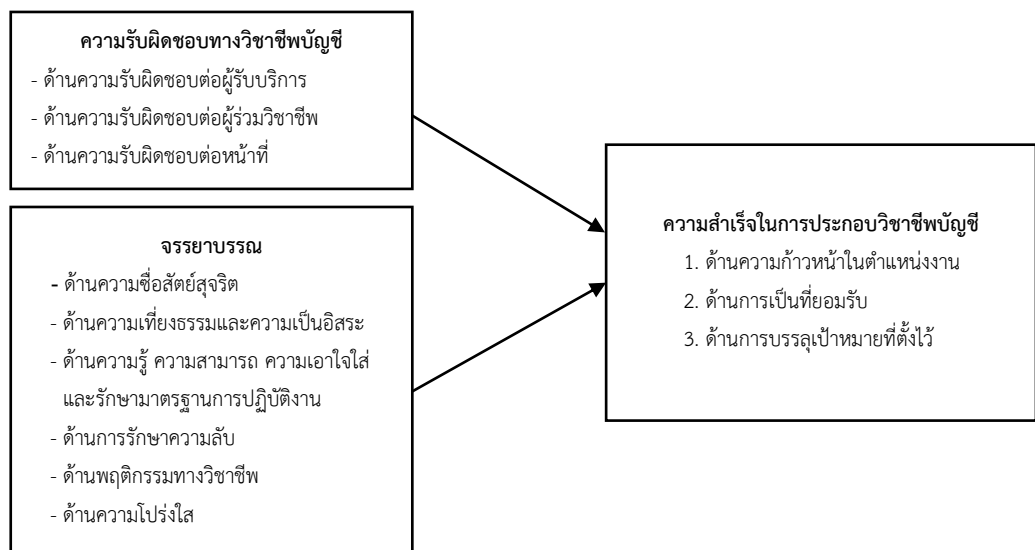
จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชี และจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี โดยผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพบัญชีต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี กรณีศึกษา: ผู้ทำบัญชีในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

- 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน
- 2 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านการเป็นที่ยอมรับ
- 3 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ทำบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 33,471 คน เก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย และกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro

Yamane โดยยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 296 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ทำการสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการศึกษาผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี โดยมีกระบวนการและขั้นตอนในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้า ทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารและตำรา รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 5 ตอน จำนวน 41 ข้อ

2. ตรวจสอบหาค่าความเที่ยงของเนื้อหาในแบบสอบถาม (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เมื่อได้ค่า IOC (Index of item Objective Congruence) ที่มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกข้อ จึงนำมาหาค่าความเชื่อมั่นในลำดับต่อไป

3. การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ราย เพื่อทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นจากแบบสอบถามทั้งหมดโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ของแอลฟา หากได้ค่าความเชื่อมั่นที่มีค่ามากกว่า 0.70 ก็สามารถที่จะนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการเพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) ไปยังกลุ่มตัวอย่าง และขอความร่วมมือในการตอบกลับภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. จัดทำแบบสอบถามให้ครบตามกลุ่มจำนวนประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาใช้ในการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน รวมทั้งความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้าง

2. จัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 296 ในรูปแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้รับแบบสอบถาม ตรวจสอบความครบถ้วนแบบสอบถามที่ได้กลับมา

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาคัดเลือกที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis) ในการอธิบายถึงผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี โดยการนำข้อมูลมาตรวจสอบความ ถูกต้องของชุดข้อมูลแล้ว ไปวิเคราะห์โดยประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ระดับตามแบบ Likert scale โดยมีหลักเกณฑ์คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยกำหนดความหมายของช่วงระดับค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ ดังนี้ ธาณินทร์ สินจาร์ (2560 : 75)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.40	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี กรณีศึกษา: ผู้ทำบัญชีในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics)

จากการศึกษาสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 116 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการทำงานปัจจุบัน 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 124 คน ประสบการทำงานด้านบัญชี 7-10 ปี จำนวน 135 คน ประเภทธุรกิจของหน่วยงานที่ท่านปฏิบัติ หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 113 คน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในภาพรวม จำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยที่มีผลกระทบ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ	3.65	0.74	มาก
2. ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ	4.16	0.76	มาก
3. ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่	4.12	0.75	มาก
รวม	3.97	0.75	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบจำแนกเป็นรายด้าน มากที่สุด คือ ความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.76

ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.75 และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในภาพรวม จำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยที่มีผลกระทบ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความซื่อสัตย์สุจริต	4.07	0.75	มาก
2. ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ	4.15	0.76	มาก
3. ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน	4.06	0.75	มาก
4. ด้านการรักษาความลับ	4.11	0.75	มาก
5. ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ	3.85	0.74	มาก
6. ด้านความโปร่งใส	4.15	0.76	มาก
รวม	4.06	0.75	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบจำแนกเป็นรายด้าน มากที่สุด คือ ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ด้านการรักษาความลับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 ด้านความซื่อสัตย์สุจริต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 และด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีในภาพรวม จำแนกเป็นรายด้าน

ความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	4.08	0.76	มาก
2. ด้านการเป็นที่ยอมรับ	4.08	0.75	มาก
3. ด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	4.09	0.77	มาก
รวม	4.08	0.76	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีมากที่สุด คือ ด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 ด้านความก้าวหน้า

ในตำแหน่งงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 และด้านการเป็นที่ยอมรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A	1											
B	0.340**	1										
C	0.383**	0.469**	1									
D	0.702	0.068	0.143*	1								
E	0.071	0.054	0.131*	0.984**	1							
F	0.335**	0.978	0.245**	0.084	0.070	1						
G	0.360**	0.460**	0.982	0.129*	0.116*	0.443**	1					
H	0.994**	0.345**	0.394**	0.064	0.061	0.341**	0.369**	1				
I	0.341**	0.977	0.493**	0.063	0.055**	0.955	0.485**	0.348**	1			
J	0.324**	0.390**	0.395**	0.191**	0.164**	0.361**	0.390**	0.333**	0.388**	1		
K	0.332**	0.385**	0.390**	0.250**	0.178**	0.357**	0.384**	0.341**	0.381**	0.981**	1	
L	0.325**	0.396**	0.409**	0.197**	0.167**	0.368**	0.403**	0.337**	0.399**	0.987**	0.987**	1

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรอิสระ

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรตาม

A = ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ

J = ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน

B = ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ

K = ด้านการเป็นที่ยอมรับ

C = ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่

L = ด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

D = ด้านความซื่อสัตย์สุจริต

E = ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ

F = ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่

และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน

G = ด้านการรักษาความลับ

H = ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ

I = ด้านความโปร่งใส

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์หาค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง -0.8 ถึง 0.8 เป็นค่าที่ยอมรับได้ แต่เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ มีค่าเท่ากับ 0.994 ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพและด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน มีค่าเท่ากับ 0.977 ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่และด้านการรักษาความลับ มีค่าเท่ากับ 0.982 ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานและด้านความโปร่งใส มีค่าเท่ากับ 0.955 ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงานและด้านการเป็นที่ยอมรับ มีค่าเท่ากับ 0.981 ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงานและด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ 0.987 ด้านการเป็นที่ยอมรับและด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีค่าเท่ากับ

0.987 เมื่อทำการทดสอบอีกครั้งโดยการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 1.214 – 4.037 ซึ่งน้อยกว่า 10 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ไม่เกิดความสัมพันธ์กันในระดับสูงระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง จึงไม่เกิดปัญหา จึงสามารถนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่แบบสมการถดถอยพหุคูณต่อไปได้

ผลการทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัยเป็นดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.704	0.264		6.445	0.000		
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ	0.105	0.037	0.160	2.817	0.005	0.820	1.219
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ	0.243	0.063	0.229	3.863	0.000	0.750	1.334
ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่	0.240	0.064	0.226	3.753	0.000	0.724	1.382
ด้านความซื่อสัตย์สุจริต	0.793	0.293	0.790	2.711	0.007	0.030	4.261
ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ	-0.652	0.289	-0.655	-2.257	0.025	0.030	3.037
ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่ และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน	-0.167	0.183	-0.157	-0.910	0.364	0.086	3.694
ด้านการรักษาความลับ	0.198	0.063	0.189	3.129	0.002	0.701	1.426
ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ	0.119	0.037	0.178	3.202	0.002	0.823	1.214
ด้านความโปร่งใส	0.390	0.186	0.370	2.096	0.037	0.082	2.223

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 , ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ที่ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.005 (Sig.= 0.005 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.037) ความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.000 (Sig.= 0.000 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.229) ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.000 (Sig.= 0.000 < 0.01) มีค่าเบต้า (Beta = 0.226) ด้านความซื่อสัตย์ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.007 (Sig.= 0.007 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.790) ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.025 (Sig.= 0.025 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.655) ด้านการรักษาความลับ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.002 (Sig.= 0.002 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.189) ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.002 (Sig.= 0.002 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.178) และด้านความโปร่งใส ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.037 (Sig.= 0.037 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.370)

สมมุติฐานที่ 2 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านการเป็นที่ยอมรับ

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการเป็นที่ยอมรับ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.737	0.264		6.587	0.000		
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ	0.113	0.037	0.171	3.022	0.003	0.820	1.219
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ	0.236	0.063	0.224	3.766	0.000	0.750	1.334
ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่	0.232	0.064	0.220	3.643	0.000	0.724	1.382
ด้านความซื่อสัตย์สุจริต	0.807	0.291	0.807	2.773	0.006	0.030	3.261
ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ	-0.652	0.288	-0.658	-2.268	0.024	0.030	4.037
ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่ และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน	-0.156	0.182	-0.147	-0.852	0.395	0.086	1.694
ด้านการรักษาความลับ	0.188	0.063	0.179	2.979	0.003	0.701	3.426
ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ	0.127	0.037	0.191	3.431	0.001	0.823	1.124
ด้านความโปร่งใส	0.370	0.185	0.353	2.002	0.046	0.082	2.223

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ที่ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.003 (Sig.= 0.003 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.171) ความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.000 (Sig.= 0.000 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.224) ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.000 (Sig.= 0.000 < 0.01) มีค่าเบต้า (Beta = 0.220) ด้านความซื่อสัตย์ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.006 (Sig.= 0.006 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.807) ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.024 (Sig.= 0.024 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.658) ด้านการรักษาความลับ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.003 (Sig.= 0.003 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.179) ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.001 (Sig.= 0.001 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.191) และด้านความโปร่งใส ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.046 (Sig.= 0.046 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.353)

สมมุติฐานที่ 3 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านการบรรลุปเป้าหมายที่ตั้งไว้

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการบรรลุปเป้าหมายที่ตั้งไว้

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.668	0.261		6.383	0.000		
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ	0.101	0.037	0.154	2.743	0.006	0.820	1.219
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ	0.242	0.062	0.229	3.894	0.000	0.750	1.334
ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่	0.876	0.289	0.887	3.035	0.003	0.030	3.261
ด้านความซื่อสัตย์สุจริต	-0.734	0.285	-0.741	-2.573	0.011	0.030	3.037
ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ	-0.100	0.181	-0.095	-0.555	0.580	0.086	1.694
ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่ และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน	0.215	0.062	0.206	3.438	0.001	0.701	1.246
ด้านการรักษาความลับ	0.118	0.037	0.117	3.211	0.001	0.823	1.214
ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ	0.317	0.184	0.303	1.730	0.085	0.082	2.223
ด้านความโปร่งใส	0.876	0.289	0.877	3.035	0.003	0.030	3.261

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ที่ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.006 (Sig.= 0.006 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.154) ความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.000 (Sig.= 0.000 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = 0.229) ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.003 (Sig.= 0.003 < 0.01) มีค่าเบต้า (Beta = 0.887) ด้านความซื่อสัตย์ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.011 (Sig.= 0.011 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.741) ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.001 (Sig.= 0.001 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.206) ด้านการรักษาความลับ ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.001 (Sig.= 0.001 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.177) และด้านความโปร่งใส ระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบค่า (P-value) เท่ากับ 0.003 (Sig.= 0.003 < 0.05) มีค่าเบต้า (Beta = -0.289)

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพ กรณีศึกษา: ผู้ทำบัญชีในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลวิจัยได้ ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ผลการวิจัยพบว่าด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านการรักษาความลับ ด้านพฤติกรรมวิชาชีพ และด้านความโปร่งใส อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับธรรินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561 : 111) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย พบว่าปัจจัยระบบคุณภาพการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ด้านความรับผิดชอบต่อสำนักงาน และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน และข้อกำหนดของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริตซึ่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย และมีความสอดคล้องกับ สิริพร กรรณศร (2564 : 13-16) ทำการศึกษาเรื่องคุณค่าทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีภาคกลาง พบว่าความรับผิดชอบต่ออาชีพและสังคม รวมทั้งจรรยาบรรณในวิชาชีพส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในเขตภาคกลางในด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ และสอดคล้องกับ ชลกกน โฆษิตคณิน (2563 : 8) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย พบว่าสมรรถนะทางวิชาชีพ คุณค่าทางวิชาชีพมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี

สมมุติฐานที่ 2 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการเป็นที่ยอมรับ ผลการวิจัยพบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานและด้านการรักษาความลับ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านการเป็นที่ยอมรับ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านการรักษาความลับและด้านความโปร่งใส อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับนาถพล ลอยลิบ (2561 : 49) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพงานสอบบัญชีตามเกณฑ์สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พบว่าจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และความโปร่งใส มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีผลกระทบต่อคุณภาพงานบัญชี และสอดคล้องกับวราภรณ์ ชัชกุล (2560) ซึ่งศึกษาเรื่องผลกระทบมาตรฐานการปฏิบัติงาน จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและการพัฒนาศักยภาพทางการบัญชีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออก พบว่าจรรยาบรรณวิชาชีพในมิติด้านของความรับผิดชอบต่อวิชาชีพมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการทำงานด้านการเป็นที่ยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับ Arowoshegbe et al. (2017) “Accounting Ethics and Audit Quality in Nigeria” ได้ศึกษามีการรับประกันระดับคุณภาพสูงสุดสำหรับผู้ให้ข้อมูลทางการเงินและคุณภาพของบริการตรวจสอบ มีการระบุองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพในวิชาชีพการตรวจสอบในด้านความซื่อสัตย์ ความเที่ยงธรรม ความสามารถทางวิชาชีพและการดูแลที่เหมาะสม การรักษาความลับ และความเป็นมืออาชีพ ผู้สอบบัญชีในฐานะผู้ประกอบการวิชาชีพผู้เชี่ยวชาญจรรยาบรรณ และรักษา

มาตรฐานความประพฤติที่คาดหวังจากผู้ประกอบวิชาชีพบุคคลเพื่อรับรายงานการตรวจสอบคุณภาพ มีความคิดเห็นว่าหลักจริยธรรมส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายงานการตรวจสอบที่ออกโดยผู้ตรวจสอบมืออาชีพ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญระหว่างจริยธรรมการบัญชีและการตรวจสอบคุณภาพ จึงสรุปได้ว่าจรรยาบรรณการบัญชีมีบทบาทสำคัญในการที่หน่วยงานกำกับดูแลการบัญชีและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ต้องทำ ความพยายามร่วมกันในการสร้างหลักประกันว่าจรรยาบรรณการบัญชีเป็นมาตรฐานและบังคับใช้อย่างเข้มงวด ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจึงควรมีจรรยาบรรณในการบัญชีเป็นวิชาหลักให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและพฤติกรรม ในฐานะนักบัญชี

สมมุติฐานที่ 3 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยพบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมวิชาชีพ ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน และด้านการรักษาความลับ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ผลกระทบของความรับผิดชอบทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความโปร่งใส อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับลลิตา พิมทา (2561 : 119) ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของจริยธรรมทางบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีบริษัทในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า 1) ด้านความซื่อสัตย์ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงานโดยภาพรวม ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน และด้านบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ และรองลงมาคือด้านการรักษาความลับมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จโดยภาพรวม ในด้านความก้าวหน้าในการทำงาน และด้านบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ และสอดคล้องกับสิริพร กรรณสร (2564 : 13-18) ทำการศึกษาเรื่องคุณค่าทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีภาคกลาง พบว่าความรับผิดชอบในอาชีพและสังคม รวมทั้งจรรยาบรรณในวิชาชีพส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในเขตภาคกลางในด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ และสอดคล้องกับ Rocco R. Vanasco (1994 : 12-22) “The IIA Code of Ethics: An International Perspective” ได้ศึกษาเรื่องการบริหารความเสี่ยงของสมาคมผู้ตรวจสอบภายในความคล้ายคลึงกันระหว่างจริยธรรมวิชาชีพในสหรัฐอเมริกาและสถาบันทางการเงิน (IIA), (AICPA), (IMA) โดยใช้จรรยาบรรณวิชาชีพในการตรวจสอบและควบคุมผู้สอบบัญชีผ่านทางสมาคมวิชาชีพบัญชีนานาชาติ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีนั้นส่งผลต่อการปฏิบัติงานด้านบัญชี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยไปพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพหรือการปฏิบัติงานเพื่อที่จะได้นำมาพัฒนาการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพบัญชีต่อไป
2. ผู้วิจัยควรศึกษาประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและมีความละเอียดครบถ้วนในทุกปัจจัยจะช่วยส่งเสริมให้สามารถเปรียบเทียบผลการวิจัยได้อย่างหลากหลาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรศึกษาผลกระทบในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ด้านความน่าเชื่อถือด้านผลตอบแทนที่ได้รับ ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชี ซึ่งจะเป็นประโยชน์และแนวทางในการวิจัยได้มากยิ่งขึ้น
2. ผู้วิจัยควรมีการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีเพื่อสามารถนำผลวิจัยมาใช้ประโยชน์ได้ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. การกำกับบัญชีและธุรกิจ [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2564, จาก : <https://www.dbd.go.th>
- ชลกนก โฆษิตตณิน. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- ธรรินทร์ ใจเอื้อพลสุข. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ธานินทร์ สินจารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ SPSS พิมพ์ครั้งที่ 17 นนทบุรี : เอสอาร์ พรินติ้งแมสโปรดักส์.
- นาถพล ลอยลิบ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพงานสอบบัญชีตามเกณฑ์สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. สารนิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). ความหมายของจรรยาบรรณวิชาชีพ. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2565, จาก : <https://dictionary.orst.go.th/>
- ลลิตา พิมพ์. (2561). ผลกระทบของจริยธรรมทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีบริษัทในจังหวัดร้อยเอ็ด. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.
- วรารณ ชักกุล. (2560). ผลกระทบมาตรฐานการปฏิบัติงาน จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและการพัฒนาศักยภาพทางการบัญชีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออก. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2561). ข้อบังคับสภาวิชาชีพว่าด้วยจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2564, จาก : <https://www.tfac.or.th>.
- สิริพร กรรณศร. (2564). คุณค่าทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในเขตภาคกลาง. การค้นคว้าอิสระคณะบัญชี. มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- Arowoshegbe, A. O., Emmanuel, U. and Gina, A. (2017). Accounting Ethics and Audit Quality in Nigeria. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 4(2), 1-15.
- Vanasco, R. R. (1994). The IIA Code of Ethics: An International Perspective. *Managerial Auditing Journal*, 9(1), 12-22.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน

บริษัทขนส่ง จำกัด

Factors Affecting the Effectiveness of Good Corporate Governance

Implementation in the Transport Company Limited

นายนันที เพ็ชรแก้ว^{1*} และ เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์²

Nuttee Petchkaew^{1*} and Theppasak Boonyarataphan²

*Corresponding author, e-mail: nuttee141@hotmail.com

Received: June 24th, 2022; Revised: April 20th, 2023; Accepted: April 29th, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัทขนส่ง จำกัด 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัทขนส่ง จำกัด และ 3. เสนอแนะกลยุทธ์การนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นการวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ และมีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นส่วนสนับสนุน กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1. พนักงานในสังกัด บริษัท ขนส่ง จำกัด จำนวน 350 คน และ 2. ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 4 คน จากการคัดเลือกโดยวิธีการเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และ แบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัยและการจำแนกชนิดข้อมูลอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย พบว่า 1. ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ .05 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ ได้แก่ ปัจจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติ ปัจจัยการบริหารคุณภาพโดยรวม ปัจจัยหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ โดยมีความสามารถในการอธิบายความผันแปรของประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ได้ร้อยละ 39.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ .05 และ 3. กลยุทธ์ของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ ให้มีประสิทธิผลคือ ผู้บริหารและพนักงานควรให้ความสำคัญในการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ โดยยึดหลัก การนำนโยบายไปปฏิบัติ ใช้การบริหารคุณภาพโดยรวม และหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ เป็นแนวปฏิบัติ โดยกำหนดเป็นแนวทางการปฏิบัติแผนงาน/โครงการให้ชัดเจน และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง และผู้บริหารควรมีการยกย่อง เชิดชูหรือให้รางวัลหน่วยงานที่มีความโดดเด่นในการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้

คำสำคัญ: ประสิทธิผล นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัท ขนส่ง จำกัด

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
Student in Master of Public Administration School of Management Science Sukhothai Thammathirat Open University.

² รองศาสตราจารย์ประจำสาขาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
Associate Professor in Master of Public Administration School of Management Science Sukhothai Thammathirat
Open University.

Abstract

The objectives of this research were to: 1. study the level of effectiveness of the implementation of the good corporate governance policy in Transport Company Limited; 2. study factors affecting the effectiveness of good corporate governance implementation in Transport Company Limited and 3. recommend strategies for implementing the good corporate governance policy in Transport Company Limited in a more excellent successful manner. The combination of quantitative research using survey research was applied together with qualitative research as supported. The sampling was divided into two groups: 1. employees of Transport Company Limited 350 people and 2. chief executives four persons applied purposive. The research instruments were questionnaires and interview forms. Statistic methods were frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, and stepwise multiple regression analysis. Qualitative data analysis was an analytic induction and classification of data.

The results of this research were: 1. the effectiveness of implementing the good corporate governance policy was not less than 70 per cent; statistically significant level.05 2. factors influencing the effectiveness of the implementation of the good corporate governance policy were the implementation of the policy, the total quality management, the principle of management excellence with the ability to explain the variation in the effectiveness of the implementing the good corporate governance 39.7 percent; statistically significant level.05 and 3. the strategy of implementing a good corporate governance policy to be effective was that the executives and employees should focus on implementing the good corporate governance policy. Adhering to the implementation of the policy, apply the total quality management and management principles towards excellence as guidelines.

Keywords: Effectiveness, Good corporate governance implementation, Transport Company Limited

บทนำ

ปัจจุบันหลักธรรมาภิบาลมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการในทุกองค์การ นักวิชาการหลายท่านจึง นำหลักธรรมาภิบาลไปขยายผลปรับโครงสร้างและกระบวนการทั้งในองค์การของรัฐและภาคเอกชน สำหรับรัฐวิสาหกิจก็นำแนวทางในการกำกับดูแลกิจการที่ดี ไปใช้ให้มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับบริบท การกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจ โดยคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ ได้มีคำสั่ง แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาระบบธรรมาภิบาลในรัฐวิสาหกิจมีหน้าที่ศึกษา วิเคราะห์ ระบบการกำกับดูแลและระบบธรรมาภิบาลของรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งสภาพปัญหาอุปสรรคในการกำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจในปัจจุบัน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาระบบการกำกับดูแลและธรรมาภิบาลของรัฐวิสาหกิจให้เหมาะสม

บริษัท ขนส่ง จำกัด เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม มีพันธกิจสำคัญในการจัดการโดยสารที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีความทันสมัย และปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพ่าเทียม และเป็นธรรม พัฒนาสถานีเดินรถให้เชื่อมโยงการเดินทางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศในภูมิภาค บริษัท ขนส่ง จำกัด จึงมีการมุ่งเน้นในการนำนโยบายที่จะเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เพื่อให้เป็นองค์การที่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า จึงได้มีการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามมาตรฐานสากล 7 ประการ ประกอบด้วย

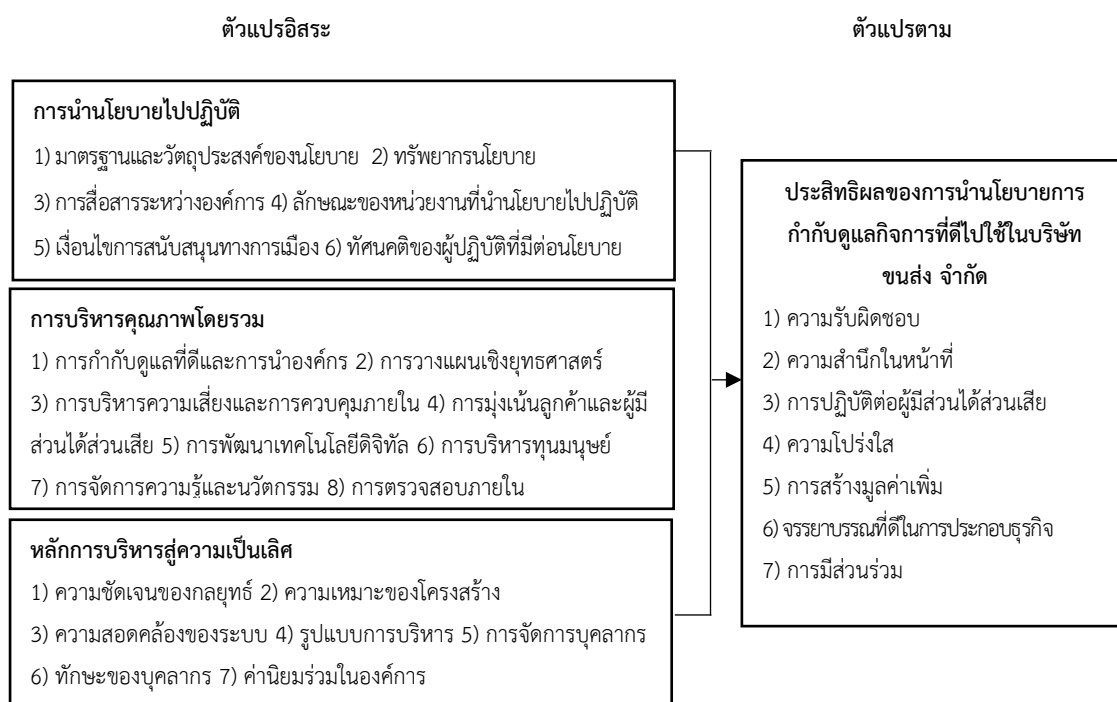
ความรับผิดชอบ ความสำนึกในหน้าที่ การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความโปร่งใส การสร้างมูลค่าเพิ่ม จรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ และการมีส่วนร่วม (บริษัท ขนส่ง จำกัด, 2563 : 6)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด ในภาพรวมว่าบรรลุผลตามภารกิจในระดับมากน้อยเพียงใด มีปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่สนับสนุนให้การดำเนินการดังกล่าวประสบความสำเร็จ รวมทั้งข้อเสนอแนะ เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวบรรลุผลสัมฤทธิ์ในระดับที่สูงขึ้น โดยผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการพิจารณาดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา การนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด
- 3) เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มบุคลากรในสังกัด บริษัท ขนส่ง จำกัด จำนวน 7 สำนัก/ฝ่าย ประกอบด้วย 1) สำนักอำนวยการ จำนวน 77 คน 2) สำนักตรวจสอบภายใน จำนวน 21 คน 3) สำนักซ่อมบำรุงและตรวจสอบสภาพรถ จำนวน 105 คน 4) ฝ่ายธุรกิจเดินรถ จำนวน 2,062 คน 5) ฝ่ายบริหารการเดินรถ จำนวน 306 คน 6) ฝ่ายบริหาร จำนวน 80 คน และ 7) ฝ่ายพัฒนาองค์กร จำนวน 97 คน รวมทั้งสิ้น 2,748

คน (โครงสร้างและอัตรากำลังบริษัท ขนส่ง จำกัด , 2564: 21) กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนกลุ่มบุคลากรในสังกัด บริษัท ขนส่ง จำกัด จำนวน 350 คน คำนวณจากสูตรของทาร์ยามาเน่ ที่ระดับความคลาดเคลื่อนทางสถิติที่ 0.05 (Taro Yamane., 1973: 727-728) ดำเนินการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (proportional stratified random sampling) เพื่อหาสัดส่วนที่เหมาะสมตามจำนวนตัวแทนของประชากรของแต่ละฝ่าย/สำนัก และกลุ่มที่ 2 ผู้บริหารของบริษัท ขนส่ง จำกัด จำนวน 4 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ กรรมการผู้จัดการใหญ่ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายพัฒนาองค์กร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายบริหาร และผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่สำนักอำนวยการ รวมจำนวน 4 ราย โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

1. แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด และส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อเสนอแนะแนวทางการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ประกอบด้วย การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของ ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตลอดจนนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และนำมาปรับปรุงข้อ คำถาม และหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้สูตร IOC (index of consistency) และทำการประเมินผลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายข้อ ปรากฏค่าดัชนีความ เที่ยงตรงระหว่างข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.93 ถึง 0.97 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่า ข้อคำถามมีความสอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถามได้ และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยนำไปทดสอบกับบุคลากรของบริษัท ขนส่ง จำกัด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย และทำการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาช (Cronbach Alpha-Coefficient) ที่ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .80 (Cronbach,1990) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละด้านมีค่าระหว่าง 0.84 ถึง 0.97 ถือเป็นค่าที่ ยอมรับได้

2. แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ แนวทางการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 คน ซึ่งมีอัตราการ ตอบกลับ ร้อยละ 100 ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 31 วัน คือ 20 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 20 ธันวาคม 2564 เมื่อได้รับการตอบกลับแบบสอบถามครบจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล และเก็บ รวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารของ บริษัท ขนส่ง จำกัด และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ส่วน คือ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์ข้อมูลความ คิดเห็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม 2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป 2 วิธี คือวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (inductive analysis) และวิธีการวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (typological analysis) อย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจำนวนร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า บุคลากรในสังกัด บริษัท ขนส่ง จำกัด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 คน ส่วนมากเป็นเพศชาย จำนวน 206 คน (ร้อยละ 58.9) อายุ 41-50 ปี จำนวน 190 คน (ร้อยละ 54.3) มีระดับการศึกษาสูงสุด ปวส.หรือต่ำกว่าจำนวน 194 คน (ร้อยละ 55.4) มีประสบการณ์ในการทำงานในบริษัท ขนส่ง จำกัด 21 ปีขึ้นไป จำนวน 140 คน (ร้อยละ 40.0) สังกัด (สำนัก/ฝ่าย) ฝ่ายธุรกิจเดินรถ จำนวน 263 คน (ร้อยละ 75.1)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรอิสระ

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อตัวแปรอิสระได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ประกอบด้วย การนำนโยบายไปปฏิบัติ การบริหารคุณภาพโดยรวม และหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ความเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรอิสระได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ในภาพรวม

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ปัจจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติ	3.83	0.75	มาก
ปัจจัยการบริหารคุณภาพโดยรวม	3.80	0.75	มาก
ปัจจัยหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ	3.82	0.75	มาก
รวม	3.82	0.75	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, $SD = 0.75$) โดยกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า ด้านการนำนโยบายไปปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 0.75$)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด แต่ละปัจจัยดังนี้

1.1 ปัจจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติภาพ

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านมาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบาย	3.93	0.70	มาก
ด้านทรัพยากรนโยบาย	3.86	0.76	มาก
ด้านการสื่อสารระหว่างองค์การ	3.85	0.75	มาก
ด้านลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ	3.83	0.72	มาก
ด้านเงื่อนไขการสนับสนุนทางการเมือง	3.73	0.78	มาก
ด้านทัศนคติของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย	3.77	0.79	มาก
รวม	3.83	0.75	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$, $SD = 0.75$) โดยกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า ด้านมาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$, $SD = 0.70$)

1.2 ปัจจัยการบริหารคุณภาพโดยรวม

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการบริหารคุณภาพโดยรวม

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์การ	3.80	0.76	มาก
ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์	3.72	0.75	มาก
ด้านการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน	3.77	0.75	มาก
ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.78	0.72	มาก
ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล	3.86	0.77	มาก
ด้านการบริหารทุนมนุษย์	3.97	0.76	มาก
ด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม	3.79	0.76	มาก
ด้านการตรวจสอบภายใน	3.71	0.76	มาก
รวม	3.80	0.75	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การบริหารคุณภาพโดยรวมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, $SD = 0.75$) โดยกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า การบริหารทุนมนุษย์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$, $SD = 0.76$)

1.3. ปัจจัยหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศในภาพรวม

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านความชัดเจนของกลยุทธ์	3.78	0.73	มาก
ด้านความเหมาะสมของโครงสร้าง	3.83	0.74	มาก
ด้านความสอดคล้องของระบบ	3.78	0.76	มาก
ด้านรูปแบบการบริหาร	3.82	0.75	มาก
ด้านการจัดการบุคลากร	3.81	0.79	มาก
ด้านทักษะของบุคลากร	3.82	0.78	มาก
ด้านค่านิยมร่วมในองค์กร	3.87	0.74	มาก
รวม	3.82	0.75	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า หลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, $SD = 0.75$) โดยกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า ค่านิยมร่วมในองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.75$)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อตัวแปรตาม

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อตัวแปรตามได้แก่ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ดังนี้

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความรับผิดชอบ	3.82	0.72	มาก
ด้านความสำนึกในหน้าที่	3.89	0.73	มาก
ด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.93	0.74	มาก
ด้านความโปร่งใส	3.83	0.71	มาก
ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม	3.82	0.77	มาก
ด้านจรรยาบรรณ	3.82	0.75	มาก
ด้านการมีส่วนร่วม	3.89	0.77	มาก
รวม	3.86	0.74	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า ประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, $SD = 0.74$) โดยกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่าการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.74$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการทดสอบสมมติฐานออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัดมีไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์โดยการทดสอบค่าที (t-test) ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ โดยการทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานค่าเฉลี่ยของระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด

	N	$\bar{X}$	SD	Std.Error Mean	t	Sig (2-tailed)
ประสิทธิผล	350	3.86	0.74	0.0535	17.461	0.000

จากผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 6 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด มากกว่าร้อยละ 70 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 มีอย่างน้อย 1 คุณลักษณะจากปัจจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression) รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

ตัวแปรอิสระ	Coefficients	ลำดับที่ของสมการถดถอย (model)			
		1	2	3	4
เงื่อนไขการสนับสนุนทางการเมือง (X_5)	Unstandardized (B)	0.301	0.304	0.231	0.212
	Standardized (Beta)	0.413	0.222	0.169	0.154
ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (X_4)	Unstandardized (B)		0.263	0.250	0.235
	Standardized (Beta)		0.193	0.184	0.173
ทัศนคติของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย (X_6)	Unstandardized (B)			0.217	0.194
	Standardized (Beta)			0.141	0.127
มาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบาย (X_1)	Unstandardized (B)				0.120
	Standardized (Beta)				0.086
Constant		0.134	0.157	0.167	0.182
R		0.413	0.478	0.518	0.530
R ²		0.171	0.228	0.269	0.281
R ² Change			0.057	0.041	0.012
Std. Error of the Estimate		0.389	0.376	0.366	0.363
F		71.764	51.259	42.386	33.775
Sig.		0.000*	0.000*	0.000*	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 7 พบว่า 1) เงื่อนไขการสนับสนุนทางการเมือง 2) ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ 3) ทักษะของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย และ 4) มาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบาย โดยตัวแปรอิสระ เงื่อนไขการสนับสนุนทางการเมือง ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ทักษะของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย และมาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบาย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด อาจกล่าวได้ว่า เงื่อนไขการสนับสนุนทางการเมือง ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ทักษะของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย และมาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบาย จะสามารถทำให้ประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด ส่งผลที่ดีมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ สามารถแสดงเป็นสมการถดถอยความผันแปรของตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\text{สมการถดถอย } Y = 0.182 + 0.212 (X_5) + 0.235 (X_4) + 0.194 (X_6) + 0.120 (X_1)$$

Y คือ ประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด

X₁ คือ มาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบาย

X₄ คือ ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

X₅ คือ เงื่อนไขการสนับสนุนทางการเมือง

X₆ คือ ทักษะของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 มีอย่างน้อย 1 คุณลักษณะจากปัจจัยการบริหารคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression) รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

ตัวแปรอิสระ	Coefficients	ลำดับที่ของสมการถดถอย (model)				
		1	2	3	4	5
การตรวจสอบภายใน (X ₆)	Unstandardized (B)	0.308	0.261	0.213	0.191	0.169
	Standardized (Beta)	0.463	0.392	0.320	0.287	0.254
การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (X ₄)	Unstandardized (B)		0.221	0.193	0.185	0.178
	Standardized (Beta)		0.311	0.272	0.261	0.250
การจัดการความรู้และนวัตกรรม (X ₇)	Unstandardized (B)			0.139	0.116	0.093
	Standardized (Beta)			0.204	0.171	0.136
การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์การ (X ₁)	Unstandardized (B)				0.110	0.108
	Standardized (Beta)				0.160	0.157
การบริหารทุนมนุษย์ (X ₅)	Unstandardized (B)					0.740
	Standardized (Beta)					0.132
Constant		0.119	0.149	0.156	0.167	0.168
R		0.463	0.553	0.582	0.601	0.612
R ²		0.214	0.306	0.339	0.361	0.375
R ² Change			0.092	0.033	0.022	0.014
Std.Error of the Estimate		0.378	0.356	0.348	0.343	0.339
F		94.883	76.392	59.22	48.818	41.294
Sig.		0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 8 พบว่า 1) การตรวจสอบภายใน 2) การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า 3) การจัดการความรู้และนวัตกรรม 4) การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์การ และ 5) การบริหารทุนมนุษย์ ตัวแปรอิสระ การตรวจสอบภายใน การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า การจัดการความรู้และนวัตกรรม การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์การ และการบริหารทุนมนุษย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด อาจกล่าวได้ว่า การตรวจสอบภายใน การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า การจัดการความรู้และนวัตกรรม การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์การ และการบริหารทุนมนุษย์จะสามารถทำให้ประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด ส่งผลที่ตีมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ สามารถแสดงเป็นสมการถดถอยความผันแปรของตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\text{สมการถดถอย } Y = 0.168 + 0.169 (X_8) + 0.178 (X_4) + 0.093 (X_7) + 0.108 (X_1) + 0.740 (X_6)$$

Y คือ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด

X_8 คือ การตรวจสอบภายใน

X_4 คือ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

X_7 คือ การจัดการความรู้และนวัตกรรม

X_1 คือ การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์การ

X_6 คือ การบริหารทุนมนุษย์

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 มีอย่างน้อย 1 คุณลักษณะจากปัจจัยหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression) รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

ตัวแปรอิสระ	Coefficients	ลำดับที่ของสมการถดถอย (model)				
		1	2	3	4	5
ทักษะของบุคลากร (X_6)	Unstandardized (B)	0.340	0.249	0.199	0.177	0.163
	Standardized (Beta)	0.516	0.378	0.302	0.269	0.248
ค่านิยมร่วมในองค์การ (X_7)	Unstandardized (B)		0.238	0.208	0.198	0.192
	Standardized (Beta)		0.340	0.297	0.283	0.275
ความสอดคล้องของระบบ (X_7)	Unstandardized (B)			0.151	0.127	0.103
	Standardized (Beta)			0.222	0.187	0.151
ความชัดเจนของกลยุทธ์ (X_1)	Unstandardized (B)				0.126	0.109
	Standardized (Beta)				0.165	0.143
รูปแบบการบริหาร (X_4)	Unstandardized (B)					0.076
	Standardized (Beta)					0.110
Constant		0.117	0.135	0.142	0.157	0.159
R		0.516	0.602	0.634	0.652	0.658

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	Coefficients	ลำดับที่ของสมการถดถอย (model)				
		1	2	3	4	5
R ²		0.266	0.363	0.402	0.425	0.432
R ² Change			0.097	0.039	0.023	0.007
Std. Error of the Estimate		0.366	0.341	0.331	0.325	0.323
F		126.344	98.778	77.438	63.645	52.421
Sig.		0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 9 พบว่า 1) ทักษะของบุคลากร 2) ค่านิยมร่วมในองค์กร 3) ความสอดคล้องของระบบ 4) ความชัดเจนของกลยุทธ์ และ 5) รูปแบบการบริหาร ตัวแปรอิสระ ทักษะของบุคลากร ค่านิยมร่วมในองค์กร ความสอดคล้องของระบบ ความชัดเจนของกลยุทธ์ และรูปแบบการบริหาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด อาจกล่าวได้ว่า ทักษะของบุคลากร ค่านิยมร่วมในองค์กร ความสอดคล้องของระบบ ความชัดเจนของกลยุทธ์ และรูปแบบการบริหาร จะสามารถทำให้ประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด ส่งผลที่ดีมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ สามารถแสดงเป็นสมการถดถอยความผันแปรของตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\text{สมการถดถอย } Y = 0.159 + 0.163 (X_6) + 0.192 (X_7) + 0.103 (X_3) + 0.109 (X_1) + 0.076 (X_4)$$

Y คือ ประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด

X₈ คือ ทักษะของบุคลากร

X₄ คือ ค่านิยมร่วมในองค์กร

X₇ คือ ความสอดคล้องของระบบ

X₁ คือ ความชัดเจนของกลยุทธ์

X₆ คือ รูปแบบการบริหาร

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยจากปัจจัยด้านการนำนโยบายไปปฏิบัติ ปัจจัยด้านการบริหาร คุณภาพโดยรวมและปัจจัยหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression) รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน (stepwise regression) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

ตัวแปรอิสระ	Coefficients	ลำดับที่ของสมการถดถอย(model)	
		1	2
หลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (X ₃)	Unstandardized (B)	0.644	0.433
	Standardized (Beta)	0.630	0.424
การบริหารคุณภาพโดยรวม (X ₂)	Unstandardized (B)		0.316
	Standardized (Beta)		0.294
Constant		0.163	0.175
R		0.630	0.664
R ²		0.397	0.440
R ² Change			0.043
Std. Error of the Estimate		0.331	0.320
F		228.722	136.526
Sig.		0.000*	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 10 พบว่า 1) หลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ และ 2) การบริหารคุณภาพโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ ปัจจัยการบริหารคุณภาพโดยรวม สามารถทำให้ประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด ส่งผลที่ดีมากยิ่งขึ้นทั้งนี้สามารถแสดงเป็นสมการถดถอยความผันแปรของตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\text{สมการถดถอย } Y = 0.175 + 0.433 (X_3) + 0.316 (X_2)$$

Y คือ ประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน บริษัท ขนส่ง จำกัด

X₃ คือ หลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ

X₂ คือ การบริหารคุณภาพโดยรวม

ผลการศึกษาแนวทางการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด

แนวทางการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด พบว่า ควรปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานจริยธรรมและประมวลจริยธรรม ชื่อสัตย์สุจริต มีจิตสำนึกที่ควรปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและไม่แสวงหาผลประโยชน์ มีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรส่งเสริมพนักงานในองค์กรให้มีการบริการที่ดี ปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับการเป็นพนักงานในองค์กรและต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่ยอมรับ และควรจัดให้มีนโยบายและการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ในการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียม และยุติธรรม เท่าเทียมกัน และควรมีแนวทางการปฏิบัติในการรายงานผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงินและไม่ใช้การเงินและการเปิดเผยข้อมูลเพื่อความโปร่งใสในการดำเนินงาน ส่งเสริมไม่ให้พนักงานเอาเปรียบลูกค้า และให้มีการปฏิบัติตามระเบียบ

หรือข้อสัญญา และการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการนำเสนอหรือกำหนดแนว ส่งเสริมให้พนักงานรักและหวงแหน ทรัพย์สินและผลประโยชน์ และให้ผู้บริหารส่วนร่วมในการนำเสนอหรือกำหนดแนวทาง ในการร่วมมือ เป็นต้น

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสรุปผลได้ดังนี้

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ต่อการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด พบว่า 1) จุดแข็ง (Strength) คือ คณะกรรมการบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี และบชส. ได้จัดทำ แผนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกให้แก่พนักงาน 2) จุดอ่อน (Weakness) คือ มีระบบ อุปถัมภ์และระบบพวกพ้องอยู่ในกลุ่มพนักงานบางส่วนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ ยังไม่ได้นำมาเพื่อสนับสนุน การดำเนินการด้านกากำกับดูแลกิจการที่ดี และพนักงานบางส่วนยังขาดความเข้าใจในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี 3) โอกาส (Opportunity) คือ ภาครัฐมีการผลักดันแผนการต่อต้านการทุจริตอย่างจริงจัง และ 4) ข้อจำกัดในการนำนโยบาย การกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด คือ การปฏิบัติตามหลักการและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีผล บังคับใช้กับคณะกรรมการบริษัทฯ ซึ่งบางข้อในหลักการไม่สามารถดำเนินการได้ และเว็บไซต์บริษัทฯ เข้าถึงยาก เป็นต้น

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปราย ดังต่อไปนี้

1. ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด จากการศึกษ พบว่า ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของฟิลลิปส์ จีระประยูต (2556 : 32) ศึกษาเรื่อง การนำเครื่องมือการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ มาใช้ในหน่วยธุรกิจน้ำมัน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยผลการศึกษา พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก หากพิจารณาจากผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไป ใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด มีไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด พบว่า ปัจจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติ ด้านเงื่อนไขการสนับสนุนทางการเมือง ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ทศนคติของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย และมาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบาย และ ปัจจัยหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ ด้านทักษะของบุคลากร ค่านิยมร่วมในองค์กร ความสอดคล้องของระบบ ความชัดเจนของกลยุทธ์ และรูปแบบการบริหาร มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด กล่าวได้ว่า ถ้ามีการนำ ปัจจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติด้านต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น มาประยุกต์ใช้กับบริษัท ขนส่ง จำกัด ก็ยิ่งส่งเสริมให้เกิด ประสิทธิผลของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด มากยิ่งขึ้นด้วย โดยผู้บริหารหน่วยงาน ต้องเป็นผู้นำและสนับสนุนการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ อย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศักรินทร์ เสาร์พูน (2562 : 36) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติในพื้นที่จังหวัด นครราชสีมา: กรณีศึกษา แผนปฏิบัติการการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชัยแดนภาคใต้ พ.ศ. 2558-2560 พบว่า เงื่อนไข การสนับสนุนทางการเมือง และทัศนคติของผู้ปฏิบัติมีต่อนโยบายมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติใน พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา และสอดคล้องกับผลการวิจัยของเยาวเรศ นุตเดชาพันธ์ (2558 : 42) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จในการพัฒนาองค์การตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ประเทศไทย พบว่า ความพร้อมของระบบงาน ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์การ การมีส่วนร่วมของบุคลากร และความ

ชัดเจนของโครงสร้างองค์การมีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์การตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรม
สุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ประเทศไทย

3. ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ใน
บริษัท ขนส่ง จำกัด ให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น คือ 1) ผู้บริหารควรยึดถือภาวะผู้นำพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ ความโปร่งใส
ความซื่อสัตย์ ความสามารถในการแข่งขัน และความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด เช่นส่งเสริมให้ความรู้
พนักงานในการพัฒนาจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรมที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ เป็นต้น
2. การนำนโยบายไปปฏิบัติ ควรได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ควรจัดให้มีการพร้อมของ
หน่วยงานทั้งด้านทรัพยากร โครงสร้างและลำดับขั้นการบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่กำหนดนโยบายการกำกับ
ดูแลกิจการที่ดี เป็นต้น
3. การบริหารคุณภาพโดยรวม ควรจัดให้มีการตรวจสอบ การประเมิน การนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่
ดีไปใช้ในบริษัท ขนส่ง จำกัด โดยมีเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยตรง ควรมีกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้
มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น
4. หลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ ควรจัดให้มีการพัฒนาทักษะ สมรรถนะของเจ้าหน้าที่ การสร้างค่านิยม
ร่วมในองค์กร เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปใช้ในบริษัท
ขนส่ง จำกัด ควรเพิ่มปัจจัยหลักธรรมมาภิบาล เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
2. ควรส่งเสริมให้มีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการนำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไป
ปฏิบัติในบริษัท ขนส่ง จำกัด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายให้เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- โครงสร้างและอัตรากำลังบริษัท ขนส่ง จำกัด.(2564). *โครงสร้างและอัตรากำลัง*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 มีนาคม
2564, จาก : <https://shorturl.asia/V50sj>.
- บริษัท ขนส่ง จำกัด.(2563). *หลักการและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2562 และแนวทาง
ปฏิบัติ* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2564, จาก : <http://home.transport.co.th>.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ. (2563). กรอบแนวทางการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตาม
ระบบ State Enterprise Assessment Model (SE-AM). [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก :
<https://www.sepo.go.th/pes/contents/38>.
- ฟิลลิปส์ จีระประยูต. (2556). *การนำเครื่องมือการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ในหน่วยธุรกิจน้ำมัน บริษัท
ปตท. จำกัด (มหาชน)* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

ศักรินทร์ เสาร์พูน. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส : กรณีศึกษา แผนปฏิบัติการ การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2558-2560. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เยาวเรศ นุตเดชานันท์.(2558).ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์การตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2564, จาก : <https://dmh.go.th/>.

Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*..New York: Harper& Row.

บุคลากรกรม

ผู้บริหารลำดับที่ 1.(ผู้ให้สัมภาษณ์).นัทธี เพ็ชรแก้ว (ผู้สัมภาษณ์).ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด 999 ถนนกำแพงเพชร 2 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900.เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2564.

ผู้บริหารลำดับที่ 2.(ผู้ให้สัมภาษณ์).นัทธี เพ็ชรแก้ว (ผู้สัมภาษณ์).ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด 999 ถนนกำแพงเพชร 2 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900.เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2564.

ผู้บริหารลำดับที่ 3.(ผู้ให้สัมภาษณ์).นัทธี เพ็ชรแก้ว (ผู้สัมภาษณ์).ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด 999 ถนนกำแพงเพชร 2 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900.เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2564.

ผู้บริหารลำดับที่ 4.(ผู้ให้สัมภาษณ์).นัทธี เพ็ชรแก้ว (ผู้สัมภาษณ์).ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด 999 ถนนกำแพงเพชร 2

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของผู้ทำบัญชี ในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

Factors Affecting the Performance of Accounting Professional Ethics in The Eastern of Thailand

จิราวรรณ ธนบูรณ์วานิช^{1*} และ พรรณทิพย์ อย่างกลั่น²

Jirawan Tanabunwanit^{1*} and Phanthip Yankla²

*Corresponding author, e-mail: prawtanabun@hotmail.com

Received: June 28th, 2022; Revised: May 8th, 2023 ; Accepted: May 13th, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีในเขตภาคตะวันออก เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก จำนวน 372 คน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 26 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งงานผู้ทำบัญชีเป็นลักษณะธุรกิจการให้บริการ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อนหน้าที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านการรักษาความลับ ด้านความรู้ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านความโปร่งใส ด้านความซื่อสัตย์สุจริตและด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพของนักบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Student in Master of Accountancy, Faculty of Accounting, Sripatum University

² ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Assistant dean for Academic Affairs, Faculty of Accounting, Sripatum University

Abstract

This research article the objectives were to study the factors affecting the practice of professional ethics of accountants in the eastern of Thailand, which is the use of data or results obtained from using average Standard deviation and use the multiple regression analysis to analyze the data with a program The representative example was 372 accountants in the eastern of Thailand.

Most of the respondents were female, aged 26-30 years, bachelor's degree, position accountant and service business. The overall attitude of Responsibility factor was at a high level. Knowledge factor professional the overall level was at a high level. Corporate culture factor was at a high level. Work motivation factor was at a high level. Economic factors were at a high level. and Technology factor it was at a high level. Performance of an accountant Reliability of financial statements the accuracy of the financial statements and professional ethics of accountants statistically significant at 0.05.

Keywords: Accounting professional Ethics, Accountant in The Eastern of Thailand

บทนำ

วิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญต่อกิจการงานในทุกภาคส่วนของรัฐและเอกชน ไปจนถึงองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไรต่างๆ เพราะงานบัญชีคืองานที่ทำหน้าที่ในการจัดบันทึกและทำเอกสารเพื่อเสนอรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผนแนวทางการทำงานและใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานที่สำคัญต่างๆ (AMTaudit, ม.ป.ป.) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานยังประกอบไปด้วยปัจจัยอื่นๆ หลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในองค์กรก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน หากเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานก็จะส่งผลให้การดำเนินงานในภาพรวมขององค์กรประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ศิริขวัญ ผลวิจิตร, 2562) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบัญชีของนักบัญชีไทย ในการปฏิบัติงานบัญชีของนักบัญชีไทยและเพื่อหา แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานบัญชีของนักบัญชีไทย ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าปัจจัยเชิงจิตและปัจจัยการบริหารภายในองค์กร จะมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบัญชีของนักบัญชีไทยหรือไม่และอิทธิพลที่มีผลต่อประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานบัญชีของนักบัญชีไทยเรียงความสำคัญ ตามสมการจากมากไปน้อย 1) คติริเริ่มสร้างสรรค์ 2) ความรับผิดชอบ 3) ระเบียบวินัย และ 4) การได้รับความยอมรับ (กนกมณี หอมแก้ว และคณะ, 2559)

ปัจจัยที่มีผลที่ทำให้ผู้ทำบัญชีสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจนนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้หรือสามารถบรรลุวัตถุประสงค์นั้นก็เกิดขึ้นจากหลายสิ่งประกอบกัน เช่น การใช้ความรู้ทางด้านการทำบัญชี การใช้ความรู้วิชาชีพด้านการบัญชี การใช้ความรู้ทางวิชาชีพ ด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี ในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเกิดจากผลของการบริหารงานทั้งสิ้นทั้ง การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารงานที่ต้องการเพิ่มปัจจัยที่ดีแก่การปฏิบัติงานของ พนักงานภายในองค์กรและล้วนเป็นประโยชน์แก่ผู้ทำบัญชีว่าควรปฏิบัติงานในลักษณะใด เพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชี อีกทั้งมีปัจจัยหนึ่งที่ทำ

ให้ผู้ทำบัญชีสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือความสามารถขององค์กร ในการสร้างขวัญและกำลังใจ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้คนในองค์กร ถ้าผู้ทำบัญชี มีแรงจูงใจในการทำงานสูง ก็จะส่งผลให้งานที่ปฏิบัติมีประสิทธิภาพสูงตามไปด้วย (ศิริกาญจน์ วงษ์เสรี และสุรีย์ โขษกรณัญ, 2559)

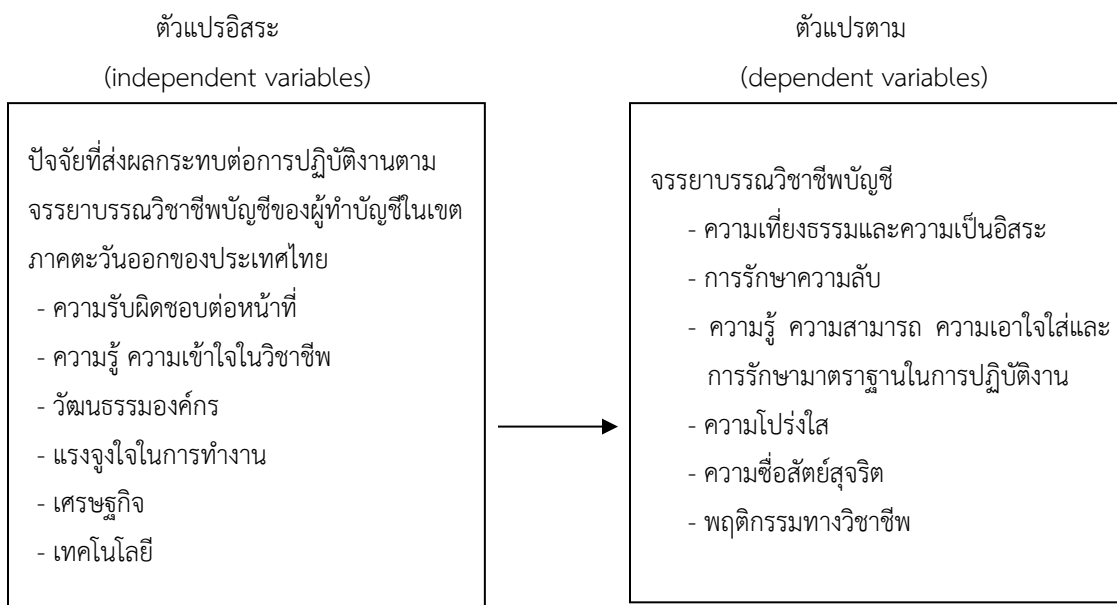
จากสาระสำคัญที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา ในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เพื่อที่จะได้ทราบถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี ว่ามีความเหมาะสมสอดคล้องกับการปฏิบัติงานหรือไม่และเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่ใช้จัดทำการเงินนั้นถูกต้องตามจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีได้ โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรที่ปฏิบัติงานทางบัญชีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้ผู้วิจัยหวังว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากรทางบัญชีและสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ดังนี้



รูปที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5,278 บริษัท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) กลุ่มตัวอย่าง (sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงินและบุคลากรทางด้านบัญชี โดยใช้สูตร Yamane ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้มีเท่ากับ 372 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม (questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล 4 ข้อ ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและตำแหน่งงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของนักบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่องานที่ ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านแรงจูงใจในการทำงาน ด้านเศรษฐกิจและด้านเทคโนโลยี แบบมาตราส่วนประกอบค่า (rating scale) (สรชัย พิศาลบุตร, 2555) แบบ 5 ระดับ ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านการรักษาความลับ ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านความโปร่งใส ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 30 ชุด หลังจากได้ผลแล้ว จึงนำมารวบรวมเพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้วัดค่าความเที่ยงที่กว้างขวางมากที่สุดวิธีหนึ่ง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ควรมีค่าในระดับ 0.70 ขึ้นไป และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item Total Correlation) ควรมีค่าตั้งแต่ 0.30

ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของแต่ละตัวแปรได้ค่าตามมาตรฐานที่กำหนดคือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่ามากกว่า 0.70 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อมีค่ามากกว่า 0.30 ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่าอยู่ระหว่าง 0.951 ถึง

0.954 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.411 ถึง 0.846 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงไม่ได้ทำการตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากการวัดตัวแปร จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปใช้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยวางแผนเก็บข้อมูลด้วยตนเอง จากนั้นรวบรวมส่ง แบบสอบถามผ่านทางแบบฟอร์ม ในลักษณะของ Google Form ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามตั้งแต่ 30 เมษายน พ.ศ. 2565 ถึง 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2565

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) การหาค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard Deviation)

2.สถิติเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ความถี่ร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ปัจจัย	$\bar{X}$	S. D	ระดับ
ด้านความรับผิดชอบต่อนหน้าที่			
1. มีการเรียงลำดับในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามลำดับความสำคัญของหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	4.22	0.64	มาก
2. มีการจัดทำและรายงานการเงินได้ทันต่อเวลาที่กำหนด	4.12	0.72	มาก
3. ท่านจัดทำและรายงานงบการเงินได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน	4.09	0.72	มาก
ด้านความรับผิดชอบต่อนหน้าที่โดยเฉลี่ย	4.14	0.69	มาก
ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพบัญชี			
1. ท่านมีความรู้ ความสามารถและความเข้าใจในมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพบัญชี	3.81	0.70	มาก
2. ท่านศึกษาและพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	3.87	0.76	มาก
3. ท่านมีการใช้ความรู้ ความสามารถอย่างซื่อตรงต่อวิชาชีพ	4.30	0.68	มาก
ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพบัญชีโดยเฉลี่ย	3.99	0.71	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัย	$\bar{X}$	S. D	ระดับ
ด้านวัฒนธรรมองค์กร			
1. กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเรียนรู้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง	3.77	0.77	มาก
2. กิจกรรมมีความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและช่วยเหลือกัน	4.03	0.77	มาก
3. เมื่อเกิดปัญหาภายในกิจกรรมเพื่อนร่วมงานร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน	4.10	0.76	มาก
ด้านวัฒนธรรมองค์กรโดยเฉลี่ย	3.96	0.76	มาก
ด้านแรงจูงใจในการทำงาน			
1. กิจกรรมมีการส่งเสริมเพื่อเพิ่มความกล้าในการแสดงความคิดเห็นในการทำงาน	3.85	0.81	มาก
2. กิจกรรมปรับปรุงระบบและประเมินผลการทำงานอย่างตรงไปตรงมา	3.84	0.77	มาก
3. มีหน้าที่และขอบเขตการทำงานของบุคลากรถูกกำหนดอย่างชัดเจน	4.03	0.80	มาก
ด้านแรงจูงใจในการทำงานโดยเฉลี่ย	3.90	0.79	มาก
ด้านเศรษฐกิจ			
1. ท่านมีการติดตามเศรษฐกิจตามปัจจุบันเพื่อใช้ในการทำงานที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	3.79	0.69	มาก
2. ท่านมีการปรับปรุงหรือแก้ไขการทำงานให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน	3.97	0.69	มาก
3. ท่านมีโอกาสในการก้าวหน้าด้านตำแหน่งตามหลักเกณฑ์หรือระยะเวลาที่กำหนดอย่างชัดเจน	3.88	0.69	มาก
ด้านเศรษฐกิจโดยเฉลี่ย	3.88	0.69	มาก
ด้านเทคโนโลยี			
1. กิจกรรมมีการวางระบบบัญชีที่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี	3.91	0.73	มาก
2. กิจกรรมมีการปรับปรุงและแก้ไขระบบเทคโนโลยีให้มีความรวดเร็วและถูกต้องทันต่อการปฏิบัติงาน	3.86	0.79	มาก
3. กิจกรรมมีการวางแผนระบบการทำงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	3.95	0.75	มาก
ด้านเทคโนโลยีโดยเฉลี่ย	3.90	0.75	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$ และ $S.D = 0.69$) ซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ มีการเรียงลำดับในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามลำดับความสำคัญของหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีการจัดทำและรายงานการเงินได้ทันต่อเวลาที่กำหนดและท่านจัดทำและรายงานงบการเงินได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$ และ $S.D = 0.71$) ซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ มีการใช้ความรู้ ความสามารถอย่างซื่อตรงต่อวิชาชีพ ศึกษาและพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพอย่างสม่ำเสมอ และมีความรู้ ความสามารถและความเข้าใจในมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพบัญชี

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$ และ $S.D = 0.76$) ซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ เมื่อเกิดปัญหากลางในกิจการ เพื่อนร่วมงานร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน กิจการมีความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและช่วยเหลือกันและกิจการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการเรียนรู้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$ และ $S.D = 0.79$) ซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ มีหน้าที่และขอบเขตการทำงานอย่างชัดเจน กิจการมีการส่งเสริมเพื่อเพิ่มความกล้าในการแสดงความคิดเห็นในการทำงานและกิจการปรับปรุงระบบและประเมินผลการทำงานอย่างตรงไปตรงมา

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$ และ $S.D = 0.69$) ซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ มีการปรับปรุงหรือแก้ไขการทำงานให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน มีโอกาสในการก้าวหน้าด้านตำแหน่งตามหลักเกณฑ์หรือระยะเวลาที่กำหนดอย่างชัดเจนและมีการติดตามเศรษฐกิจตามปัจจุบันเพื่อใช้ในการทำงานให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$ และ $S.D = 0.75$) ซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ กิจการมีการวางระบบการทำงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน กิจการมีการวางระบบบัญชีที่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีและกิจการมีการปรับปรุงและแก้ไขระบบเทคโนโลยีให้มีความรวดเร็วและถูกต้องทันต่อการปฏิบัติงาน

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ

ตัวแปร	ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ					
	B	Std.	Beta	t-value	Sig.	VIF
ค่าคงที่ (constant)	0.685	0.205		3.338	0.001	
ด้านความรับผิดชอบต่อนหน้าที่	0.384	0.055	0.342	6.947	0.000*	1.673
ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ	0.134	0.056	0.121	2.377	0.018*	1.790
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.108	0.059	0.111	1.844	0.066	2.509
ด้านแรงจูงใจในการทำงาน	-0.035	0.061	-0.038	-0.584	0.559	2.940
ด้านเศรษฐกิจ	0.090	0.067	0.087	1.350	0.178	2.876
ด้านเทคโนโลยี	0.200	0.061	0.210	3.276	0.001*	2.826

R = 0.687 R² = 0.472 SEE = 0.473 F = 54.331 Sig. = 0.000 Durbin = 2.147

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.472 หมายถึง ตัวแปรสามารถอธิบายการใช้งานได้ 47.20 % จากสมมติฐาน พบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีค่า Sig = 0.000 ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ มีค่า Sig = 0.018 และด้านเทคโนโลยี มีค่า Sig = 0.001 ซึ่งค่า Sig ของตัวแปรมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 จึงสรุปได้ว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพและด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระของนักบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ โดยได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก ด้านการรักษาความลับ

ตัวแปร	ด้านการรักษาความลับ					
	B	Std.	Beta	t-value	Sig.	VIF
ค่าคงที่ (constant)	1.504	0.195		7.720	0.000	
ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่	0.119	0.052	0.118	2.275	0.024*	1.673
ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ	0.172	0.053	0.173	3.223	0.001*	1.790
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.237	0.056	0.271	4.254	0.000*	2.509
ด้านแรงจูงใจในการทำงาน	-0.092	0.057	-0.111	-1.606	0.109	2.940
ด้านเศรษฐกิจ	0.205	0.063	0.220	3.226	0.001*	2.876
ด้านเทคโนโลยี	0.090	0.058	0.105	1.553	0.121	2.826
R = 0.640 R^2 = 0.410 SEE = 0.449 F = 42.291 Sig. = 0.000 Durbin = 1.894						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.410 หมายถึง ตัวแปรสามารถอธิบายการใช้งานได้ 41.00 % จากสมมติฐาน พบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีค่า Sig = 0.024 ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ มีค่า Sig = 0.001 ด้านวัฒนธรรมองค์กร มีค่า Sig = 0.000 และด้านเศรษฐกิจ มีค่า Sig = 0.001 ซึ่งค่า Sig ของตัวแปรมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 จึงสรุปได้ว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ ด้านวัฒนธรรมองค์กรและด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ โดยได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน

ตัวแปร	ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน					
	B	Std.	Beta	t-value	Sig.	VIF
ค่าคงที่ (constant)	0.561	0.169		3.328	0.001	
ด้านความรับผิดชอบต่อน้ำที่	0.170	0.045	0.165	3.750	0.000*	1.673
ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ	0.444	0.046	0.436	9.588	0.000*	1.790
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	-0.048	0.048	-0.054	-1.006	0.315	2.509
ด้านแรงจูงใจในการทำงาน	0.044	0.050	0.052	0.892	0.373	2.940
ด้านเศรษฐกิจ	0.116	0.055	0.122	2.118	0.035*	2.876
ด้านเทคโนโลยี	0.158	0.050	0.180	3.140	0.002*	2.826
R = 0.760 R ² = 0.578 SEE = 0.389 F = 83.257 Sig. = 0.001 Durbin = 2.084						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า R² มีค่าเท่ากับ 0.578 หมายถึง ตัวแปรสามารถอธิบายการใช้งานได้ 57.80 % จากสมมติฐาน พบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อน้ำที่มีค่า Sig = 0.000 ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ มีค่า Sig = 0.000 ด้านเศรษฐกิจ มีค่า Sig = 0.035 และด้านเทคโนโลยี มีค่า Sig = 0.002 ซึ่งค่า Sig ของตัวแปรมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 จึงสรุปได้ว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยด้านความรับผิดชอบต่อน้ำที่ ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ ด้านเศรษฐกิจ และด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงานของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ โดยได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก ด้านความโปร่งใส

ตัวแปร	ด้านความโปร่งใส					
	B	Std.	Beta	t-value	Sig.	VIF
ค่าคงที่ (constant)	1.995	0.223		8.948	0.000	
ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่	0.237	0.060	0.229	3.952	0.000*	1.673
ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ	0.147	0.061	0.144	2.406	0.119	1.790
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.070	0.064	0.078	1.103	0.017*	2.509
ด้านแรงจูงใจในการทำงาน	-0.062	0.066	-0.072	-0.936	0.271	2.940
ด้านเศรษฐกิจ	0.141	0.073	0.147	1.941	0.350	2.876
ด้านเทคโนโลยี	0.092	0.066	0.104	1.384	0.053	2.826

R= 0.520 R² = 0.270 SEE = 0.514 F= 22.515 Sig. = 0.000 Durbin = 2.150

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์พบว่า R² มีค่าเท่ากับ 0.270 หมายถึง ตัวแปรสามารถอธิบายการใช้งานได้ 27.00 % จากสมมติฐาน พบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีค่า Sig = 0.000 และด้านวัฒนธรรมองค์กร มีค่า Sig = 0.017 ซึ่งค่า Sig ของตัวแปรมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 จึงสรุปได้ว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และด้านวัฒนธรรมองค์กร ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความโปร่งใสของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ โดยได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความโปร่งใส

ตารางที่ 6 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก ด้านความซื่อสัตย์สุจริต

ตัวแปร	ด้านความซื่อสัตย์สุจริต					
	B	Std.	Beta	t-value	Sig.	VIF
ค่าคงที่ (constant)	2.231	0.215		10.374	0.000	
ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่	0.086	0.058	0.087	1.490	0.137	1.673
ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ	0.255	0.059	0.260	4.321	0.000*	1.790
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.075	0.061	0.087	1.227	0.220	2.509
ด้านแรงจูงใจในการทำงาน	-0.017	0.063	-0.020	-0.263	0.793	2.940
ด้านเศรษฐกิจ	0.015	0.070	0.016	0.209	0.834	2.876
ด้านเทคโนโลยี	0.156	0.064	0.184	2.432	0.015*	2.826

R= 0.513 R² = 0.263 SEE = 0.496 F= 21.722 Sig. = 0.000 Durbin = 2.240

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์พบว่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.263 หมายถึง ตัวแปรสามารถอธิบายการใช้งานได้ 26.30 % จากสมมติฐาน พบว่า ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ มีค่า Sig = 0.000 และด้านเทคโนโลยี มีค่า Sig = 0.015 ซึ่งค่า Sig ของตัวแปรมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 จึงสรุปได้ว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพและด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านด้านความซื่อสัตย์สุจริตของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ โดยได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความซื่อสัตย์สุจริต

ตารางที่ 7 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้บัญชีในเขตภาคตะวันออก ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ

ตัวแปร	ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ					
	B	Std.	Beta	t-value	Sig.	VIF
ค่าคงที่ (constant)	1.434	0.229		6.268	0.000	
ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่	0.232	0.062	0.210	3.757	0.000*	1.673
ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ	0.285	0.063	0.263	4.544	0.000*	1.790
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.172	0.065	0.181	2.639	0.009*	2.509
ด้านแรงจูงใจในการทำงาน	-0.002	0.068	-0.002	-0.026	0.980	2.940
ด้านเศรษฐกิจ	0.110	0.075	0.108	1.477	0.140	2.876
ด้านเทคโนโลยี	-0.067	0.068	-0.072	-0.985	0.325	2.826

R = 0.564 R^2 = 0.318 SEE = 0.528 F = 28.356 Sig. = 0.000 Durbin = 2.268

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์พบว่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.318 หมายถึง ตัวแปรสามารถอธิบายการใช้งานได้ 31.80 % จากสมมติฐาน พบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีค่า Sig = 0.000 ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ มีค่า Sig = 0.000 และด้านวัฒนธรรมองค์กร มีค่า Sig = 0.009 ซึ่งค่า Sig ของตัวแปรมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 จึงสรุปได้ว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพและด้านวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ โดยได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้ออภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบหน้าที่และปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ ที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านการรักษาความลับและด้านความรู้ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน ผลของการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านความรับผิดชอบหน้าที่และด้านความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านการรักษาความลับและด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรอมร แยมเจริญ (2558) ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับจริยธรรมด้านการมีมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีอยู่ในระดับมากที่สุด และประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับมาก จากการทดสอบความสัมพันธ์โดยภาพรวมระหว่างตัวแปรอิสระ คือจริยธรรมด้านการมีมนุษยสัมพันธ์และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี กับตัวแปรตาม คือประสิทธิภาพการทำงาน พบว่า จริยธรรมด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ในด้านความคิดเห็นและการใช้ดุลยพินิจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในด้านมาตรฐานในการปฏิบัติงาน และด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ให้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านการรักษาความลับ ความโปร่งใสและพฤติกรรมทางวิชาชีพ ผลของการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับ ความโปร่งใสและพฤติกรรมทางวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนุชนันย์ ตีจิต (2562) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมภายในองค์กรมีผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีในเขตภาคเหนือ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ และด้านความโปร่งใส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านเศรษฐกิจและด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธารินี ทองลิ้ม (2558) จากผลการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีมีส่วนช่วยในการพัฒนาศักยภาพการทำงานของพนักงานและเทคโนโลยียังช่วยอำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำงาน ทำให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น ดังนั้น ควรมีการสนับสนุนพัฒนาตนเองในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสามารถทำให้เข้าถึงข้อมูลความก้าวหน้าในอาชีพและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการทำงานของพนักงาน

2. ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานไม่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านการรักษาความลับ ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน ด้านความโปร่งใส ด้านความซื่อสัตย์และด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ด้านแรงจูงใจไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี เนื่องจากแรงจูงใจในการทำงานไม่ได้ทำให้นักบัญชีมีการรักษามาตรฐานในจรรยาบรรณวิชาชีพ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วูติรัตน์ มีมากและคณะ (2559) ผลการศึกษาพบว่า จรรยาบรรณของนักบัญชีด้านความรู้ความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านการรักษาความลับและด้านความโปร่งใสและทักษะทางวิชาชีพด้านทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคลด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสารและด้านทักษะทางปัญญามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการศึกษาวิจัยช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถใช้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีมาตรฐานในการทำงานและเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือได้
2. ผลการศึกษาวิจัยช่วยสนับสนุนให้ผู้ทำบัญชีเห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพนักบัญชีและช่วยให้ผู้ทำบัญชื่อนำเสนอข้อมูลทางการเงินที่ตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพและเป็นประโยชน์กับผู้ศึกษาวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการปฏิบัติงานเพื่อให้ผู้ทำบัญชี สามารถนำปัญหาและอุปสรรคไปปรับปรุงแก้ไขได้ตรงประเด็น อีกทั้งควรศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาการทำงานทางบัญชีให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ดีขึ้น
2. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชี เช่น ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

เอกสารอ้างอิง

- กนกมณี หอมแก้ว สุนิษา ภู่งศ์ และวรรณรงค์ ศรีศิริรุ่ง. (2559). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบัญชีของนักบัญชีไทย. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 01 พฤษภาคม 2565, จาก : https://research.bkkthon.ac.th/abstac/ab_14102558133156.pdf.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. (2565). สถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลคงอยู่ใน ประเทศไทย [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 31 มกราคม 2565, จาก : <http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/menu/est/1.html>.

- ฉัตรอมร แยมเจริญ. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี : กรณีศึกษา นักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 1(1), 55-66.
- ฐิติรัตน์ มีมาก รติกร บุญสวาทและชุตินา ชลิตทอง. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณและทักษะทางวิชาชีพกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีจังหวัดนครราชสีมา. ใน *การประชุมหาญใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7*, 23 มิถุนายน 2559. 653 – 664. สงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ธารินี ทองลิ้ม. (2558). ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านการพัฒนาที่สัมพันธ์กับการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- นุชจรรย์ ดีจิต. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณของนักบัญชีในเขตภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ศิริกาญจน์ วงษ์เสรี และสุรีย์ โขภรณ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีสถาบันการเงินเฉพาะกิจ. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(3), 259 – 282
- ศิริขวัญ ผลวิจิตร. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินการบัญชี หน่วยงานราชการ เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สรชัย พิศาลบุตร (2555). *สถิติธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. 361 หน้า.
- AMTaudit. (ม.ป.ป.). *จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี สำคัญอย่างไร* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 01 พฤษภาคม 2565, จาก : https://www.amtaudit.com/view_news.php?id=30.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว
ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี

The Development Packaging of The Rice Phon Ngam Glutinous Large Agricultural
Land Plot Community Enterprise Group, Phon Ngam Subdistrict, Nong Han District,
Udon Thani Province

อรรณพ ต.ศรีวงศ์^{1*}

Annop T.Srivong^{1*}

*Corresponding author, e-mail: annop.ts@ssru.ac.th

Received: July 18th, 2022; Revised: February 18th, 2023.; Accepted: February 23rd, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี และ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม จำนวน 50 คน รวม 60 คน การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม เป็นกล่องที่มีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยม สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ 1 กิโลกรัม มีตราสินค้าและป้ายฉลากแสดงรายละเอียดต่างๆ ผลการศึกษา ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับสามารถหยิบจับได้สะดวก ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับรูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม

คำสำคัญ: การพัฒนา บรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม

¹ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการการค้า ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Lecturer in Trade Management Program of Udon Thani Provincial Education Center Suansunandha Rajabhat University

Abstract

The research aimed 1. to develop Phon Ngam glutinous rice packaging, the Large Agricultural Land Plot Community Enterprise Group, Phon Ngam Sub-district, Nong Han District, Udon Thani Province and 2. study the satisfaction of Phon Ngam glutinous rice packaging, the Queen Ngam Large Agricultural Land Plot Community Enterprise Group, Phon Ngam Sub-district, Nong Han District Udon Thani Province. The sample used a purposive sampling including a group of community enterprise members of 10 people and a group of buyers of Phon Ngam sticky rice products of totaling 60 people. Data collection using questionnaires, data analysis using statistical methods. The statistics used were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation. The results of the research revealed that Phon Ngam glutinous rice packaging It is a solid box that looks like a square box. Able to pack 1 kg of products with brand names and labels showing various details. The results of the study were satisfied with Phon Ngam glutinous rice packaging. The large plot of community enterprise group, Queen Sirikit, Phon Ngam Sub-district, Nong Han District, Udon Thani Province, found that the overall packaging structure There was a high level of satisfaction. which customers pay attention to being able to be able to pick up easily In terms of graphic design on the overall packaging, there was a high level of satisfaction. The customer pays attention to the picture. decorative pattern be appropriate.

Keywords: Development, Package, The Rice Phon Ngam Glutinous Rice

บทนำ

ข้าวเหนียวเป็นที่นิยมบริโภคอย่างกว้างขวางในประเทศไทย เป็นข้าวที่มีลักษณะเด่นคือการติดกันเหมือนกาว เมื่อหุงเมล็ดข้าวที่สุกแล้ว นิยมปลูกทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือของประเทศไทย นับเป็นอาหารหลักของประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ โดยชาวนาที่ปลูกข้าวเหนียวส่วนใหญ่ใช้รูปแบบดั้งเดิมโดยการปลูกโดยแรงคนไม่ใช้เครื่องจักร ใช้กำลังคนในการคัดแยกเมล็ดข้าว ใช้เครื่องสีข้าวขนาดเล็กในครัวเรือน ส่วนใหญ่ปลูกไว้รับประทานในครัวเรือนเป็นหลัก นอกจากการบริโภคโดยตรงแล้วยังมีการนำข้าวเหนียวมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสุราพื้นเมือง หรือการผลิตแปรรูปข้าวเหนียวเพื่ออุตสาหกรรมอาหารและขนมขบเคี้ยว ส่งผลให้ในปี 2563 ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกข้าวเหนียวอยู่ที่ 1.4 แสนตันข้าวสาร (ชัยวัฒน์ สร้อยเจริญสุข, 2565) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสำคัญที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและชาวนาของไทย

องค์การบริหารส่วนตำบลหนองหาน จังหวัดอุดรธานี (2564) ได้สรุป เกี่ยวกับพื้นที่ของอำเภอหนองหาน ไว้ว่า เนื่องจากภายในพื้นที่ล้อมไปด้วยหนองน้ำ ส่งผลให้มีความอุดมสมบูรณ์มีน้ำใช้ในการเกษตรไม่ขาดแคลน ส่งผลให้การทำนาเป็นอาชีพหลักสำหรับคนในชุมชน จากข้อมูลขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหานพบว่า ประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 ประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก ผลผลิตที่สำคัญได้แก่ ข้าว ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง การทำการเกษตรในตำบลเป็นลักษณะดั้งเดิม โดยอาศัยแหล่งน้ำธรรมชาติเป็นสำคัญ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่

ราชินีข้าวเหนียวอยู่ในเขตตำบลโพรงงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี เป็นกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกข้าวเหนียวเป็นหลัก ส่วนใหญ่ปลูกไว้รับประทานในครัวเรือน จากนั้นจึงนำออกจำหน่ายผ่านช่องทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แต่ปัจจุบันการผลิตข้าวมีในหลายพื้นที่และอีกทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีเหมือนๆ กันส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียวไม่แตกต่างกับพื้นที่อื่น เมื่อพิจารณาลักษณะของบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกพบว่ามัลักษณะที่ไม่แข็งแรง ไม่เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดใจต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังไม่มีฉลาก ตราสินค้าที่ชัดเจน และคำอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ข้าวเหนียวโพรงงาม ไม่มีความโดดเด่นในตัวบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีปัจจัยหลายอย่างที่จะทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจดูจากรูปลักษณ์ภายนอกเช่น การจับถนัดมือ สี สัน ขนาด สิ่งเหล่านี้ดูเหมือนจะเป็นรายละเอียดปลีกย่อย แต่ที่จริงแล้ว แล้วเป็นสิ่งที่สำคัญและมีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคค่อนข้างมาก จากการศึกษางานวิจัยของไสยเพ็ญ เฉิดเจิม และคณะ (2564) พบว่า ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมควรเป็นแบบกล่องเพราะมีความแข็งแรง สะดวกต่อการบรรจุ ย่อยต่อการหอบหิ้วผู้ขายไม่ต้องลงทุนซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาสูง ด้านรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต้องมีสีสันสวยงาม ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับเนื้อหาสื่อถึงผลิตภัณฑ์มีความเรียบง่ายเหมาะสมแก่การจดจำ หากพิจารณาจากการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน ถ้าไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามแล้วส่วนแบ่งการตลาดก็จะถูกแบ่งไปอย่างแน่นอน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพรงงาม ให้มีรูปแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของ ข้าวเหนียวโพรงงาม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว เพื่อส่งเสริมความโดดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงงาม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ซึ่งเป็นแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงงาม ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วไป และสร้างอาชีพที่มั่นคงเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนตำบลโพรงงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพรงงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อทดสอบความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพรงงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีกระบวนการดำเนินการวิจัยโดยประยุกต์กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) (Creswell and Clark, 2007) โดยกำหนดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น (Focus group) จากกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่และกลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพรงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี และกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงามประเมินความพึงพอใจ บรรจุภัณฑ์ข้าว โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ที่ปลูกและจำหน่ายปลีกข้าวเหนียว จำนวน 10 คนและกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงาม จำนวน 50 คน รวม 60 คน

การดำเนินงาน

1. ทำการศึกษาแนวคิดการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้านการใช้วัสดุ รูปลักษณ์ สี สันตลอดจนด้าน วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ท้องถิ่น ตำบลโพรงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี
2. ประเด็นด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตรายสินค้า และการแสดงรายละเอียดบนฉลาก สร้างแบบสอบถามความ คิดเห็นความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบบเดิม สอบถามผู้บริโภค ณ สถานที่ซื้อ สินค้าเพื่อให้ได้ข้อมูลตลาดเป้าหมาย
3. จัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน กำหนดแนวคิดในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ โทนสี วัสดุ แนวทางการออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (Mock Up) โดยผลสรุป คือ สำหรับโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุกระดาษเป็นหลัก ส่วน กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ใช้ลวดลายที่เกี่ยวข้องกับต้นข้าว ระบุความเป็นมาของข้าวเหนียวและประโยชน์เพื่อเพิ่มมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์
4. พัฒนาแบบที่ได้จากกระบวนการมีส่วนร่วมตัดสินใจเลือกของสมาชิก ออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนโพรงามว่าเป็นข้าวเหนียวที่ปลูกในพื้นที่ตำบลโพรงามจากท้องนาของบรรพบุรุษ
5. การออกแบบร่าง (Sketch.design) ใช้ Adobe Illustrator และ Photoshop ในการสร้างแบบร่าง กำหนด ภาพประกอบหรือลวดลายชั้นสร้างลวดลาย กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หรือฉลากสินค้า ที่สร้างขึ้นแล้วนำไปประกอบตกแต่ง กับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
6. นำแบบที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ประเมินความเหมาะสม ของตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์
7. ออกแบบสุดท้าย (Design finalization) เลือกแบบที่ได้รับการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ มาทดลองใช้ ปรับปรุงหลังการทดลองใช้
8. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงาม กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) แบบประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ (มัทธนี ปราโมทย์เมือง และคณะ, 2558 : 86 - 88) ข้าวเหนียวโพรงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าว เหนียว ตำบลโพรงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานีทำการศึกษาทฤษฎีแนวคิดและวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนด ขอบเขตการวิจัยและสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์งานวิจัยนำแบบสอบถามที่ร่างได้ทดสอบความ

เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา(Content validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 คนพิจารณาตรวจสอบ จากนั้นหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of Item-Objective Congruence) โดยมีค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม เท่ากับ 0.862

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สํารวจความพึงพอใจกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงงาม โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าว บรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพรงงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนาแปลงใหญ่ ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพรงงาม อำเภอนางรอง จังหวัดอุดรธานี เก็บข้อมูลจากกลุ่ม ระหว่าง 10 ตุลาคม ถึง 10 พฤศจิกายน 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการ หาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายค่า Likert 5 ระดับที่ระดับ Interval เท่ากับ 0.8 ดังนี้ เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูลจากบรรจุภัณฑ์เดิม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว พบว่า มีการใช้บรรจุเป็นถุงพลาสติก สำหรับบรรจุข้าวเหนียว 1 กิโลกรัม ไม่มีตราสินค้า ฉลากแสดง และคำอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์



รูปที่ 1 บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบบเดิม

2. ด้านตัวบรรจุบรรจุภัณฑ์ รูปทรงเป็นสี่เหลี่ยมพื้นผ้าแนวดิ่งเพื่อสะดวกต่อการตั้งโชว์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุกระดาษเป็นหลัก รองรับข้าวสาร 1 กิโลกรัม ขนาดกว้าง ขนาดกว้าง 7 เซนติเมตร ยาว 15 ซม. สูง 20 ซม. เหมาะสำหรับซื้อเป็นของฝากตามเทศกาลต่างๆ สามารถรับประทานหมดในครั้งเดียว เลือกใช้น้ำตาลเข้มเป็นพื้นเพื่อไม่ให้สะท้อนแสงจัดเป็นกลุ่มจำพวกสีเย็นแสดงถึงความเป็นธรรมชาติ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 บรรจุภัณฑ์ที่เสร็จสมบูรณ์

2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ใช้ชื่อตราสินค้า “ข้าวเหนียวโพรงงาม” เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยกลุ่มเกษตรกรกลุ่มราชินีข้าวเหนียวตำบลโพรงงาม อันเป็นผลผลิตที่อยู่ในชุมชนโพรงงาม ตำบลโพรงงาม อำเภอนาทม จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย

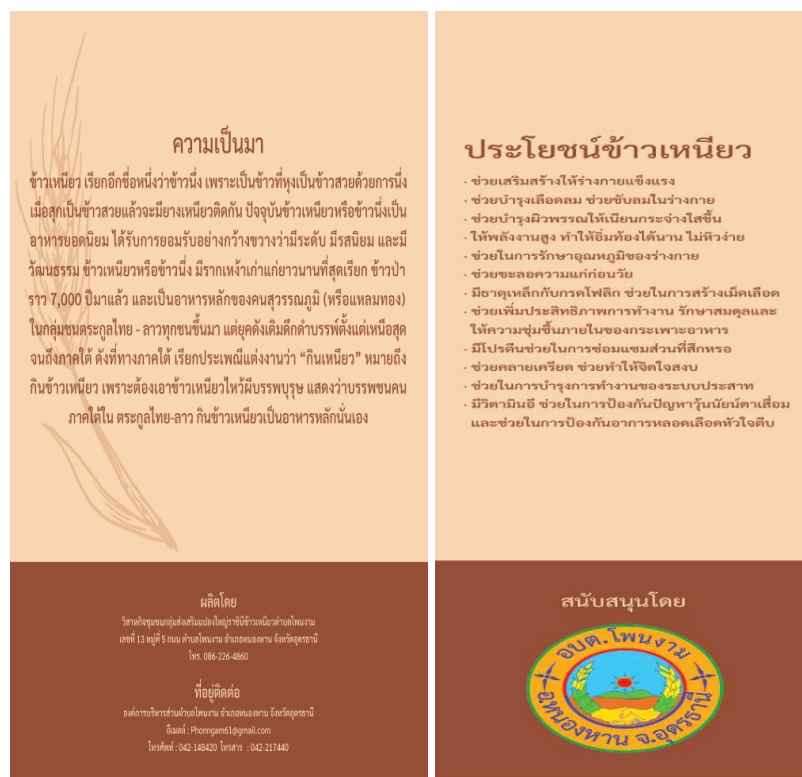
2.1 ภาพแบบเวกเตอร์(Vector) แสดงถึงต้นข้าวของชุมชนโพรงงาม ซึ่งอยู่ภายในวงกลมหมายถึงความสมบูรณ์พร้อมแสดงความต่อเนื่องสมบูรณ์แบบ

2.2 เลือกใช้สีเหลืองสำหรับตัวอักษรและภาพแบบเวกเตอร์ หมายถึง ความเจริญรุ่งเรือง ระดับสีให้เป็นสีเหลืองอ่อนเนื่องจากพื้นตราสินค้าใช้น้ำตาลตามพื้นที่ส่วนใหญ่ในบรรจุภัณฑ์ ส่งผลให้ตราสินค้าชื่อวิสาหกิจชุมชนและตัวอักษรเด่นชัด ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 ตราสินค้า “ข้าวเหนียวโพรงงาม”

3. กราฟิคนับรรูจักษณ์ แสดงรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์ ความเป็นมา ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ และผู้ผลิต ผู้สนับสนุน เพื่อสร้างเรื่องราวความเป็นมาให้ผลิตภัณฑ์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 การแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์

4. โครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ที่เสร็จสมบูรณ์ แนวคิด คือ ส่วนประกอบหลักของบรรจุภัณฑ์เน้นการตกแต่งเพิ่มลวดลายกราฟิกที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าว ให้มีความเรียบง่าย และสื่อความหมายที่ดีลงบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม ดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 แบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงงามที่เสร็จสมบูรณ์

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพรงงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินี ข้าวเหนียว ตำบลโพรงงาม อำเภอนาทม จังหวัดอุดรธานี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ	ชาย	38	63.33
	หญิง	22	36.67
	รวม	60	100
2.อายุ	20 ปี	5	8.33
	21 - 30 ปี	6	10.00
	31- 40 ปี	19	31.67
	41- 50 ปี	8	13.33
	51 - 60 ปี	12	20.00
	61 ปีขึ้นไป	10	16.67
	รวม	60	100

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	10	16.67
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	11	18.33
	พนักงานบริษัทเอกชน/เจ้าของธุรกิจ	34	56.67
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	5	8.33
	รวม	60	100
4.ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	4	6.67
	มัธยมศึกษา	24	40.00
	ปริญญาตรี	29	48.33
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	5.00
	รวม	60	100
5.รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 9,000 บาท	12	20.00
	9,001 - 15,000 บาท	19	31.67
	15,001 - 25,000 บาท	13	21.67
	25,001 - 35,000 บาท	11	18.33
	35,001 บาทขึ้นไป	5	8.33
	รวม	60	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 63.33 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 36.67

กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.67 รองลงมามีอายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.67 มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.33

ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.33 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.67 และแม่บ้าน/พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 8.33

มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.00 ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 6.67 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.00

ส่วนใหญ่มียาได้ต่อเดือน ระหว่าง 9,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.67 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.67 มีรายได้ต่ำกว่า 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีรายได้ระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.67 18.33 และมีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.33

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว

ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. แบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสม	4.07	0.80	มาก
2. วัสดุของบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม	4.06	0.81	มาก
3.บรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมต่อปริมาณของสินค้า	4.12	0.76	มาก
4. สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก	4.08	0.83	มาก
5. สามารถหยิบจับได้สะดวก	4.18	0.77	มาก
รวม	4.10	0.64	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับแรกคือ สามารถหยิบจับได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาบรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมต่อปริมาณของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.12 สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.08 แบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.07 และวัสดุของบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.06

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว

ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ตัวกล่องมีสีสัน ความเหมาะสมสวยงาม	4.19	0.81	มาก
2. รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม	4.30	0.77	มาก
3. รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.18	0.75	มาก
4. ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ครบถ้วนเหมาะสม	4.08	0.83	มาก
5. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงจุดเด่น เกลักษณ์กลุ่ม/ชุมชน	4.25	0.75	มาก
รวม	4.20	0.65	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้อมูลความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ภาพรวมอยู่ในระดับมากมี ค่าเฉลี่ยที่ 4.20 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือ รูปภาพลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยที่ 4.30 รองลงมาบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงจุดเด่น เอกลักษณ์กลุ่ม/ชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตัวกล่องมีสีส้ม ความเหมาะสมสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.19 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.18 และข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ครบถ้วนเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.08

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี พบว่า การปลูกข้าวสารเหนียวในพื้นที่ของชาวบ้านเป็นวิถีดั้งเดิม ผลิตภัณฑ์ผลิตมีการผลิตด้วยมือ อันเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษเพื่อรองรับน้ำหนักข้าว 1 กิโลกรัม ใช้สีส้มพื้นตัวกล่องเป็นสีน้ำตาลซึ่งเป็นสีโทนเย็นไม่สะท้อนแสง เหมาะแก่การบรรจุธัญพืชไว้ใน รูปทรงพกพาง่ายดูไม่ล้าสมัย ต่างจากแบบเดิมซึ่งเป็นการบรรจุข้าวสารเหนียวไว้ในถุงพลาสติกเท่านั้น ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเหมาะสมเป็นของฝาก ในเทศกาลต่างๆหรือของที่ระลึกซึ่งสอดคล้องกับ Simms and Trott (2014) ที่กล่าวว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะแบ่งออกเป็นสามระดับ คือ การเปลี่ยนแปลงของผิว การปรับปรุงร่าง และการเปลี่ยนรูปโฉม ซึ่งบริษัทต่าง ๆ จะเน้นการเปลี่ยนแปลง บรรจุภัณฑ์ที่ระดับการเปลี่ยนแปลงผิวหรือการออกแบบปรับปรุงรูปร่าง โดยมีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมช่วยในการออกแบบมีตราสินค้าข้อความแสดงถึงข้าวเหนียวโพนงาม ผลากบรรจุภัณฑ์มีการบรรยายเรื่องราวที่มาของข้าวเหนียว ประโยชน์คุณค่าทางโภชนาการ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ภายใน วันหมดอายุ การสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล สอดคล้องกับมยุรี ภาคลำเจียก (2556) ซึ่งกล่าวว่า องค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า เครื่องหมายทางการค้าหรือโลโก้ รายละเอียดของสินค้าหรือลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ โดยมีวลีหรือคำพูดที่ดึงดูดความสนใจ และสอดคล้องกับปัทมาพร ท่อชู (2552) ซึ่งกล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า และรายละเอียดของสินค้า

การประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ภาพรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถหยิบจับได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.18 เนื่องจาก บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว เป็นกล่องขนาด 1 กิโลกรัมใช้สำหรับการรับประทานในครอบครัวครั้งเดียว บรรจุภัณฑ์มีความพอดีกับข้าวที่บรรจุด้านใน มีขนาด น้ำหนัก ความเหมาะสม ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ให้ความสำคัญในการซื้อเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับสุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (2555) ที่กล่าวว่า ความรู้สึกที่ดี (Brand Experience) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรสร้างให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะที่ออกแบบ เปรียบเทียบรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ เกิดความรู้สึกอยากเป็นเจ้าของและอยากทดลองสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์นั้น การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ภาพรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.30 แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพงาม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว เพราะมีการนำเสนอกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านโพงาม โดยการนำเสนอกราฟิกรูปต้นข้าวบนตัวบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สื่อถึงอาชีพการทำนาเพื่อปลูกข้าวเหนียวเป็นอาชีพดั้งเดิมของชุมชนสืบต่อกันมาจากอดีต ซึ่งสอดคล้องกับโรชา เทพรักษ์และปริญญณ์ แสงอรุณ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การประเมินความพึงพอใจในต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่นำเสนอถึงภาพลักษณ์ชาวนาไทย พบว่า ในด้านการสื่อสารการออกแบบกราฟิกภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรใช้วัสดุแตกต่างกันเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น กระจาดจากขานอ้อยหรือวัสดุจำพวกไบโอพลาสติกแสดงถึงการให้ความสำคัญในการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะขนาด 1 กิโลกรัม เนื่องจากสามารถเป็นของฝากและจัดส่งได้ง่าย ใช้วัสดุอื่นนอกจากผลิตภัณฑ์จากกระจาดในการงานโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า
2. คำขวัญ ตัวอักษรและภาพกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงสัดส่วนพื้นที่ขององค์ประกอบเป็นหลัก
3. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงขนาดมาตรฐานที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและต้นทุนของวัสดุที่ใช้ในการสร้างบรรจุภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาช่วยตั้งแต่การสั่งซื้อสินค้า ชำระเงิน การจัดส่ง ฐานข้อมูลการซื้อสินค้า และแนวทางการเผยแพร่โฆษณาเพิ่มเติมเพื่อจะเป็นแนวทางเสริมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ สร้อยเจริญสุข (2565). แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรมข้าว. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2565, จาก : <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/rice/io/io-rice-2022>
- ปัทมาพร ท่อชู. (2552). การทำความเข้าใจการออกแบบการบรรจุภัณฑ์. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2565, จาก : <http://thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=732§ion=37&issues=28>
- มยุรี ภาคกล้าเจ๊ก. (2556). บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หทัยเสง. 147 หน้า.
- มัทธนี ปราโมทย์เมือง, ธาณี สุนคนระชาติ และชูเกียรติ อนันต์เวทยานนท์. (2558). การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่ปั๊พ จังหวัดสระบุรี. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 157 หน้า.
- ไสยเพ็ญ เฉิดเจิม, ภูพิชย์ ทานะ และแสงเดือน ธรรมวัตร. (2564). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่. วารสารวิชาการ เทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 6(1), 28-35.

- องค์การบริหารส่วนตำบลหนองหาน จังหวัดอุดรธานี (2564). *สภาพเศรษฐกิจ*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2565, จาก : http://www.nonghan.go.th/data.php?content_id=3.
- อโรชา เทพรักษ์และปริญญณ์ แสงอรุณ.(2561). การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวสารไทยโดยนำเสนอภาพลักษณ์ของชาวนาไทย.ใน *การประชุมวิชาการสำหรับนักศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 2*, 7 มิถุนายน 2562. 246-253. กรุงเทพมหานคร : คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Creswell, J. W. and Plano Clark, V. L. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Simms, C. and Trott, P. (2014). *Conceptualizing the Management of Packaging Within New Product Development : A Grounded Investigation in the UK Fast Moving Consumer Goods Industry*. [Online]. Retrieved 4 November 2022, Available : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJM-12-2012-0733/full/html>.

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน

The Competitive Advantages Strategies of Community-Based Tourism: Mueang Pon Sub-District, Mae Hong Son Province

สุธาวัลย์ สัจจสมบุญ¹ และจักรพงษ์ สุขพันธ์^{2*}

Sutawan Satjasomboon¹ and Jakkapong Sukphan^{2*}

*Corresponding author, e-mail: jakkapong@mju.ac.th

Received: November 13th, 2022; Revised: May 17th, 2023; Accepted: May 19th, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 2. เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามกรอบแนวคิดสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วยตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนผู้ประกอบการ และตัวแทนภาคประชาชน รวมทั้งสิ้น 15 คน ในช่วงระหว่าง พฤษภาคม - กรกฎาคม 2565 และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองของลูกค้า ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน และการแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับมาก การท่องเที่ยวมีการแข่งขันสูงจากทั้งคู่แข่งทางตรง และคู่แข่งทางอ้อม ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่าชุมชนเมืองปอนมีจุดเด่นในปัจจัยด้านบุคลากรมีองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในชุมชนเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นจุดเด่นที่สำคัญที่สินค้าและการให้บริการมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปัจจัยด้านราคา มีการตั้งราคาที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ ด้านกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่าเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยการนำวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในชุมชนนำมาใช้ในกิจการ ทำให้มีต้นทุนที่ต่ำ และกลยุทธ์การสร้างแตกต่างที่นำเอกลักษณ์ของชุมชนเข้ามาเป็นจุดขายของสินค้าและบริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน ควรมีการยกระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐานการให้บริการและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการป้องกันอำนาจต่อรองของลูกค้า ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนและการแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรม และควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การสร้างแตกต่างและกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วนที่มีความสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด

¹ อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Lecturer of Border Trade Management, Mae Hong Son College, Chiang Mai Rajabhat University

² อาจารย์, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Lecturer of Marketing, Faculty of Business Administration, Maejo University

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

The objectives of this research were 1 to study the competitive environment of community-based tourism and 2 to study the guidelines for creating competitive advantage strategies for community-based tourism in Mueang Pon, Mae Hong Son. According to the conceptual framework of the five-force model, service marketing mix, and competitive advantage, the semi-structured interviews were used to collect from 15 key informants: government agencies, entrepreneurs, and community representatives between May and July 2022. Content analysis was employed for the data analysis.

The findings indicated that the competitive environment of bargaining power of customers, the threat of substitutes, and competitive rivalry are at a high level. Tourism is highly competitive with both direct and indirect competitors. The findings found that as for the staff, people had knowledge related to tourism. In addition, the product aspect was an outstanding and unique highlight with value-based pricing. For the competitive advantage strategies, the cost leaders used raw materials readily available in the community, resulting in low costs. The differentiated strategy brings the community's identity as a unique selling point. Moreover, Mueang Pon community-based tourism should develop the service marketing mix, especially the standard of service and the quality of product standards, to protect the bargaining power of customers, threat of substitute products or services, and Industry rivalry. In addition, Mueang Pon community-based tourism should focus on a differentiation strategy and focus strategy that is consistent with the community's potential to develop the marketing mix.

Keywords: Competitive Advantages Strategies, Community-Based Tourism Entrepreneurs, Community-Based Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นส่วนสำคัญของระบบเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2562 นั้น ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 1,911,808 ล้านบาท (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2564) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism – CBT) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งซึ่งได้รับความนิยมจากทั่วโลก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองเพื่อทำให้คนท้องถิ่นมีงานทำและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น รวมทั้งยังส่งผลต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และรักษามรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ได้อีกด้วย การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 (สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, 2564) ได้เกิดโฮมสเตย์ขึ้นหลายแห่งและมีรูปแบบการให้บริการที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชุมชนและธรรมชาติ โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของคนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งส่งผลต่อ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การอนุรักษ์วัฒนธรรม และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่กับชุมชนอย่างยั่งยืนได้อีกด้วย (Richards and Wilson, 2006)

จากการที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในระดับโลก จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้จัดอยู่ในเมืองรองด้านการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วย 3 แนวคิด คือ 1) ให้ประสบการณ์ในระดับวิถีชุมชน 2) มีโอกาสพัฒนาศักยภาพในอนาคต และ 3) เชื่อมโยงเมืองใหญ่และเชื่อมต่อกับเพื่อนบ้าน ด้วยจุดเด่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (nature based tourism) การท่องเที่ยวชนเผ่า (ethnic tourism) และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community based tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ดังนั้นจังหวัดแม่ฮ่องสอนจึงกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวทางเลือกที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามจากรายงานทางสถิติในปี พ.ศ. 2563 พบว่ามีผู้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนจำนวนทั้งสิ้น 605,526 คน แบ่งเป็นคนไทย 545,567 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 59,959 คน ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเป็นอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) เนื่องมาจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ด้วยข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติลดลงเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวหดตัวลงและส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

จากข้อมูลศูนย์ประสานงานเครือข่าย การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนพบว่า ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนนั้นมีชุมชนที่ให้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งสิ้น 8 พื้นที่ ได้แก่ ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วยฮี้ ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วยตองกือ ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านผามอน ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเมืองแพม ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านจำโบ่ ท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านถ้ำลอด ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเมืองปอน และท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแพมบก โดยทั้ง 8 ชุมชนได้ดำเนินการให้บริการนักท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2564 อันเนื่องมาจากสถานการณ์โควิด 19 (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2564) ภายหลังจากสถานการณ์ของโรคระบาดคลี่คลายลง พบว่า การท่องเที่ยวในพื้นที่ยังคงต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นฟู

ด้วยจำนวนผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีอยู่ค่อนข้างมากในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ดังนั้นทางกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงต้องมีการปรับตัวและหาแนวทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง จากการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นสภาพแวดล้อมในการแข่งขันมีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจ เพราะเป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจจะต้องแข่งขันกับธุรกิจประเภทเดียวกัน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหรือบริการที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อกันเนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มเดียวกัน (อาชวิน ใจแก้ว, 2561) นอกจากนี้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Kotler & Keller, 2012) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการและเป็นแนวทางในการพัฒนาตามการท่องเที่ยววิถีใหม่ และผู้ประกอบการควรมีกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (วัณวิริญจน์ แจ่มพลอย และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2559) ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจให้สูงกว่าของคู่แข่งจนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป

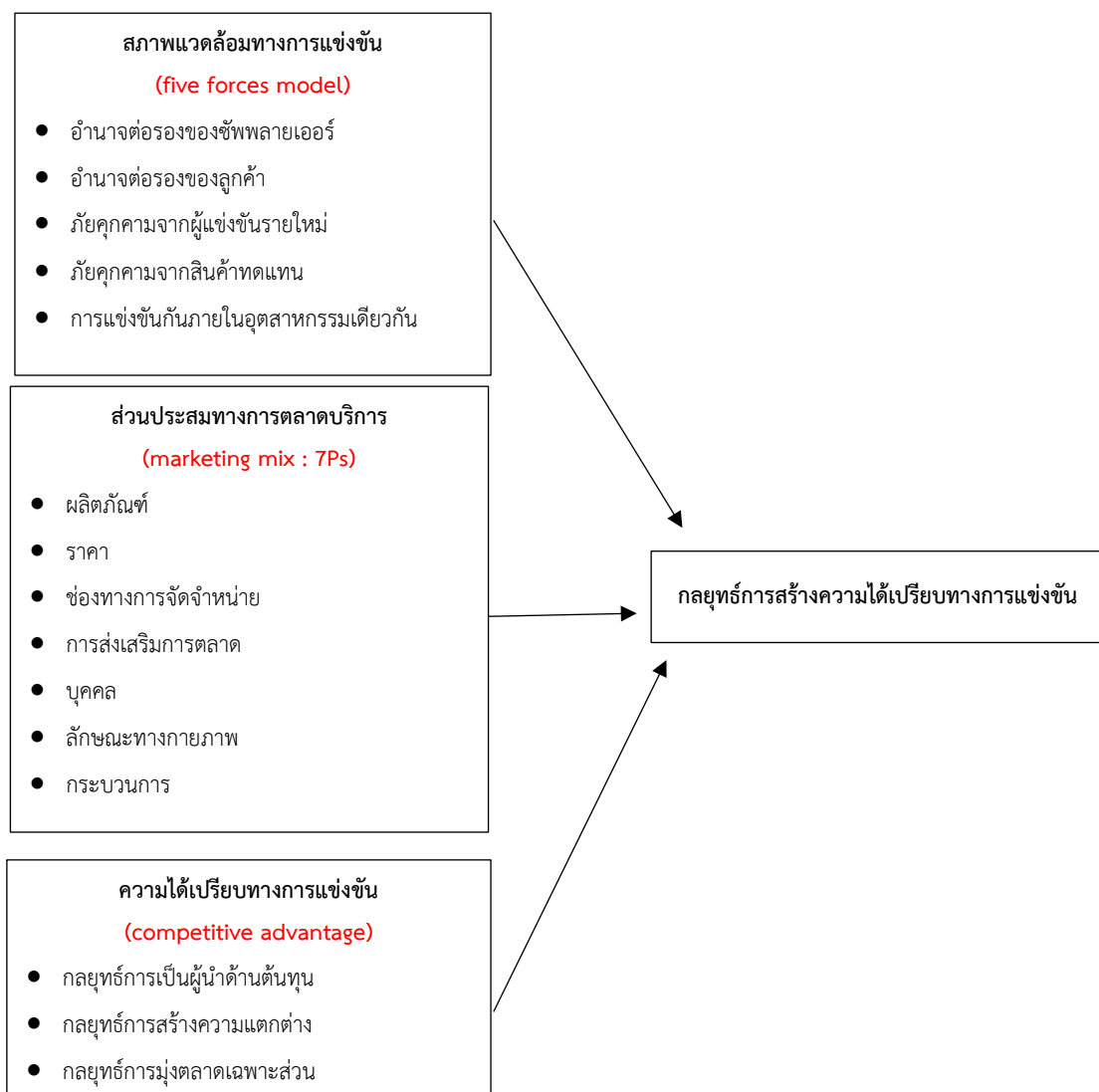
บ้านเมืองปอน อ.ขุนยวม จ.แม่ฮ่องสอน นั้นมาจากคำว่า พร หมายถึง เมืองที่มีสิริมงคล บางความเชื่อให้ความหมาย ปอน หมายถึง พญา หรือผู้ปกครองเป็นพญาที่ยิ่งใหญ่ ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไท (ไทยใหญ่) ประกอบอาชีพทำนาและเพาะปลูก มีแนวทางในการดำเนินชีวิตตามขนบธรรมเนียมประเพณี คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของความเป็นไทยใหญ่ ปัจจุบันเมืองปอนเป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่และให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้นภายในครอบครัว และยังได้อนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมต่างๆ ให้กลายเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของชุมชนและในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเมืองปอน อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เหมาะสม ซึ่งส่งผลให้

เกิดความอยู่รอดและยั่งยืนต่อไป (สุธาวลัย สัจจสมบูรณ์ และธีรวิรา ไหวดี, 2561) และสามารถเป็นต้นแบบและแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่อื่นๆได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในพื้นที่ตำบลเมืองปอน อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลักและการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรง และเป็นผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินงาน การท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน เกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (snowball sampling) (วิรัตน์ คำศรีจันทร์, 2556) โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ตรง ในการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากนั้น ให้ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มแรกช่วยเสนอรายชื่อผู้ให้ข้อมูลท่านอื่นๆต่อไปเป็นการเลือกตัวอย่างแบบบอกต่อ รวมทั้งสิ้น 15 คน โดยงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยในช่วง พฤษภาคม - กรกฎาคม 2565

ผู้วิจัยได้จำแนกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ไว้ดังต่อไปนี้

1. ตัวแทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองปอน 4 ราย ดังนี้ 1) องค์การบริหารส่วนตำบล ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลและรองปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล 2) ตัวแทนผู้นำชุมชนในหมู่บ้าน ได้แก่ตัวแทนผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน
2. ตัวแทนผู้ประกอบการในพื้นที่จำนวน 6 ราย ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการกลุ่มที่พักและโฮมสเตย์ จำนวน 2 คน 2) ผู้ประกอบการกลุ่มเครื่องจักรสาน จำนวน 2 คน 3) ผู้ประกอบการกลุ่มผ้าไหม จำนวน 2 คน
3. ภาคประชาชนในพื้นที่ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบ่งตามการรวมกลุ่มจำนวน 5 ราย ดังนี้ 1) กลุ่มเกษตรกรชุมชนเมืองปอน จำนวน 1 คน 2) กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองปอน จำนวน 2 คน 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมืองปอน จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview) และได้กำหนดประเด็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (open-ended) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีอิสระในการตอบคำถามและมีการขยายความในประเด็นต่างๆตามมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์ (ชาย โพธิ์สิตา, 2562) แบบสัมภาษณ์ได้ถูกสร้างตามทฤษฎีและกรอบแนวคิดของงานวิจัย และได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อให้มีความเที่ยงตรงและความถูกต้องตามเนื้อหา (content validity) และผ่านการทดสอบกับผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ใช่ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 ท่าน เพื่อทำการปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ในขั้นสุดท้าย นอกจากนี้ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกและบันทึกเสียง เพื่อให้การรวบรวมรายละเอียดของข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีอย่างมีประสิทธิภาพและครบถ้วนตามประเด็นหลักในการศึกษาวิจัย (Creswell, 2014)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักล่วงหน้า โดยกำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ พร้อมกับส่งโครงสร้างคำถามให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้เตรียมตัวล่วงหน้า การสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณไม่เกิน 1 ชั่วโมง โดยผู้วิจัยได้ถามคำถามแบบกว้างๆ และให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามหรืออธิบายรายละเอียดได้อย่างอิสระจากประสบการณ์ในการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลด้วยการจดบันทึกและบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลหลัก เมื่อทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นที่เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้ถอดเทปพิมพ์รวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์และนำส่งกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ ตีความ สรุปเนื้อหาและจัดกลุ่มข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

การตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงของข้อมูล (validity) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การจดบันทึก การถอดเทปมาตีความและเรียบเรียงเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อยืนยันความเชื่อถือ งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation method) (สุภางค์ จันทวานิช, 2559) ใน 3 ประเด็น คือ ด้านข้อมูล (data triangulation) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างสถานที่ ต่างเวลาและบุคคล ด้านผู้วิจัย (investigator triangulation) ทำการสัมภาษณ์กับผู้วิจัยหลายคน และด้านทฤษฎี (theory triangulation) หลังจากตรวจสอบเป็นที่เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งมีกระบวนการอยู่ 3 ขั้นตอน คือ การจัดระเบียบข้อมูล (data reduction) การแสดงผลข้อมูล (data display) และการสรุปผล (conclusion) (Miles and Huberman, 1994) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปหรือข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ตลอดจนนำเสนอข้อมูลตามกรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งหมดจำนวน 15 คน พบว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอนเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่ผสมผสานของชาวไต (ไทใหญ่) ที่ยังคงขนบธรรมเนียม ประเพณีและวิถีชีวิตในแบบดั้งเดิมไว้ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับวัฒนธรรมชาวไต รับชมความสวยงามของ สถาปัตยกรรม หัตถกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้แก่การจักสานด้วยลายพิกุล การจักสาร หมวกกูปไต การตัดเย็บเสื้อไต นอกจากนี้การบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ในรูปแบบของบ้านไตโบราณ รวมถึงการ รับประทานอาหารและขนมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตามฤดูกาล เช่น จิ้นลุง และข้าวปึก นอกจากนี้ชุมชนยังมีเป้าหมาย ที่ชัดเจนในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน ผล การวิเคราะห์ส่วนประกอบทั้ง 5 ด้าน ปรากฏปัจจัยดังต่อไปนี้

1. อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์

การดำเนินงานในการท่องเที่ยวโดยชุมชนในส่วนของขายสินค้าและการให้บริการด้านที่พัก ผู้ประกอบการสามารถจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในชุมชน และมีการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบซึ่งกัน และกัน

“เลือกใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในชุมชน ถ้าหาไม่ได้จริง ๆ จะขอยืมจากร้านค้าข้างๆไปก่อน บางทีก็ซื้อบางทีก็แลกกันบ้าง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 7, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

“สินค้าที่เราทำ ไม่ได้มีอะไรที่ซับซ้อน เป็นการทำแบบบ้าน ๆ สืบต่อกันมา วัสดุที่นำมาใช้ก็หาได้ ง่ายๆในชุมชน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 10, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

ดังนั้น อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์จึงมีน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถหาวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจได้ง่ายและมีการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบกันในชุมชน จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาวัตถุดิบจาก แหล่งอื่น

2. อำนาจต่อรองของลูกค้า

กลุ่มลูกค้าหลักที่มาท่องเที่ยวในชุมชนเมืองปอนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้บริการทั้งโฮมสเตย์ และขายสินค้า ที่มีอย่างจำกัดจึงทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองไม่มากนัก

“ลูกค้ามีทั้งคนไทยและฝรั่ง ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยต่อรองราคา เพราะบ้านพักของเราและสินค้าไม่ได้มีราคาแพง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 8, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

“มีการต่อรองราคาบ้างแต่ไม่ได้ลดราคาให้เพราะสินค้าเราทำค่อนข้างยาก กว่าจะเสร็จแต่ละชิ้นใช้เวลาานาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 9, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

สรุปได้ว่าอำนาจการต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ถึงแม้ว่าสินค้าและบริการในชุมชนมีค่อนข้างจำกัดและเป็นการตั้งราคาที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ และลูกค้าส่วนใหญ่มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวในชุมชนโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามด้วยจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีสถานที่ท่องเที่ยวค่อนข้างมากจึงทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูงขึ้นตามไปด้วย

3. ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่

การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำได้ค่อนข้างยาก การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากชุมชนและดำเนินงานโดยชุมชนแต่ในสถานการณ์ปัจจุบันทำให้เกิดผู้แข่งขันรายใหม่ค่อนข้างยาก

“ตั้งแต่มีโควิด การท่องเที่ยวโดยชุมชนก็ปิดไปด้วย ไม่มีนักท่องเที่ยว คนก็หันไปทำอาชีพอื่นหมด คำสั่งของจังหวัดห้ามคนเดินทาง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 3, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“ยังไม่เห็นมีการท่องเที่ยวชุมชนใหม่ๆเกิดขึ้นในช่วงนี้ การทำท่องเที่ยวโดยชุมชนใช้เวลาานกว่าชาวบ้านจะเข้าใจ ต้องมีคนเข้ามาช่วยถึงจะเกิด” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

ดังนั้น ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่จึงไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เนื่องด้วยจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง และข้อจำกัดในดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

ลักษณะการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน มีสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าของชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์และมีความโดดเด่น อย่างไรก็ตามในจังหวัดแม่ฮ่องสอนยังมีการให้บริการการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ

“เราเป็นชุมชนเก่าแก่ มีสถานที่ท่องเที่ยวและศูนย์เรียนรู้ที่เป็นเอกลักษณ์ต่างจากที่อื่น คนที่มาเที่ยวจะตั้งใจมาเที่ยวที่นี่โดยเฉพาะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 12, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2565)

“จังหวัดเรามีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงค่อนข้างเยอะ และพื้นที่ของเรายังอยู่ใกล้ทุ่งดอกบัวตอง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

ดังนั้น ภัยคุกคามของสินค้าทดแทนจึงอยู่ในระดับมาก ถึงแม้ว่าแต่ละชุมชนจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน แต่ก็มีความเสี่ยงในรูปแบบอื่นๆที่สามารถทดแทนการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ง่าย

5. การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ด้วยค่านิยมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการในแต่ละชุมชนดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงทำให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรอบที่มีลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบเดียวกัน

“การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีอยู่ประมาณ 7-8 ที่ด้วยกันมีการให้บริการทั้งที่พัก ศูนย์เรียนรู้และขายสินค้า” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ก็มีของคล้ายๆของเรานี้แหละ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 15, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2565)

สรุปได้ว่าการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีลักษณะในการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกันจึงทำให้เกิดการเปรียบเทียบจากลูกค้าได้ง่าย

กล่าวโดยสรุป จากการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความคิดเห็นว่า ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนและการแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถเปลี่ยนจุดหมายปลายทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่อื่นๆได้ง่ายและสถานประกอบการเอกชนต่างๆในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีศักยภาพในการทำธุรกิจสูงกว่าคนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบของการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด และในด้านพนักงาน ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix : 7Ps)

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ทางชุมชนมีการให้บริการผ่านโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านเชิงวัฒนธรรม เชิงสุขภาพ เชิงนิเวศน์ รวมถึงมีการจัดจำหน่ายสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

“ชุมชนของเรามีฐานเรียนรู้อยู่ประมาณ 7 ฐาน และมีบ้านพักโบราณ อายุประมาณ 100 ปี ชุมชนเคยรับนักท่องเที่ยวได้มาสุดประมาณ 20-30 คน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“สินค้าที่เราขายส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องจักสาน ผ้าที่ลายเฉพาะของคนไต” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 15, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2565)

2. ด้านราคา

มีการตั้งราคาที่เหมาะสมคุ้มค่าสอดคล้องกับโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการตั้งราคาของลูกค้าสามารถยอมรับได้ แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลโครงสร้างต้นทุนด้านราคาไม่ถูกกล่าวถึง

“เรามีตั้งราคาสินค้าและที่พักในราคาที่ไม่แพง เพราะเราทำกันเองในครอบครัวไม่ได้จ้างใคร” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“สินค้าของเราใช้เวลาทำนาน คิดว่าตั้งราคาเหมาะสมแล้ว ที่อื่นขายแพงกว่าของเรา” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 6, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง เช่น การรับจองที่พักผ่านโทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์สินค้าโดยส่วนใหญ่จะจัดจำหน่ายหน้าร้านร่วมกับโปรแกรมการท่องเที่ยว

“ปกตินักท่องเที่ยวจะโทรเข้ามาสอบถาม และทำการจองที่พัก” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวของเรา มีการลงเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก ที่เด็กๆเขาทำไว้ให้” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 9, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

มีเพียงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ มีความร่วมมือกับภาครัฐในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และมีการร่วมกับบริษัททัวร์ต่างๆ เพื่อขายโปรแกรมการท่องเที่ยว

“มีการลงรายละเอียดการท่องเที่ยวในเว็บไซต์ท่องเที่ยวของจังหวัด” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“เมื่อก่อนเราก็มีการรับนักท่องเที่ยวผ่านบริษัททัวร์ ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าฝรั่ง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 6, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

5. ด้านพนักงาน

ส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญเนื่องจากเป็นคนในชุมชน ซึ่งมีความคุ้นเคย และมีความรู้ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมาของโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีความสามารถในการสื่อสาร

“ถ้าเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวเราจะแบ่งเวรกันตามจุดต่างๆ ถ้าเป็นช่วงอื่นๆก็แล้วแต่ว่านักท่องเที่ยวจะไปไหน ปกติพวกบ้านพักจะเป็นคนติดต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 12, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2565)

“ส่วนใหญ่ถ้านักท่องเที่ยวถามอะไรมาเราจะตอบได้หมด ตามที่คนเฒ่าคนแก่เล่าให้ฟัง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 8, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

6. ด้านกายภาพ

ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ทำให้ชุมชนเมืองปอนมีความได้เปรียบกว่าชุมชนอื่นๆ มีการเพิ่มการรักษาความสะอาด ความปลอดภัย เช่น ไฟส่องสว่าง และถังขยะ เป็นต้น

“มีการเพิ่มไฟกับถังขยะตามจุดต่างๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 2, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“ชาวบ้านช่วยกันรักษาความสะอาด หน้าบ้านใครหน้าบ้านมันอยู่แล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

7. ด้านกระบวนการ

มีการบริหารจัดการผ่านวิสาหกิจชุมชน และมุ่งเน้นวิถีชีวิตที่เรียบง่าย คงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ส่วนของกระบวนการให้บริการขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการแต่ละราย

“เรามีกลุ่มการท่องเที่ยวคอยดูแลนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว และยังมีกลุ่มวิสาหกิจช่วยในการขายสินค้า” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 2, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

กล่าวโดยสรุปจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยด้านพนักงานมีความสำคัญ เพราะสามารถช่วยยกระดับและมาตรฐานในการดูแลนักท่องเที่ยวรวมถึงการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าและเข้ารับการให้บริการได้ง่าย และปัจจัยด้านราคา ที่มีการตั้งราคาที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ค่อนข้างรวดเร็ว

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของวัตถุดิบ และมีการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบภายในชุมชน ในการทำกิจกรรมภายในชุมชน “เรามีตั้งราคาสินค้าและที่พักในราคาที่ไม่แพง เพราะเราทำกันเองในครอบครัวไม่ได้จ้างใคร” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“เลือกใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในชุมชน ถ้าหาไม่ได้จริงๆ จะขอยืมจากร้านค้าข้างๆ ไปก่อน บางทีก็ซื้อบางทีก็แลกกันบ้าง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 7, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565)

2. กลยุทธ์การสร้างแตกต่างและการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

สินค้าและบริการของผู้ประกอบการในชุมชน มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นเฉพาะตัวจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน นอกจากนี้ยังมีการมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาในรูปแบบของกรุ๊ปทัวร์

“ชุมชนของเรามีฐานเรียนรู้อยู่ประมาณ 7 ฐาน และมีบ้านพักโบราณ อายุประมาณ 100 ปี ชุมชนเคยรับนักท่องเที่ยวได้มาสุดประมาณ 20-30 คน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565)

“สินค้าที่เราขายส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องจักสาน ผ้าที่ลายเฉพาะของคนใต้” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 15, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2565)

กล่าวโดยสรุป ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนมุ่งเน้นที่จะใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนในการประกอบธุรกิจเป็นหลัก โดยการนำวัตถุดิบหลักในชุมชนที่หาได้งานมาใช้ในการดำเนินกิจการ นอกจากนี้ด้วยสินค้าที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวจึงสามารถสร้างความแตกต่างให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเมืองปอนได้

สรุปผล

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนและการแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับมากและเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานเพราะนับได้ว่าเป็นทั้งคู่แข่งทางตรง และคู่แข่งทางอ้อม โดยนักท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนจุดหมายปลายทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่อื่น ๆ ได้ง่าย ซึ่งส่งผลทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์และภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ยังมีน้อย

ผลการศึกษาแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองปอนมีจุดเด่นในเรื่องปัจจัยด้านพนักงาน เป็นอย่างมาก โดยบุคลากรที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวภายในชุมชนเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ยังเป็นจุดเด่นที่สำคัญเนื่องจาก สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักและผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและเข้ารับบริการได้ง่าย นอกจากนี้ปัจจัยด้านราคา ยังมีการตั้งราคาที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ค่อนข้างรวดเร็ว ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ๆ ยังไม่มีความโดดเด่นมากนักปัจจัยด้านกายภาพและกระบวนการในการให้บริการยังคงมีการพัฒนาอยู่เสมอ ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดยังคงต้องหาโอกาสในการพัฒนาต่อไป

ด้านกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า ผู้ประกอบการในชุมชนทำได้ดีในด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยการนำวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในชุมชนนำมาใช้ในกิจการเป็นหลักทำให้มีต้นทุนที่ต่ำ และกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างที่นำเอกลักษณ์ของชุมชนเข้ามาเป็นจุดขายของสินค้าและบริการแต่อย่างไรก็ตามยังต้องการพัฒนา กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วนที่ต้องอาศัยองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วยในการพัฒนา

อภิปรายผล

การท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเมืองปอน อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ดำเนินกิจกรรมตามรูปแบบของ การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับ (สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, 2564) ที่พบว่าการดำเนินรูปแบบกิจกรรมของ ผู้ประกอบการและคนในชุมชน มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชุมชนและธรรมชาติ โดยการเข้ามามีส่วน ร่วมในกิจกรรมของคนในชุมชนท้องถิ่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในแต่ละด้านในขณะนี้บางปัจจัย ยังไม่มีความรุนแรงมากนักโดยเป็นผลมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการกลับมา ดำเนินงาน อย่างไรก็ตามหากต้องการเตรียมความพร้อมสำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยวในอนาคต ผู้ประกอบการ ควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันอยู่เสมอเพื่อหาแนวทางในการรับมือกับการแข่งขันด้านต่างๆที่อาจ เกิดขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวสินค้าและการให้บริการ โดยผสมผสานวัฒนธรรมการกับภูมิปัญญาในท้องถิ่น เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะสามารถช่วยยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองปอนสามารถอยู่รอดในการแข่งขันที่อาจ เกิดขึ้นได้ในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสนิ อัมพิลาศรัย และคณะ (2564: 101) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อความยั่งยืนของหมู่บ้านท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทย พบว่าการรับรู้คุณภาพบริการและประสบการณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของหมู่บ้านท่องเที่ยวเมืองรอง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่าแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยชุมชน ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านของเอกลักษณ์ของสินค้าและการให้บริการแล้ว ที่ชุมชนควร รักษาเอกลักษณ์วิถีชีวิต ภูมิปัญญาดั้งเดิม ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นโดยการเชื่อมโยงกับ สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงในตำบลขุนยวม เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้การ ยกระดับมาตรฐานการให้บริการด้านร้านอาหารและที่พักก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถยกระดับตนเอง และยังสามารถทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในคุณภาพของการให้บริการอีก ด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของวสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561: 2149) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ พบว่า ผลลัพธ์ การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความได้เปรียบของ ผู้ประกอบการ

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของทางชุมชน ทางชุมชนควรร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน สำนักงานเกษตรแม่ฮ่องสอน ฯลฯ ในการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านมาตรฐานการผลิต มาตรฐานบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า การเพิ่มช่อง ทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ มุ่งเน้นให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่ หลากหลาย เช่น การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม หรือดีท็อก) ผ่านการตลาดเชิงเนื้อหา เพื่อให้ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับณัฐชยา ทองอินทร์ และกาญจณัระวี อนันตอัครกุล (2565: 101) ที่ศึกษาแรงจูงใจ นโยบายภาครัฐ และส่วนประสมทาง

การตลาด 4Es ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวช่วงวิกฤตโควิด 19 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยช่วงวิกฤตโควิด-19

นอกจากนี้ ควรส่งเสริมและพัฒนาเยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่มีความสามารถทางเทคโนโลยี ให้เข้าร่วมกิจกรรม และกระบวนการต่างๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนากำลังคน การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และยกระดับกระบวนการในการให้บริการ โดยร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญ มหาวิทยาลัย และหน่วยงานของรัฐ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับต่อไป สอดคล้องกับอังสุมาลิน จ่านชอบ และคณะ (2559: 167) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดชลบุรี พบว่าปัญหาทรัพยากรบุคคลเป็นปัญหาสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น หากชุมชนเมืองปอนมีความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคลที่เป็นคนรุ่นใหม่ย่อมส่งผลให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวชุมชนเมืองปอนมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561: 2148) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ พบว่า กลยุทธ์ด้านต้นทุนและกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ถึงแม้ว่าในปัจจุบันชุมชนสามารถควบคุมต้นทุนในการดำเนินการได้ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเกิดการขยายตัวของธุรกิจ หรือเมื่อมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น การมุ่งเน้นกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ได้แก่ เน้นกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวแบบกรุปทัวร์ และนักท่องเที่ยวแบบ backpacker อาจเป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ในอนาคต อีกทั้งชุมชนเมืองปอนยังสามารถสร้างความแตกต่างได้จากการยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการ ดังกล่าวข้างต้นก็จะสามารถทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองปอนสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับชุมชนอื่นๆ และภาคเอกชนได้ แต่อย่างไรก็ตามในการที่ชุมชนจะมุ่งเน้นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ได้นั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมและเป็นไปตามศักยภาพของชุมชนด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติภักดิ์ รัฐโณทัย และณัฐธรา วจินนัยภาค (2563: 217) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ปัจจัยความพร้อมของชุมชน ความผูกพันต่อชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน และกรอบนโยบายการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การวิจัยในครั้งนี้พบว่าชุมชนที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถนำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ไปเป็นแนวทางเพื่อหากลยุทธ์และเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจสถานการณ์ทางการแข่งขันที่อาจรุนแรงขึ้นต่อไป
2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการและกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันไปประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสมกับกิจการของตนเอง เช่นการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้มีมาตรฐาน ที่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ควรมีการศึกษาในมุมมองของลูกค้าหรือมุมมองของผู้บริโภค ประกอบด้วยเพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *COVID 19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565, จาก : <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2564* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565, จาก : <https://www.url.ie/>.
- กิตติภักดิ์ ฐิโณทัย และณัฐธรา วจินนัยภาค. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 217–234.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2562). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐชยา ทองอินทร์ และกาญจณัฏฐ์ อนันต์อัครกุล. (2565). แรงจูงใจ นโยบายภาครัฐ และส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวช่วงวิกฤตโควิด 19 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 6(2), 90–105.
- วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1), 2148–2167.
- วัณณวิริญจน์ แจ่มพลอย และวิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์. (2559). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ ของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 2148–2167.
- วิรัตน์ คำศรีจันทร์. (2556). *Snowball Sampling Technique: การเรียนรู้และเข้าถึงชุมชนด้วยการอ้างอิงต่อเนื่องปากต่อปากในวิจัยแบบ PAR* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565, จาก : <https://www.gotoknow.org/posts/428764>.
- ศูนย์ประสานงานเครือข่าย การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2564). *ประกาศงดให้บริการ* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565, จาก : <https://www.facebook.com/maehongson.cbtnetwork>.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564). *วิเคราะห์ผลกระทบของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565, จาก : <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>.
- สมศักดิ์ สามีคศิริธรรม. (2564). การท่องเที่ยวโดยชุมชน ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารพัฒนาลังคม*, 23(1), 211–225.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2559). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธาวลัย สัจจสมบูรณ์ และธีรวัชร ไหวดี. (2561). กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง เครื่องมือในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 2(3), 83–92.

สุธาสินี อัมพิลาศรัย, อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า และศิริเดช คำสุพรหม. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของหมู่บ้านท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 11(2), 101–114.

อาชวิน ใจแก้ว. (2561). การบูรณาการศักยภาพการผลิตเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบใน การแข่งขันของ คลัสเตอร์วิสาหกิจกลุ่มล้านนาในประเทศไทย. *ดัชนีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปาง.

อังสุมาลิน จันทงขอบ, ลำสัน เลิศกุลประหยัด และกมลวรรณ คารมปราชญ์ คล้ายแก้ว. (2559). กลยุทธ์การเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดชลบุรีเพื่อดึงดูดกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 7(1), 153–172.

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (4th Ed). California: Thousand Oaks. 304 pages.

Kotler, P. and Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. (14th Ed.). New Jersey : Prentice Hall. 657 pages.

Miles, M. B. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. (2nd Ed.). California: Thousand Oaks. 338 pages.

Richards, G. and Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.

บุคลากรกรม

ผู้ให้สัมภาษณ์ 1-4 (ผู้ให้สัมภาษณ์). สุธาวัลย์ สัจจสมบูรณ์ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองปอน 182 หมู่ 1 ต.เมืองปอน อ.ขุนยวม จ.แม่ฮ่องสอน 58140. เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565.

ผู้ให้สัมภาษณ์ 5-10 (ผู้ให้สัมภาษณ์). วัชรภรณ์ วารินทร์ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ ศาลาประชาคมหมู่ 1 ต.เมืองปอน อ.ขุนยวม จ.แม่ฮ่องสอน 58140. เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565.

ผู้ให้สัมภาษณ์ 11-15 (ผู้ให้สัมภาษณ์). จิรายุ เต็กอ่อง (ผู้สัมภาษณ์). ที่ โฮมสเตย์บ้านป่าคำหลู เลขที่ 6 หมู่ 1 ต.เมืองปอน อ.ขุนยวม จ.แม่ฮ่องสอน 58140. เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2565.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
Marketing Mix Factors Affecting The Decision to Order Food Delivery Via Application
of Consumers in Bangkok

วลัย ซ่อนกลิ่น^{1*}, ไชยรัตน์ กิมสวัสดิ์² และ นัทธทัย อัครธนเดชสิทธิ์³
Walai Sonklin^{1*}, Chairat Kimsawat² and Nuthatai Akaratanatoechasit³
*Corresponding author, e-mail: laisurin1817@gmail.com

Received: November 1st, 2022; Revised: December 24th, 2022; Accepted: December 31st, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร 2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน เลือกสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage sampling) สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ในภาพรวมผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คิดเป็นคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน จะมีความคิดเห็นอยู่ในช่วงคะแนนเฉลี่ยคือ 3.88 – 4.28 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ถึงเห็นด้วยมากที่สุด 2) พฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการ จะใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ สั่งแบบอาหารจานเดียว สถานที่ที่ให้จัดส่งอาหารคือที่พักอาศัย ช่วงเวลาที่สั่ง 12.01-18.00 น. ราคาเฉลี่ยที่สั่งซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท โดยใช้แอปพลิเคชัน Grab Food และมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลด้านบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในทำนอง

^{1*} อาจารย์ประจำสาขาการตลาดดิจิทัล คณะการจัดการธุรกิจและการเงิน มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

Lecturer of Digital Marketing, Faculty of Business Administration and Finance, Rattanaabundit University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล (การศึกษาทางไกล) คณะการจัดการธุรกิจและการเงิน มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

Assistant Professor of Digital Marketing (Distance Education), Faculty of Business Administration and Finance, Rattanaabundit University

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะการจัดการธุรกิจและการเงิน มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

Lecturer of Modern Trade Business Management, Faculty of Business Administration and Finance, Rattanaabundit University

เดียวกันส่วนประสมทางการตลาดด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลด้านลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในขณะที่ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

The purposes of this research were 1. to study the opinions of consumers towards the marketing mix of the food delivery service business through the application in Bangkok 2. to study behavior of consumers order food delivery service via application in Bangkok and 3. to study marketing mix factors that affects the decision to use the delivery service through the consumer application in Bangkok A sample group of 400 people was selected to collect data by multistage sampling. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results of the research revealed that 1) Overall, consumers have opinions on the marketing mix of food delivery service business via application in Bangkok in a very agreeable level the average opinion score was 4.01. When classified by aspect, there will be opinions in the average score range of 3.88 - 4.28 which is in the level of agree to very agree 2) Behavior in deciding to use the service would chose the service 3-4 times a week, order in a la carte The place where food is delivered is a residence ordering time 12.01-6.00 p.m. Average price per order is less than 500 baht using Grab Food application decided to use the service by yourself 3) The results of the hypothesis test found that the marketing mix price and marketing promotion had a positive influence on consumers' decision to choose food delivery services through applications in Bangkok with statistical significant at 0.05. Similarly, the physical marketing mix and the process aspect had a negative influence on the consumer's decision to choose food delivery services through the application in Bangkok with statistical significant at 0.05, while product marketing mix distribution channels and the personal side has no influence on the decision to choose the delivery service of consumers in Bangkok.

Keywords: Food Delivery Service, Marketing Mix, Service Decision

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจบริการ ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง รวมถึงอุตสาหกรรมในประเทศยังต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับกับการเข้ามาของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่ให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความทันสมัย หรือที่เราเรียกว่า Digital

Disruption ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังส่งผลไปถึงระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศผ่านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค (Marketeer, 2021) ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนจากกรณีการเข้ามาของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญในธุรกิจร้านอาหาร การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของตลาด E-Commerce B2C พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล หรือเทรนด์เทคโนโลยีที่ทำให้แอปพลิเคชันต่าง ๆ มีการพัฒนาโปรแกรมได้อย่างชาญฉลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดีขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) สำหรับธุรกิจบริการประเภทร้านอาหารเองก็ได้รับผลกระทบจาก สิ่งนี้ด้วยเช่นกัน เมื่อมีบริการจัดส่งอาหารทำให้ความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจบริการจัดส่งอาหารไปยังแหล่งที่พัก (food delivery) เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นเมืองใหญ่ที่มีผู้คนอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น มีประชากรทั้งหมด 5,701,394 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) เห็นได้จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564) พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63 คิดว่าการมีบริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันประเภทต่าง ๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของตน โดยทำให้เปลี่ยนมาสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงทำให้มีการออกไปนั่งรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลงอีกด้วย ไม่เพียงเท่านั้น ร้อยละ 88 ของกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันประเภทต่าง ๆ โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการจัดกิจกรรมทางการตลาด เช่น โปรโมชัน การให้ส่วนลด ที่ทางผู้ประกอบการได้นำมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขันกัน ซึ่งการสั่งมาทานส่วนใหญ่มักจะเป็นการสั่งมาทานด้วยตนเอง เพื่อน และครอบครัว นอกจากนั้นศูนย์วิจัยกสิกรไทยยังประเมินว่า มูลค่าตลาดการส่งอาหารไปยังที่พักในปี 2565 ซึ่งรวมร้านอาหาร เบเกอรี่และเครื่องดื่ม จะมีมูลค่าประมาณ 7.9 หมื่นล้านบาทหรือขยายตัว 4.5 % และยังคงคาดการณ์อีกด้วยว่า กลุ่มร้านอาหารที่มีโอกาสเติบโตได้มากกว่าภาพรวม ได้แก่ ร้านอาหาร Limited Service เช่น เบอร์เกอร์ พิซซ่า ไก่ทอด เป็นต้น และ Street food ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารไปยังที่พักให้ความสำคัญในการทำตลาดและขยายพาร์ตเนอร์ร้านอาหารบนแพลตฟอร์มของตน

แอปพลิเคชันสั่งอาหารเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยเร่งการขยายตัว และเพิ่มการกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจภาคบริการโดยเฉพาะ Food Delivery นอกเหนือจากการเติบโตเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 10 ต่อปีแล้ว ธุรกิจการจัดส่งอาหารไปยังที่พักในปัจจุบันนั้นยังมีการพัฒนาในด้านของความเร็ว และความหลากหลายของประเภทอาหารที่มีให้เลือกมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นผลมาจากการพัฒนาแพลตฟอร์มของธุรกิจจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ที่เข้ามามีส่วนเสนอแนวทางเลือกใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภค รวมถึงเข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจนี้ (Cheechongruay, 2019) การเข้ามาของแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ไม่เพียงแต่มีส่วนผลักดันทำให้ธุรกิจจัดส่งอาหารไปยังที่พักมีการขยายตัว แต่ยังมีส่วนช่วยเพิ่มการกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารอีกด้วย ในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดความท้าทายที่สำคัญต่อผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารอย่างน่าสนใจ โดยมีผลทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตนเอง เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้ออาหาร ความหลากหลายของชนิดและประเภทอาหาร ราคาที่คุ้มค่ากับปริมาณเงินที่จ่ายไป การจัดโปรโมชันที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด รวมไปถึงการใช้บรรจุกฎอาหารที่ปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค (กนกวรรณ นุชนารถ และคณะ, 2562 : 47)

การตลาดถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารและจัดการที่เกี่ยวข้องกับกิจการ และการตลาดก็ได้มีการพัฒนาเรื่อยมา จากการที่ธุรกิจปกติที่ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อน จนในปัจจุบันสภาวะการแข่งขันเริ่มมีความรุนแรงส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงมีความรวดเร็วและมีความยุ่งยากซับซ้อนไปจากเดิมอย่างมาก ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทำให้

นวัตกรรมทางด้านสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะธุรกิจด้านบริการจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ได้มีการพัฒนาแพลตฟอร์มที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว ด้วยขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากและไม่เสียเวลาในการสั่งซื้อมากนัก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจเป็นได้ทั้งโอกาสทางการตลาดหรืออุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น การตลาดจึงมีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจไม่ว่าจะขนาดเล็ก กลาง หรือใหญ่ ที่แสวงหากำไรโดยการขายสินค้าและบริการ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรอื่น ๆ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อการตลาดมากขึ้น (จุฑามาศ อุปถัมภ์, 2564) และเครื่องมือการตลาดที่ถูกนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด คือ ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นตัวแปรการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้ และกิจการนำมาใช้ร่วมกันหรือผสมผสานกัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมของ Kotler (2003 : 434); Kotler and Keller (2016 : 325-334); กัญสพพัฒน์ นับถือตรง (2564 : 106); ญัฐศาสตร์ ปัญญาณะ และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2562 : 33); ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 337-339); กิตติอำพล สุดประเสริฐ และคณะ (2564 : 28); ภรณ์สุภัสส์ สิริโชคโสภณ (2564 : 25) และชัชดาภรณ์ จอมโคกกรวด (2564 : 14-18) และถ้ากิจการมีส่วนประสมการตลาดดีเยี่ยมจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการได้ง่ายขึ้น ซึ่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วยขั้นตอนการตัดสินใจต่อไป ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรมของ Loudon and Bitta (1993) Schiffman and Kanuk (1994 : 264-268); Jun et al., (2022: 9); อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550 : 160-166); ญัฐจุฬา พงศ์สุพัฒน์. (2563 : 18) และสันฑูตม์ ตูลารักษ์ (2563 : 22)

จากข้อมูลดังกล่าว ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรง พร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยและรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มการให้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ของแต่ละราย รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การดำเนินธุรกิจของร้านอาหารจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงการบริหารและจัดการส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางให้ผู้สนใจสามารถเข้าใจพฤติกรรม การซื้อและการใช้บริการของธุรกิจจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้น รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการประกอบการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

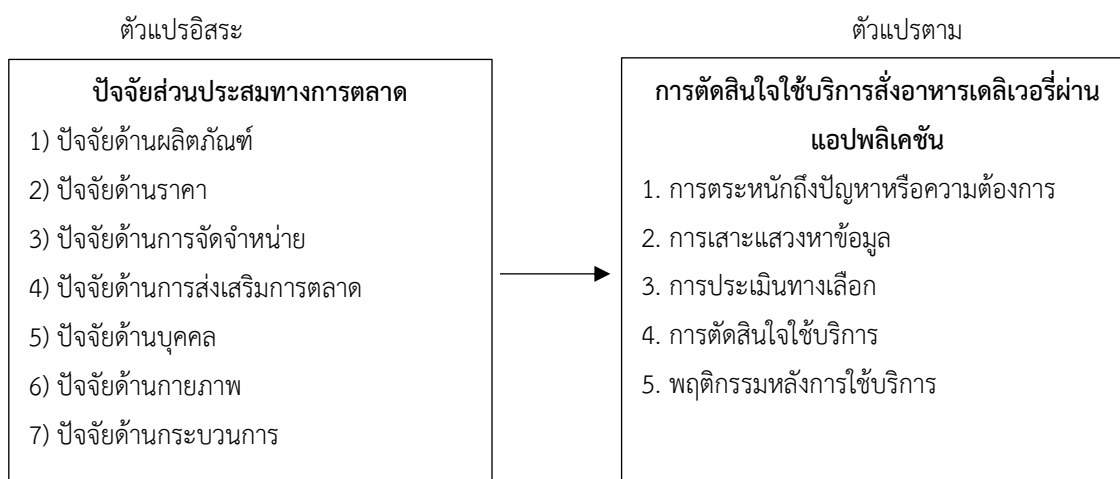
1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจบริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์ (2546: 337 -339) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ สำหรับการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันใช้แนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 160-166) ประกอบด้วย สามารถอธิบายดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อยู่อาศัย ทำงาน หรือกำลังศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ใช้ชีวิตประจำวันในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ และเคยใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง (sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ที่อยู่อาศัย ทำงาน หรือกำลังศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (Cochran, W.G. ,1953) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้ คือ ร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชขันธ์บัญชา,

2549 :74) ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจไว้ 15 คน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน ซึ่งการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multistage sampling) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีประชากรมากที่สุด 10 เขต (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, 2564)

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการเลือกแบบโควตา (quota sampling) เป็นการกำหนดตัวอย่างโดยวิธีกำหนดโควตาจากพื้นที่ที่เจาะจงในขั้นตอนที่ 1 ให้ได้จำนวนตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนในแต่ละพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การกำหนดตัวอย่างในแต่ละหน่วยจะใช้โควตาเท่ากัน เขตละ 40 หน่วย

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic random sampling) โดยสุ่มแจกแบบสอบถามเป็นช่วงๆ กับผู้ใช้บริการที่สำนักงานเขตทั้ง 10 เขต โดยแบ่งเป็นทุก ๆ 9 คน สุ่มมา 1 คน จนได้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) เป็นคำถามลักษณะปลายปิด (close-ended questions) สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยมีเนื้อหาครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามลักษณะปลายปิด (close-ended questions)

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 35 ข้อ แบบสอบถามมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales)

การสร้างแบบสอบถามและการหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์จากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความวิชาการ บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา จากนั้นสร้างเป็นแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) และเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปมาใช้งาน จากนั้น หาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถาม โดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Co-efficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.985 และหาความเชื่อมั่นของตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.960 และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน มีค่าเท่ากับ 0.876

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 6 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 15 สิงหาคม ถึง วันที่ 24 กันยายน 2565 เมื่อได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว จึงนำแบบสอบถามไปลงรหัสเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation : SD) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีผลการวิจัยประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร การใช้บริการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และการทดสอบสมมติฐานการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน (n = 400)

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	- ชาย	155	38.75
	- หญิง	245	61.25
2.	อายุ		
	- ต่ำกว่า 20 ปี	34	8.50
	- 20-30 ปี	69	17.25

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	- 31-40 ปี	177	44.25
	- 41-50 ปี	62	15.50
	- 51 ปีขึ้นไป	58	14.50
3.	ระดับการศึกษา		
	- ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	21.25
	- ปริญญาตรี	250	62.50
	- สูงกว่าปริญญาตรี	65	16.25
4.	อาชีพ		
	- นักเรียน / นักศึกษา	76	19.00
	- ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	15	3.75
	- ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	97	24.25
	- พนักงานบริษัทเอกชน	173	43.25
	- แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ว่างงาน	21	5.25
	- อื่น ๆ	18	4.50
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	- น้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	75	18.75
	- 10,001-20,000 บาท	53	13.25
	- 20,001-30,000 บาท	229	57.25
	- 30,001-40,000 บาท	4	1.00
	- 40,000 บาทขึ้นไป	39	9.75
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.25) มีช่วงอายุจะอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 44.25) รองลงไปคือช่วงอายุ 20 – 30 ปี (ร้อยละ 17.25) และช่วงอายุ 41 – 50 ปี (ร้อยละ 15.50) ตามลำดับ ในส่วนของระดับการศึกษาจะอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 62.50) รองลงไปคือต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 21.25) และ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 16.25) ตามลำดับ ในส่วนของอาชีพ ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 43.25) รองลงไปคือ นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 19.00) และ แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ว่างงาน (ร้อยละ 5.25) ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 57.25) รองลงไปคือ น้อยกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 18.75) และรายได้ 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 13.25) ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ลำดับที่	พฤติกรรมของผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.	ท่านใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันบ่อยเพียงใด		
	- 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	52	13.00
	- 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	239	59.75
	- 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	89	22.25
	- มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์	20	5.00
2.	ประเภทของอาหารที่ท่านเคยใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน		
	- อาหารจานเดียว ตามสั่ง	130	32.50
	- อาหารอีสาน	41	10.25
	- อาหารญี่ปุ่น	23	5.75
	- อาหารยุโรป	39	9.75
	- อาหารเพื่อสุขภาพ	77	19.25
	- บะหมี่ ก๋วยเตี๋ยว	52	13.00
	- ขนมและเครื่องดื่ม	38	9.50
3.	สถานที่ที่ให้อัดส่งอาหารเมื่อท่านใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน		
	- ที่พักอาศัย	285	71.25
	- สถานที่ทำงาน	87	21.75
	- สถานศึกษา	28	7.00
4.	ท่านใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันในช่วงเวลาใด		
	- 00.01-06.00 น.	15	3.75
	- 06.01-12.00 น.	43	10.75
	- 12.01-18.00 น.	218	54.50
	- 18.01-24.00 น.	124	31.00
5.	ราคาเฉลี่ยของค่าอาหารที่สั่งซื้อต่อการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน		
	- น้อยกว่า 500 บาท	165	41.25
	- 501-1,000 บาท	141	35.25
	- 1,001-2,000 บาท	69	17.25
	- มากกว่า 2,000 บาท	25	6.25
6.	ท่านใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันใดมากที่สุด		
	- Grab Food	156	39.00
	- Line Man	52	13.00

ลำดับที่	พฤติกรรมของผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	- Food Panda	111	27.75
	- Robin hood	51	12.75
	- Lalamove	30	7.50
7.	ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน		
	- ครอบครัว	146	36.50
	- เพื่อน	22	5.50
	- ตนเอง	232	58.00
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันบ่อยที่สุดคือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 59.75) รองลงไปคือ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 22.25) และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 13.00) ในขณะที่ประเภทของอาหารที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุดคือ อาหารจานเดียว ตามสั่ง (ร้อยละ 32.50) รองลงไปคืออาหารเพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 19.25) ส่วนสถานที่ที่ให้ผู้จัดส่งอาหารเมื่อท่านใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุด ได้แก่ที่พักอาศัย (ร้อยละ 71.25) รองลงไปคือสถานที่ทำงาน (ร้อยละ 21.75) สำหรับช่วงเวลาที่ยอดนิยมที่สุดคือ 12.01-18.00 น. (ร้อยละ 54.50) รองลงไปคือ 18.01-24.00 น. (ร้อยละ 31.00) และ 06.01-12.00 น. (ร้อยละ 10.75) โดยราคาเฉลี่ยของค่าอาหารที่สั่งซื้อต่อครั้ง มากที่สุดคือ น้อยกว่า 500 บาท (ร้อยละ 41.25) รองลงไปคือ 501-1,000 บาท (ร้อยละ 35.25) และ 1,001-2,000 บาท (ร้อยละ 17.25) ด้านการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุดคือ Grab Food (ร้อยละ 39.00) รองลงไปคือ Food Panda (ร้อยละ 27.75) และ Line Man (ร้อยละ 13.00) ซึ่งผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดคือตนเอง (ร้อยละ 58.00) รองลงไปคือครอบครัว (ร้อยละ 36.50) ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.13	0.370	เห็นด้วยมาก
2. ด้านราคา	3.88	0.495	เห็นด้วยมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.10	0.464	เห็นด้วยมาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.74	0.477	เห็นด้วยมาก
5. ด้านบุคลากร	3.97	0.457	เห็นด้วยมาก
6. ด้านกายภาพ	4.10	0.377	เห็นด้วยมาก
7. ด้านกระบวนการ	4.28	0.466	เห็นด้วยมากที่สุด

ภาพรวม	4.01	0.071	เห็นด้วยมาก
--------	------	-------	-------------

จากตารางที่ 3 พบว่า ในภาพรวมผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก หรือคิดเป็นคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน จะมีความคิดเห็นอยู่ในช่วงคะแนนเฉลี่ยคือ 3.88 – 4.28 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมากถึงเห็นด้วยมากที่สุด โดยด้านกระบวนการ ได้คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.28 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงไป คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพ ได้คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.13 และ 4.10 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ตามลำดับ ส่วนด้านราคา ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.88 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	การตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร					
	b	SE	β	t	P-Value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	6.101	1.05		5.81	0.00*	
- ด้านผลิตภัณฑ์	0.007	0.0725	0.0069	0.1	0.924	1.31
- ด้านราคา	0.200	0.0728	0.2	2.75	0.006*	2.36
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.112	0.0791	-0.1119	-1.41	0.158	2.46
- ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.268	0.0791	0.2679	3.39	0.001*	2.6
- ด้านบุคคล	-0.114	0.0627	-0.114	-1.82	0.07	1.5
- ด้านกายภาพ	-0.237	0.0702	-0.2375	-3.38	0.001*	1.28
- ด้านกระบวนการ	-0.375	0.088	-0.3746	-4.26	0.00*	3.06

SE = 0.540 , F = 40.08, Adj R² = 0.540, R² = 0.554

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สามารถอธิบายหรือพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 54.0 (Adj R² = 0.540) โดยสามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (β = 0.200, t-value = 2.75, p = 0.006 < 0.05) มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (β = 0.2697, t-value = 3.39, p = 0.001 < 0.05) มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพ (β = -0.2375, t-value = -3.38, p = 0.001 < 0.05) มีผลทางลบต่อการ

ตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ($\beta = -0.3746$, $t\text{-value} = -4.26$, $p = 0.00 < 0.05$) มีผลทางลบต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหาร เดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจากคะแนนดิบ (b) สามารถนำมาเขียนตัวแบบการถดถอยเชิงเส้น ได้ดังนี้

$$Y = 6.11 + 0.2 * \text{ด้านราคา} + 0.268 * \text{ด้านการส่งเสริมการตลาด} - 0.237 * \text{ด้านกายภาพ} - 0.375 * \text{ด้านกระบวนการ}$$

ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น 0.2 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น 0.268 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ลดลง 0.237 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ลดลง 0.375 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ มีผลทางลบต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญสุพัฒน์ นันถิธรัง (2564) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ บุคคล สิ่งแวดล้อม กระบวนการ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหาร ทั้งนี้ผลการศึกษาทำให้ภาคธุรกิจบริการสามารถขับเคลื่อนการให้บริการที่เกิดประสิทธิภาพในยุคปัจจุบัน และที่สำคัญเพื่อการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและสนองต่อความต้องการได้อย่างต่อเนื่อง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐศาสตร์ ปัญญาณะ และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพการตลาด มีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐจุฑา พงศ์สุพัฒน์ (2563) ที่ได้ศึกษาการศึกษา

เกี่ยวกับตลาดแอปพลิเคชันสั่งอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันอาหารที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความสามารถในการใช้งาน (usability) รองลงมา คือ ราคา (price) โดยความสามารถในการใช้งาน (usability) และราคา (price) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังพบว่า บุคลิกภาพการรับรู้ความเสี่ยงและการแสวงหาความหลากหลายของผู้เคยใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร ส่งผลต่อการเลือกแอปพลิเคชันอาหารที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่ใช้แอปพลิเคชันอาหารที่มีความหลากหลายสูงและมีความแน่นอนต่ำ (LINE MAN หรือ Grab) รับรู้ความเสี่ยงต่ำกว่ากลุ่มคนที่ใช้แอปพลิเคชันอาหารที่มีความหลากหลายต่ำและมีความแน่นอนสูง (Food panda) และ กลุ่มคนที่ใช้แอปพลิเคชันอาหารที่มีความหลากหลายสูงและมีความแน่นอนต่ำ (LINE MAN หรือ Grab) มักแสวงหาความหลากหลายสูงกว่ากลุ่มคนที่ใช้แอปพลิเคชันอาหารที่มีความหลากหลายต่ำและมีความแน่นอนสูง จากงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อค้นพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะมีการศึกษาหาข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจสั่งซื้อ ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา เช่น การให้ส่วนลด ราคาการจัดส่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็ว รายการอาหารที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ การจัดโปรโมชั่นที่มีความน่าสนใจ รวมถึงกระบวนการหรือขั้นตอนการสั่งซื้อที่ไม่ยุ่งยาก สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งถ้าแอปพลิเคชันรายใดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่า ก็มักจะได้รับความสนใจมากกว่ารายอื่นๆ และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น อันจะนำมาซึ่งการจดจำตราสินค้า และการเป็นลูกค้าในระยะยาวต่อไป ในขณะที่ร้านอาหารไม่จำเป็นต้องมีชื่อเสียงเพราะปัจจุบันลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูล และตัดสินใจเลือกใช้บริการจากการรีวิวบนสื่อโซเชียลก่อนทำการตัดสินใจซื้อ เพียงแต่ร้านอาหารต้องมีความเข้าใจลูกค้าในยุคปัจจุบัน มีเมนูและโปรโมชั่นที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งปัจจุบันผู้บริโภคจะคำนึงถึงความสะดวกใหม่จึงนิยมสั่งอาหารในพื้นที่ใกล้เคียงมากกว่าเนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง ที่สำคัญยังได้รับอาหารในรสชาติที่ดี มีคุณภาพอีกด้วย และที่สำคัญในอนาคตพนักงานที่คอยให้บริการภายในร้านอาหารจะมีแนวโน้มลดความสำคัญลงเพราะในปัจจุบันร้านอาหารหลายแห่งได้มีการนำเอาระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการร้าน เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วต่อการให้บริการกับลูกค้า ซึ่งการลดจำนวนพนักงานลงทำให้ร้านอาหารสามารถลดต้นทุนในส่วนนี้ลงได้มากอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวกับการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับราคาของอาหารที่จำหน่าย ด้วยการกำหนดการสั่งซื้อขั้นต่ำต่อการจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันแต่ละครั้งให้มีความเหมาะสม ราคาอาหารผ่านแอปพลิเคชันมีราคาเท่ากันหรือใกล้เคียงกับการมารับประทานที่ร้าน ราคาการจัดส่งที่สมเหตุสมผล ควรเน้นการส่งเสริมการตลาดด้วยการจัดให้มีคูปองส่วนลดหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลในการสั่งอาหารแต่ละครั้ง มีกิจกรรมทางการตลาดที่น่าสนใจโดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วม ด้านกายภาพควรจัดทำแอปพลิเคชันสั่งอาหารมีข้อมูลอาหารและร้านอาหารอย่างครบถ้วนหลากหลาย และด้านกระบวนการควรจะมีขั้นตอนในการสั่งซื้อหรือใช้บริการสั่งอาหาร สะดวก ง่ายและไม่ยุ่งยาก เป็นต้น

2. กิจการหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับจัดโปรโมชั่นแยกตามกลุ่มอายุของลูกค้า โดยเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีอายุสูงวัย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ชอบรับประทานอาหารที่บ้าน มากกว่าออกไปรับประทานที่ร้าน ในขณะที่กลุ่มอาชีพ ควรเน้นไปที่กลุ่มนักเรียนนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูงมากนัก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน กับการไปรับประทานอาหารที่ร้านของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไปกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริการร้านอาหารที่เกี่ยวข้องต่อไป

2. ควรศึกษาวิจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในพื้นที่ต่างกันไป เพื่อให้ได้ข้อมูลภาพรวมของการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ซึ่งจะประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันนำผลการศึกษาวิจัยไปปรับใช้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ นุชนารถ, จิราภา พนารินทร์, ธนภรณ์ ปิยพิทักษ์บุญ, ภัทธรัน สาระโชติ, ธรณิศร นาคสัมพันธ์, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(2), 44-53.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). *สถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ดัชนีธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการพร้อมส่งแบบฟู้ดเดลิเวอรี่เติบโตแบบก้าวกระโดด* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2565, จาก : <https://www.dbd.go.th>.
- กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ. (2564). *จำนวนประชากรและความหนาแน่นในเขตกรุงเทพมหานคร 2564* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 27 กันยายน 2565, จาก : <https://webportal.bangkok.go.th>.
- กัญสพพัฒน์ นันถิ์ตรง. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(2), 104-112.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติอำพล สุดประเสริฐ, บุญยาพร ภูทอง, อนุช นามภิญโญ, แวมยุรา คำสุข และสุวัจน์ ด่านสมบุญ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่าน Grab Food ของผู้บริโภคในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 18(2), 87-110.
- จุฑามาศ อุภัมภ์, ชีรวัฒน์ ภูระธีรารักษ์, และอุบลวรรณ สุวรรณภูมิสิทธิ์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 5(2), 73-87.

- ซัชดาภรณ์ จอมโคกรวด. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐรุจา พงศ์สุพัฒน์. (2563). การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐศาสตร์ ปัญญาณะ และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 11(1), 53-65.
- ภรณ์สุภัศร์ สิริโชคโสภณ. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารสุทธิปริทัศน์, 35(4), 19-32.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). โควิด-19 และมาตรการควบคุมการระบาด...คาดทั้งปี 2564 มูลค่าตลาดจัดส่งอาหารขยายตัวร้อยละ 18.4 – 24.4 (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3256) [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2565, จาก : <https://Kasikomresearch.com>
- สันทวุฒิ ตุลารักษ์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (รายงานวิจัย). กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น. 107 หน้า.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). สถิติประชากรศาสตร์ และเคหะ. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2565, จาก : <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Cheechongruay. (2019). แอปพลิเคชันสั่งอาหาร ดันธุรกิจ Food Delivery โตต่อเนื่อง คาดมีมูลค่าสูงถึง 3.3-3.5 หมื่นล้านในปี 2562. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2565, จาก : <https://cheechongruaysmartsme.co.th/content/24180>.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.
- Jun, K, Yoon, B., Lee, S., and Lee, D.S. (2022). *Factors Influencing Customer Decisions to use Online Food Delivery Service during the COVID-19 Pandemic* [Online]. Available : <https://www.mdpi.com/2304-8158/11/1/64>.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Manager Management* (15th Ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-hall.
- Loudon, D. & Bitta, A.J. (1993). *Consumer behavior* (14th Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Marketeer. (2021). ตลาดฟู้ดเดลิเวอรี่ ยิ่งกดสั่ง ยิ่งแข่งขันกันสนุกกว่าเดิม. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 26 กันยายน 2565, จาก : <https://marketeeronline.co/archiver/218958>.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ. : Prentice-Hall.

ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาษสา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว
อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

Costs and Returns from Making Saa Paper : Ban Tha Lo Group,
Bo Haeo Subdistrict, Muang District, Lampang Province

อัจฉรา เฮ่ประโคน^{1*} นภาพร ณ เชียงใหม่² และ สุดาวดี มีเพ็ชรทาน³

Achara Haeprakhon ^{1*}, Napaporn Na Chiangmai ² and Sudawadee Meepettan³

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

Received: December 7th, 2022; Revised: May 22th, 2023; Accepted: May 29th, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาษสา กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาและเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ทำกระดาษสา กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 20 ราย ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนของการทำกระดาษสาต่อแผ่น ประกอบด้วย วัสดุดิบทางตรง 0.10 บาทต่อแผ่นคิดเป็นร้อยละ 5.00 ค่าแรงงานทางตรง 1.12 บาทต่อแผ่นคิดเป็นร้อยละ 55.7 ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ 0.12 บาทต่อแผ่นคิดเป็นร้อยละ 6.00 และค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร 0.67 บาทต่อแผ่นคิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนต้นทุนรวมของกระดาษสาต่อแผ่น เท่ากับ 2.01 บาท รายได้จากการจำหน่ายกระดาษสาต่อเดือน เท่ากับ 20,833.33 บาท มีต้นทุนในการทำกระดาษสาต่อเดือน เท่ากับ 8,813.75 บาท คิดเป็นกำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายกระดาษสาต่อเดือน เท่ากับ 12,019.58 บาท อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย ร้อยละ 57.69 รายได้จากการจำหน่ายกระดาษสาต่อปี เท่ากับ 250,000 บาท มีต้นทุนในการทำกระดาษสาต่อปี เท่ากับ 105,765 บาท คิดเป็นกำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายกระดาษสาต่อปีเท่ากับ 144,235 บาท อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 57.69 ทำให้การลงทุนทำกระดาษสา มีจุดคุ้มทุนต่อเดือนเท่ากับ 885.20 บาท และจุดคุ้มทุนต่อปีเท่ากับปี 10,622.41 บาท ดังนั้น หากผู้ลงทุนทำกระดาษสาสามารถจำหน่ายกระดาษสาได้เป็นจำนวนมากขึ้น จะทำให้ผู้ลงทุนมีกำไรสูงขึ้น ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการจ้างแรงงาน คือ การปรับจากการจ้างงานรายวัน เป็นการจ้างงานแบบ

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Lecturer, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College.

² รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Associate Professor, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College.

³ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Lecturer, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College.

เหมา เพื่อป้องกันปัญหาแรงงานขาดงานหรือทำงานแบบเฉื่อยชา อีกทั้งการจ้างเหมาแบบเป็นการกระตุ้นให้แรงงานมีแรงผลักดันในการปฏิบัติงานมากขึ้น

คำสำคัญ: ต้นทุน, ผลตอบแทน, กระดาษสา

Abstract

The purpose of this research is to study the cost and return of Saa paper production Ban Tha Lo group, Bo Hae Won subdistrict, Lampang Province. It is an exploratory research study and collect by using structured interview 20 cases from Saa paper makers Ban Tha Lo Group, Bo Haeo Subdistrict, Mueang District, Lampang Province. The study found that cost of making mulberry paper per sheet consists of direct raw materials 0.10 baht per sheet representing 5.00 percent, direct labor costs 1.12 baht per sheet representing 55.7 percent, fixed production costs 0.12 baht per sheet representing 6.00 percent and variable production costs of 0.67 baht per sheet representing 33.3%. As for the total cost of mulberry paper per sheet equal to 2.01 baht, revenue from selling mulberry paper per month was equal to 20,833.33 baht, the cost of making mulberry paper per month was equal to 8,813.75 baht, representing a gross profit from selling mulberry paper per month equal to 12,019.58 baht. The gross profit to sales ratio was 57.69%. The income from the sale of mulberry paper per year was 250,000 baht. The cost of making mulberry paper per year was 105,765 baht, representing a gross profit from the sale of mulberry paper per year equal to 144,235 baht. The gross profit ratio was 57.69 percent, so the monthly break-even point was 885.20 baht and for a year was 10,622.41 baht. Therefore, if investors make mulberry paper, they can sell a larger amount of mulberry paper will make investors more profitable. The form of employment should be modified, which is an adjustment from daily employment It is contract employment. To prevent labor problems, lack of work or sluggish work In addition, contracting is a way to encourage workers to have more drive to work.

Keywords: Cost, Return, Saa Paper

บทนำ

การปฏิรูประบบเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันนี้ แนวทางเศรษฐกิจชุมชนนับเป็นกลไกที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจแนวทางหนึ่ง เพราะเป็นแนวทางของการพัฒนาแบบผสมผสานที่เน้นการเสริมสร้างให้ชุมชนเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ และสังคมในกระแสโลกาภิวัตน์ โดยเศรษฐกิจชุมชนเป็นระบบเศรษฐกิจของคนไทยอย่างแท้จริงเป็นภาพที่ซ่อนอยู่ด้านล่างของภาพความเจริญรุ่งเรืองด้านขน เป็นเศรษฐกิจที่กระจายไม่กระจุกตัวเหมือนเศรษฐกิจทุนนิยม ไม่มีการผูกขาด มีการติดต่อค้าขายโดยทางตลาดท้องถิ่น มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นเครือข่าย มีการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นและมุ่งรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น จากแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนที่เป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ให้ความสำคัญกับชุมชนในการพัฒนาองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น โดยมีวิธีดำเนินการผ่านกระบวนการของวิสาหกิจชุมชน (Small and micro community enterprise) ซึ่งเป็นการประกอบการเพื่อการจัดการ "ทุนของชุมชน" อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเอง โดยทุนของชุมชนมิได้หมายถึงตัวเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ซึ่งเป็นภูมิก่อเกิดทางสังคมที่ทำให้คนอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน มีความไว้วางใจกัน วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะกรรมการที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเป็นองค์กรที่ประชาชนจัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เพื่อส่งเสริมสนับสนุน เศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงจำนวนหนึ่งที่มีอยู่ ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนาการรวมตัวในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนและชุมชน พึ่งพาตนเองได้และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ให้มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมได้ในอนาคต ซึ่งแนวคิดวิสาหกิจชุมชนจะเป็นกระบวนการหรือแนวทางที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือสร้างระบบ "การพึ่งตนเอง" ให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจของชุมชน โดยยึดหลักปรัชญาของ "เศรษฐกิจพอเพียง" โดยมีหลักการที่สำคัญ คือ มีการริเริ่มและดำเนินการโดยชุมชนด้วยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลทำให้เกิดนวัตกรรม มีการดำเนินการแบบบูรณาการ มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ รวมทั้งการบริหารจัดการด้านการผลิตและการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและศักยภาพของชุมชน และที่สำคัญคือ การพึ่งพาตนเอง มุ่งให้เกิดการลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน, 2565) โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าและจรรโลงชีวิตของวิถีชุมชน ให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติและสภาวะแวดล้อมได้อย่างกลมกลืนและสมดุล นอกจากนี้ยังเป็นพื้นฐานในการประกอบอาชีพและเป็นรากฐานของการพัฒนาที่เริ่มจากการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเอง การพัฒนาเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และการพัฒนาที่เกิดจากการผสมผสานองค์ความรู้สากลบน ฐานภูมิปัญญาเดิม เพื่อเกิดเป็นภูมิปัญญาใหม่ที่เหมาะสมกับยุคสมัยและทำให้เกิดการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน (สุทธิวงษ์ พงษ์ไพบูลย์, 2555 : 2) การบริหารต้นทุนถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ โดยมุ่งเน้นการ

บริหารจัดการเพื่อให้ต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ลดลงทำให้กำไรเพิ่มขึ้น หากผู้ประกอบการสามารถบริหารต้นทุนให้มีคุณภาพ และต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่นๆ แล้ว ผู้ประกอบการดังกล่าวก็จะสามารถดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จและมีผลกำไรตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ พร้อมจะเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป ดังนั้นปัญหาต้นทุนของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตกระดาษสาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องได้รับการแก้ไข

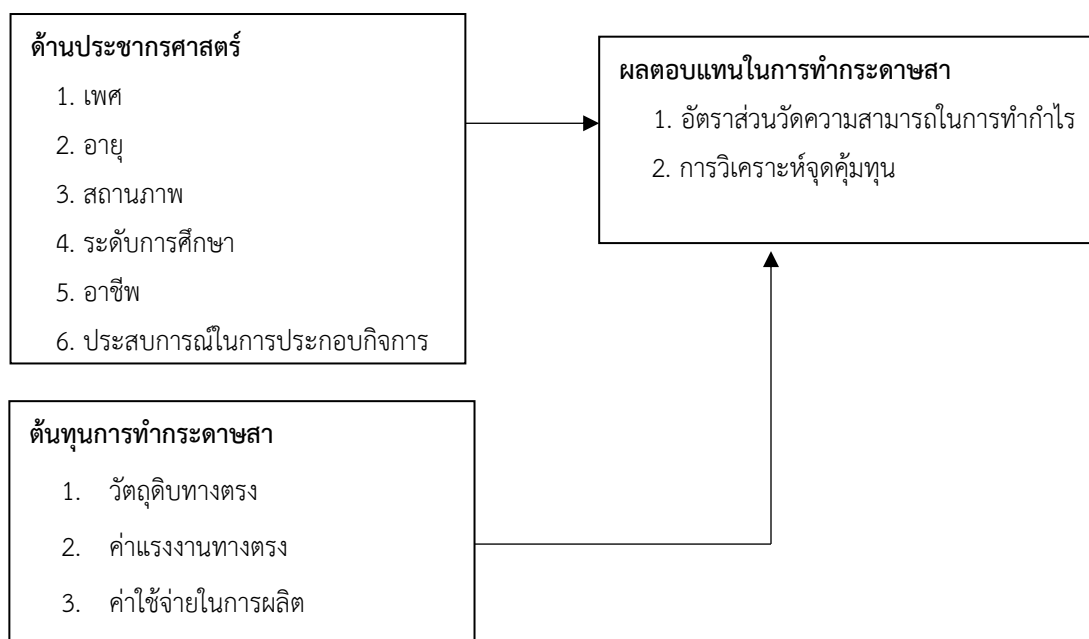
จังหวัดลำปางมีงานหัตถกรรมมากมายที่เกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้านและที่บ้านท่าล้อชาวบ้านได้ผลิตกระดาษสาขึ้นเกือบทุกครอบครัวซึ่งได้เรียนรู้เองและสืบทอดกันมาจากผู้ใหญ่ ชาวบ้านท่าล้อได้ทำกระดาษสาเลี้ยงชีพกันมาตั้งแต่อดีตหลายสิบปีมาแล้วจนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ยังยึดอาชีพนี้มาโดยตลอดใช้วิธีทำกระดาษสาแบบดั้งเดิม ปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนเครื่องมือให้ทันสมัยกับโลกปัจจุบัน กระดาษสาเป็นกระดาษชนิดหนึ่งที่ทำมาจากต้นปอสา โดยใช้เยื่อจากเปลือกส่วนของลำต้นของปอสา กระดาษสาบ้านท่าล้อ เป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีคุณสมบัติต่างจากกระดาษทั่วไป คือ ลักษณะทางกายภาพยังคงสภาพเยื่อของปอสาให้ปรากฏบนผิวกระดาษ เนื้อและสีกระดาษ มีความเหนียวนุ่ม ชุ่มชื้นน้ำได้ดี ลักษณะเฉพาะนี้เอง เป็นเสน่ห์ของกระดาษสาบ้านท่าล้อ กระดาษสาจึงมิใช่เป็นเพียงกระดาษเพื่อสนองประโยชน์ใช้สอยด้านงานเขียนเท่านั้น กระดาษสาภูมิปัญญาชาวบ้านของชาวบ้านท่าล้อเป็นงานหนึ่งที่มีสมควรอนุรักษ์และส่งเสริมให้คงไว้เป็นมรดกของไทย ซึ่งเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านได้คิดเอง ทำได้เอง เป็นสติปัญญาความรู้ที่ได้สะสมกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และมีลักษณะเชื่อมโยงกันได้ทุกสาขาวิทยาการด้วยการใช้เหตุผลทุกขั้นตอน นำมาใช้แก้ปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินวิถีชีวิตได้อย่างเหมาะสมกลมกลืน กระดาษสาภูมิปัญญาของชาวบ้านท่าล้อเป็นงานหนึ่งที่สมควรอนุรักษ์และส่งเสริมให้คงไว้เป็นมรดกของไทย ซึ่งเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านได้คิดเอง ทำได้เอง เป็นสติปัญญาความรู้ที่ได้สะสมกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน เนื่องด้วยเป็นการผลิตแบบหัตถกรรมจึงทำให้การทำกระดาษมีกรรมวิธีการผลิตที่ต้องใช้แรงงานคนเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ในกระบวนการผลิตและต้นทุนในการผลิตเกี่ยวกับการจ่ายค่าแรงงานคนที่ค่อนข้างสูงเป็นอย่างมาก (องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเอื้อม, 2564)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารต้นทุนการผลิตด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาษสา กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งปัญหาของการผลิตคือการมีต้นทุนของการจ่ายค่าแรงงานที่สูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงอยากศึกษาถึงการลดต้นทุนและเพิ่มกำไร พร้อมทั้งหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกระดาษสาและสำหรับผู้สนใจจะลงทุนทำกระดาษสาสามารถนำข้อมูลที่ได้เหล่านี้ไปพิจารณาเกี่ยวกับการลงทุนได้ รวมถึงการเพิ่มมูลค่าการสร้างรายได้ให้มากขึ้นจากฝีมือและภูมิปัญญาของท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาษสา กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการกระดาศา ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 20 ราย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose Sampling) คือ ผู้ประกอบการกระดาศา ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 20 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่ง ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพในการประกอบกิจการและประสบการณ์ในการประกอบกิจการทำกระดาศา

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการทำกระดาศา ประกอบด้วย ประเภทยของกิจการ ความรู้และเทคนิคในการทำกระดาศา แหล่งเงินทุน ระยะเวลาในการทำกระดาศา จำนวนลูกค้าของกิจการ สาเหตุในการเลือกประกอบ

ธุรกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ปริมาณการผลิตกระดาษสา ช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผลการดำเนินงาน 1 ปีที่ผ่านมาวัดคุณภาพจากที่ใดและเชื่อเพลิงที่ใช้ในการต้มปอสาจากที่ใด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการทำกระดาษสา

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนการทำกระดาษสา

การทดสอบความเที่ยงตรง (content validity) โดยหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิประเมินการให้คะแนน เท่ากับ 0.84 โดยใช้สูตรของโรวินेलลี และแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton, 1977 : 49-60) แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้มีความเที่ยงตรงมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง สามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามโดยมีจำนวนเท่ากับจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยลงพื้นที่ในการเก็บแบบสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน และรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive statistic) ใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของประชากร

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนทางการเงิน โดยใช้สูตรของทฤษฎีต้นทุนและผลตอบแทนในการศึกษา

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.00 ประกอบกิจการกระดาษสาเป็นอาชีพหลัก คิดเป็นร้อยละ 100.00 มีประสบการณ์ในการทำกระดาษสา มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการทำกระดาษสา

พบว่า ลักษณะประเภทของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้รับความรู้และเทคนิคในการทำกระดาษสาจากพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีแหล่งเงินทุนในการประกอบการมาจากส่วนของเจ้าของและกู้ยืมจากสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าอยู่นอกเขตจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 60.00 สาเหตุในการเลือกประกอบธุรกิจส่วนใหญ่สืบทอดจากครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 75.00 ออกแบบผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยผู้ผลิตเอง คิดเป็นร้อยละ 60.00 ปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับการจัดหรือสั่งทำ คิดเป็นร้อยละ 100.00 มีช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.00 ผลการดำเนินงาน 1 ปีที่ผ่านมา ได้รับผลตอบแทนคงที่ คิดเป็นร้อยละ 60.00 วัดคุณภาพส่วนใหญ่ซื้อมาจากพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 100.00 และเชื่อเพลิงที่ใช้ในการต้มปอสาส่วนใหญ่ซื้อจากพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 100.00

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาศา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาศา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงต้นทุนของการทำกระดาศา (ผลิตกระดาศาได้ 52,500 แผ่น/ปี)

รายการต้นทุนการผลิต	ต้นทุนต่อแผ่น (บาท)	ร้อยละ	ต้นทุนต่อเดือน (บาท)	ต้นทุนต่อปี (บาท)
วัตถุดิบ				
- วัตถุดิบทางตรง	0.10	5.0	437.50	5,250
- ค่าแรงงานทางตรง	1.12	55.7	4,900	58,800
ค่าใช้จ่ายการผลิต				
- ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่	0.12	6.0	533.33	6,400
- ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร	0.67	33.3	2,942.92	35,315
รวม	2.01	100.00	8,813.75	105,765

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาศา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง ในตารางที่ 1 พบว่า การผลิตกระดาศา จะผลิตกระดาศาได้ 52,500 แผ่นต่อปี ต้นทุนของการทำกระดาศาต่อเดือน ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง 437.50 บาท ($52,500 \times 0.1/12$) ค่าแรงงานทางตรง 4,900 บาท ($52,500 \times 1.12/12$) ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ 533.33 บาท ($52,500 \times 0.12/12$) ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร 2,942.92 บาท ($52,500 \times 0.67/12$) ต้นทุนการผลิตกระดาศาต่อเดือนเท่ากับ 8,813.75 บาท ต้นทุนของการทำกระดาศาต่อปี ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง 5,250 บาท ($52,500 \times 0.1$) ค่าแรงงานทางตรง 58,800 บาท ($52,500 \times 1.12$) ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ 6,400 บาท ($52,500 \times 0.12$) ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร 35,315 บาท ($52,500 \times 0.67$) ต้นทุนการผลิตต่อปี เท่ากับ 105,765 บาท

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับรายได้ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และจุดคุ้มทุน จากการทำกระดาศา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับรายได้ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และจุดคุ้มทุน จากการทำกระดาศา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์รายได้ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และจุดคุ้มทุน จากการทำกระดาดสา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบล บ่อแฮ้ว อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง

รายการ	เดือน(บาท)	ปี(บาท)
รายได้จากการจำหน่ายกระดาดสา (บาท)	20,833.33	250,000
ต้นทุนคงที่		
- ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่	533.33	6,400
ต้นทุนผันแปร		
- วัตถุดิบทางตรง	437.50	5,250
- ค่าแรงงานทางตรง	4,900	58,800
- ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร	2,942.92	35,315
รวมต้นทุนผันแปร	8,280.42	99,365
รวมต้นทุนการผลิต	8,813.75	105,765
กำไรขั้นต้น	12,019.58	144,235
อัตรากำไรขั้นต้น	57.69	57.69
จุดคุ้มทุน	885.20	10,622.41
	(533.33/0.6025)	(6,400/0.6025)

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับรายได้ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และจุดคุ้มทุน จากการทำกระดาดสา : กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแฮ้ว อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง ในตารางที่ 2 พบว่า จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบธุรกิจกระดาดสา ทำให้ทราบว่ารายได้จากการจำหน่ายกระดาดสาต่อเดือน จำหน่ายกระดาดสาได้ เท่ากับ 20,833.33 บาท ต้นทุนในการจำหน่ายกระดาดสาต่อเดือน เท่ากับ 8,813.75 บาท กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายกระดาดสาต่อเดือน เท่ากับ 12,019.58 บาท อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 57.69 รายได้จากการจำหน่ายกระดาดสาต่อปี จำหน่ายกระดาดสาได้ เท่ากับ 250,000 บาท ต้นทุนในการจำหน่ายกระดาดสาต่อปี เท่ากับ 105,765 บาท กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายกระดาดสาต่อปี เท่ากับ 144,235 บาท อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 57.69 จุดคุ้มทุนของผู้ลงทุนทำกระดาดสา มีจุดคุ้มทุนต่อเดือนอยู่ที่ 885.20 $(533.33/0.6025: (20,833.33 - 8,280.42)/ 20,833.33)$ บาท มีจุดคุ้มทุนต่อปีอยู่ที่ 10,622.41 $(6,400/0.6025: (250,000 - 99,365)/250,000)$ บาท

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำกระดาศา กลุ่มบ้านท่าล้อ ตำบลบ่อแก้ว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง พบว่าในการผลิตกระดาศา 1 แผ่น มีต้นทุนการผลิต เท่ากับ 2.01 บาท ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง 0.10 บาท ค่าแรงงานทางตรง 1.12 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ 0.12 บาท และค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร 0.67 บาท ซึ่งเป็นสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปรมากกว่าค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ โดยต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเป็นค่าแรงงานทางตรง คิดเป็นร้อยละ 55.7 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชนก วงศ์แพงสอน และคณะ (2554 : 58-62) ที่ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอมือง จังหวัดสกลนคร พบว่า โครงสร้างต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงานมากที่สุด และสอดคล้องกับ กนกกาญจน์ ศรีสุรินทร์ (2560: 1201) ได้ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกข้าวนาปรัง กรณีศึกษาบ้านฮีหมู่ 3 ตำบลคำเจริญ อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งจะเห็นได้ว่าการผลิตต้องอาศัยความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ และความประณีต จึงทำให้ค่าแรงงานสูงขึ้นตามไปด้วย และสอดคล้องกลยุทธ์ต้นทุนต่ำในตลาด ตามแนวคิดของนงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2556) กล่าวว่า จากการใช้แรงงานที่เป็นคนในชุมชนหรือในพื้นที่ที่โรงงานตั้งอยู่ ถือเป็นการใช้ฐานการผลิตที่ใกล้ชิดและแรงงานบางคนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์จากโรงงานขนาดใหญ่มาก่อน เป็นการเข้าถึงแหล่งของแรงงานที่แม้จะมีระดับการศึกษาที่ไม่สูงมากนัก แต่มีประสบการณ์สูงกว่า แรงงานบางคนที่ยังไม่มีองค์ความรู้ด้านการผลิตกระดาศา ทำให้ไม่ต้องสิ้นเปลืองเวลาหรือค่าใช้จ่ายในการฝึกฝนแรงงานใหม่ ๆ ดังนั้น เจ้าของกิจการควรมีบทบาทเป็นผู้บริหารควบคู่ไปกับการปฏิบัติการ ทำหน้าที่ในภาคผลิตด้วยจะทำให้ช่วยลดค่าจ้างในการจ้างงานเพิ่ม เป็นการลดต้นทุนในการผลิตและทำให้แรงงานเห็นเป็นแบบอย่างที่ดี เกิดความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างด้วย

ในส่วนด้านผลตอบแทนจากการทำกระดาศาการวิเคราะห์อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไรและจุดคุ้มทุน พบว่า มีผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ค่อนสูงมาก โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 57.69 เนื่องมาจากต้นทุนค่าแรงงานทางตรงในการผลิตต่อแผ่นค่อนข้างสูง ส่วนจุดคุ้มทุนเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 885.20 บาท และต่อปีเท่ากับ 10,622.41 บาท สอดคล้องกับสุขใจ ตอนปัญญา (2554 : 50) ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกข้าวของเกษตรกร หมู่ 5 ตำบลห้วยดง อำเภอมือง จังหวัดพิจิตร และธนาพร ร้อมมูล (2559 : 84) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกสับปะรด กรณีศึกษาเกษตรกรรายย่อยตำบลห้วยทรายเหนือ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี กล่าวว่า การลงทุนมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนในทุกขนาดการเพาะปลูก ในขณะที่ไร่ขนาดใหญ่ยังคงมีผลตอบแทนภายในโครงการสูงที่สุดหากมีการลงทุนในไร่ที่มีขนาดใหญ่ หรือรวมตัวกันทำให้มีขนาดใหญ่ขึ้น

ดังนั้น หากผู้ลงทุนทำกระดาศาสามารถจำหน่ายกระดาศาได้เป็นจำนวนมากขึ้น จะทำให้ผู้ลงทุนมีกำไรสูงขึ้น ดังนั้นควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการจ้างแรงงาน คือ การปรับจากการจ้างงานรายวัน เป็นการจ้างงานแบบเหมา เพื่อป้องกันปัญหาแรงงานขาดงานหรือทำงานแบบเฉื่อยชา อีกทั้งการจ้างเหมาแบบเป็นการกระตุ้นให้แรงงานมีแรงผลักดันปฏิบัติงานมากขึ้น ก็จะได้รับผลประโยชน์มากขึ้นจากจำนวนสินค้าที่มากขึ้น และผลิตทันต่อความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ต้นทุนต่ำในตลาด เฉพาะงานที่เจ้าของกิจการสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ แรงงาน ฐานการผลิตที่มีราคาต่ำได้ สอดคล้องกับพัชนี แพทย์อุดม (2562 : 21) กล่าวว่า การศึกษาต้นทุนการผลิตเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากทำให้

เกษตรกรเข้าใจเกี่ยวกับต้นทุนในแต่ละกิจกรรมของการเพาะปลูก เพื่อใช้ในการวางแผนการผลิตโดยคำนึงถึงความสำคัญด้านการควบคุมต้นทุนให้ต่ำลง อันจะส่งผลต่อผลตอบแทนที่เพิ่มมากขึ้น การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนโดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ อัตรากำไรขั้นต้น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนให้คำตอบเป็นเปอร์เซ็นต์ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ สามารถใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ลงทุนได้ในระดับหนึ่ง และตามแนวคิดของนงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2556) กล่าวว่า เนื่องจากต้นทุนผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไม่คงที่ แต่ราคาของผลิตภัณฑ์ยังคงเดิม ทำให้กำไรที่ได้มาในแต่ละช่วงเวลาไม่เท่ากัน บางปีมีกำไรน้อยและบางปีมีกำไรมากขึ้นขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาของเศรษฐกิจในปีนั้นๆ ผู้ลงทุนต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือ โดยการหาแหล่งเงินทุนหรือแหล่งเงินกู้ พร้อมกับพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ลงทุนทำกระดาดสา สามารถดำรงอยู่ได้ในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ จะเป็นค่าแรงงานทางตรง ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการที่จะลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายลง ต้องมีการพัฒนาทักษะแรงงานหรือการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น

2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรมีการให้ความรู้ และคำแนะนำในการออกแบบ เพื่อผู้ประกอบการจะได้ นำความรู้ไปพัฒนา เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีต้นทุนที่เหมาะสมและสามารถขยายตลาด รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือในการหาแหล่งเงินทุนให้ผู้ประกอบการต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยการผลิตที่สามารถนำมาทดแทนกำลังคน เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้ผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ ศรีสุรินทร์. (2560). ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกข้าวนาปรัง กรณีศึกษาบ้านอีหมู่ 3 ตำบลคำเจริญ อำเภอดุสิต จังหวัดอุบลราชธานี. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 2*, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 1201-1210. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ขวัญชนก วงศ์แพงสอน, กฤตพงศ์ วัชรานุกุล และวรวิทย์ กุลตั้งวัฒนา. (2554). ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านเชียงเครือ จังหวัดสกลนคร. *วารสารมหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 19(2), 58-63.
- เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์. (2554). *การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน*. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน). 353 หน้า.

- ธนาพร พร้อมมูล. (2559). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกสับปะรด กรณีศึกษาเกษตรกรรายย่อยตำบล ห้วยทรายเหนือ อำเภอดำรงวิทยารัษฎา จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพขององค์กร ส่งเสริมให้องค์กรมีความแข็งแกร่ง. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2565, จาก : <http://www.ejobeasy.com>.
- พัชนี แพทย์อุดม. (2562). ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนปลูกพริกไทยแบบอินทรีย์เพื่อการค้าในจังหวัดจันทบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ไพฑูริย์ สุขเจริญ. (2548). การศึกษาทักษะการบริหารงานของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่ การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุทธิวงศ์ พงษ์ไพฑูริย์. (2555). บทบาทของสถานศึกษากับภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ: เจริญก้าวหน้าเพื่อการศึกษา.
- สุจิต ortonปัญญา. (2554). ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกข้าวเกษตรกรรม 5 ตำบลหัวดง อำเภอมะนัง จังหวัด พิจิตร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเอื้อม, 2564. กลุ่มกระดาดสาบ้านท่าล้อ. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2565, จาก: https://www.banauem.go.th/otop_detail.php?id=42.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 49-60.
- บุคลากรกรม
- ผู้สัมภาษณ์ 1-10 (ผู้ให้สัมภาษณ์). อัจฉรา เฮ่ประโคน (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านเลขที่ 362 หมู่ 9 ต.บ่อแก้ว อ.เมือง จ.ลำปาง 52120. เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2565.
- ผู้สัมภาษณ์ 11-20 (ผู้ให้สัมภาษณ์). อัจฉรา เฮ่ประโคน (ผู้สัมภาษณ์). ที่ เทศบาลตำบลบ่อแก้ว อ.เมืองลำปาง จ.ลำปาง 52110. เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2565.

การพยากรณ์ความต้องการเพื่อวางแผนการจัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทกรณีศึกษา The Case study of Demand Forecasting For Purchase Planning Of Skincare Product

อนิวรรณ ปานสำราญ^{1*} และธัญภัส เมืองปัน²

Aniwat Pansamran^{1*} and Thanyaphat Muangpan²

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

Received: October 12th, 2022; Revised: May 19th, 2023; Accepted: May 29th, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาวิธีการพยากรณ์ความต้องการสินค้าของกรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และ 2. เพื่อเสนอวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการวางแผนการจัดซื้อสินค้าของกรณีศึกษา โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) การนำข้อมูลยอดขายของรายการสินค้าต่าง ๆ ของบริษัทกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในอดีตย้อนหลัง 1 ปี ของเดือนมกราคม พ.ศ. 2564 – ธันวาคม พ.ศ.2564 ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายสูงสุด 5 อันดับแรกของบริษัท และมียอดขายรวมเกินกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของบริษัทกรณีศึกษามาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ในตัวแบบพยากรณ์ด้วย 4 วิธี ดังนี้ 1) วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ 2) วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก 3) วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล และ 4) วิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม จากนั้น นำผลการพยากรณ์ไปเปรียบเทียบหาค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ด้วยวิธี MAD, MSE และ MAPE เพื่อหาค่าความผิดพลาดจากการพยากรณ์ที่น้อยที่สุด และหาวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการวางแผนการจัดซื้อสินค้าของกรณีศึกษา ผลการวิเคราะห์พบว่า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ละวิธีให้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดต่างกัน ดังนั้น ในแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์จึงมีตัวแบบการพยากรณ์ที่เหมาะสมเฉพาะของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวแตกต่างกันไป ดังนี้ 1) เจลวานหางโซคิว แบบกระปุก ขนาด 100 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่มากที่สุด 2) แผ่นมาสก์หน้าวานหาง มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วย วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนักมากที่สุด 3) แผ่นมาสก์หน้ามะเขือเทศ มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วย วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียลมากที่สุด 4) เจลวานหางบาโรเนส แบบซอง ขนาด 100 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วย วิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้มมากที่สุด และ 5) เจลวานหางลาโลโอ แบบกระปุก ขนาด 300 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วย วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนักมากที่สุด

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Master's degree student, Logistics and Supply Chain Management, Faculty of Logistics, Burapha University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Assistant Professor, Logistics and Supply Chain Management, Faculty of Logistics, Burapha University

คำสำคัญ: เทคนิคการพยากรณ์ การวางแผนการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

Abstract

This research aims 1) To study product demand forecast, case study of skincare companies and 2) To present an appropriate forecasting method for the case study of demand forecasting for purchase planning of skincare products. Purposive Sampling method were used on this independent study. Using the sales data of various product items of the company, a case study of skin care products in the past 1 year since January 2021 to December 2021 are used. The researchers selected only the top five best-selling skincare products of the company and accounted for more than 80% of the company's total sales. To apply the data by obtained to the analytical process in the forecasting model using 4 methods as follows; 1) Moving average method 2) Weighted Average Method 3) Exponential smoothing method and 4) Trend forecasting method. Then, the forecast results were compared to find the least error by MAD, MSE and MAPE methods to find the least forecast error to find the most suitable forecasting method for purchasing planning. The research results of the analysis revealed that each method produces different high effective results. Therefore, each product type has a specific forecasting model that is suitable for different skincare products as follows; 1) SOQU Aloe Vera gel, a jar of 100 milligrams is suitable for the moving average method. 2) The Aloe Vera sheet mask is suitable for the weighted average method. 3) The tomatoes sheet mask is suitable for the Exponential smoothing method. 4) BARONESS Aloe Vera soothing gel Sachet size 100 milligrams is suitable for the trend forecasting method and 5) Aloe Vera gel, a jar of 300 milligrams is suitable for the weighted average method.

Keywords: Forecasting Techniques, Purchasing Planning, Skincare Products

บทนำ

ตลาดความงามทั่วโลกมีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 เติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นหนึ่งในตลาดที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในโลกในด้านของความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 32 ของตลาดโลก ประเทศไทยเป็นหนึ่งในตลาดของภูมิภาคนี้ที่เติบโตเร็วที่สุด และมีการเติบโตมาตลอดทุกปี (มาร์เก็ตเรียอร์ออนไลน์, 2564) ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกเครื่องสำอางอันดับที่ 2 ของอาเซียน รองจากสิงคโปร์ และเป็นอันดับที่ 10 ของโลก (สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย, 2564) โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (skincare) ยังครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 42 ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (skincare) มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีการเติบโตที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ซึ่งผลมาจากสภาพอากาศ มลภาวะต่าง ๆ ทำให้ความต้องการกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่

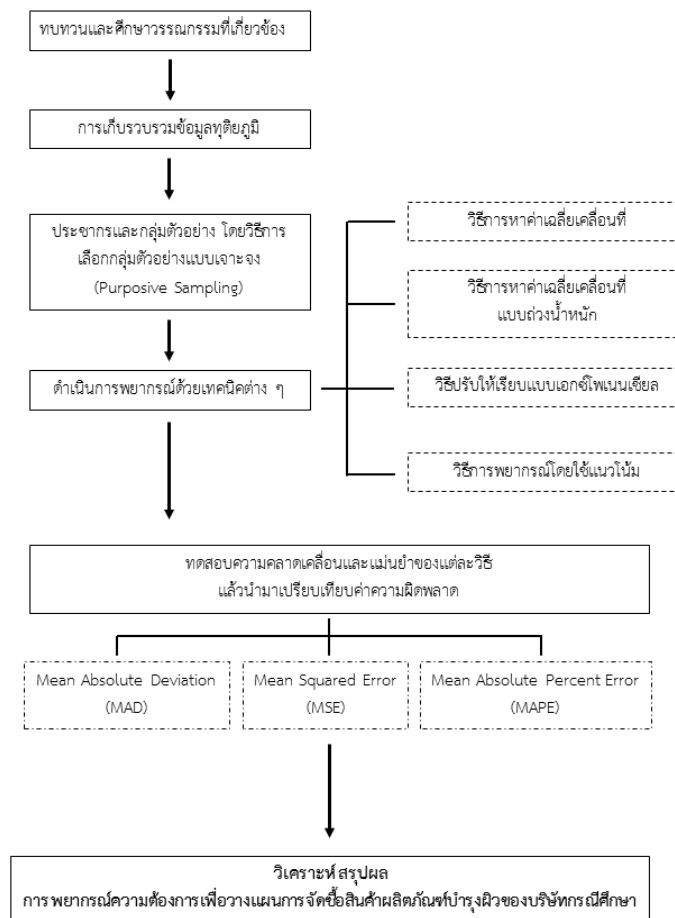
ช่วยปกป้องหรือซ่อมแซมผิวได้รับความนิยม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นได้หันมาใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับผิวแต่ละประเภท ทำให้ตลาดขยายเป็นวงกว้าง นอกจากนี้จากพฤติกรรมคนไทยที่หันมาเพิ่มขึ้นตอนในการดูแลผิวน้ำมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์หน้า (Mask) ที่มีสารบำรุงผิวเข้มข้น เริ่มจะได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นเดียวกัน (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2561) ปี พ.ศ. 2563 ตลาดความงามทั่วทุกประเทศรวมถึงประเทศไทย ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างหนัก และเผชิญกับการหดตัวของตลาดถึงร้อยละ 4.5 ซึ่งต่ำที่สุดเป็นประวัติการณ์ ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ด้านความงามในไทย ทำให้การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ความงามยี่ห้อต่าง ๆ ที่มีการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อทั่วไปมียอดขายที่ลดลง (สาวิตรี รินวงษ์, 2564) สำหรับกรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เป็นบริษัทที่จัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวนำเข้าจากประเทศเกาหลีหลากหลายชนิด โดยมีสถานที่วางจำหน่ายอยู่จำนวนมากทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ปัจจุบันมีการจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้นมากในช่องทางร้านค้าออนไลน์ ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) จึงเป็นสาเหตุให้บริษัทกรณีศึกษาประสบปัญหาการขาดทุน การจัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บางครั้งเกิดปัญหาสินค้าขาดในคลังสินค้า ไม่มีสินค้าเพียงพอที่จะนำส่งตัวแทนจำหน่ายได้ทันตามกำหนดเวลาที่ตกลงทำสัญญากันไว้ ทำให้เสียโอกาสในทางธุรกิจ (นิภา นิรุตติกุล, 2558) ปัจจุบันการวางแผนจัดซื้อสินค้าของบริษัทกรณีศึกษาใช้การประเมินสถานการณ์ของตลาดจากประสบการณ์ของผู้บริหารและระดับหัวหน้างาน ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาดังที่กล่าวมาในข้างต้น (ลักขณา ฤกษ์เกษม, 2558) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัญหาของกรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เพื่อศึกษาการใช้วิธีการพยากรณ์สำหรับการนำเสนอกลยุทธ์ในการวางแผนการจัดซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ทำให้มีความถูกต้องแม่นยำ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถวางแผนการจัดซื้อสินค้าให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละไตรมาส ช่วยลดปัญหาสินค้าขาดคลัง สินค้าส่งมอบไม่ทันตามกำหนดของลูกค้า และการจัดซื้อสินค้ามาจำนวนมากเกินไป โดยหวังว่าการนำเทคนิคการพยากรณ์มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการจัดซื้อสินค้า จะสามารถช่วยลดต้นทุนรวมของบริษัทฯ ทางโลจิสติกส์ได้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการพยากรณ์ความต้องการสินค้าของกรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
2. เสนอวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการวางแผนการจัดซื้อสินค้าของกรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาตัวแบบจำลองวิธีการพยากรณ์ค่าที่เหมาะสมและแม่นยำที่สุด เพื่อช่วยแก้ไข ปัญหา โดยการพยากรณ์เชิงปริมาณเพื่อวางแผนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในการเลือก วิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมที่สุด โดยมีขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ดังแผนภาพนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวทั้งหมด 24 รายการ ของบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทการศึกษาแห่งหนึ่ง

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ลำดับที่	รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า
1	8809540515270	เจลว่านทางโซคิว ขนาด 100 มิลลิกรัม
2	8859337604656	แผ่นมาร์กหน้าว่านทาง
3	8809412861085	เจลว่านทางลาโอ ขนาด 300 มิลลิกรัม
4	8809412862976	แผ่นมาร์กหน้ามะเขือเทศ
5	8859337604069	เจลว่านทางบาโรเนส ขนาด 100 มิลลิกรัม
6	8859337600030	ไฮโดร บุษบ์ วอเตอร์ เจล
7	8809469772099	เจล เนเชอรัล อโล เวอร์่า
8	8859337600221	ซูเปอร์ฟรุต ไบรท์เทนนิ่ง เจล
9	8859337600580	วิตามิน ซี แอนด์ อี ซูทติ้ง เจล
10	8859337600542	อโล เวอร์่า ไฮยา ซูทติ้ง มาร์ก
11	8859337600566	คอลลาเจน ไวท์เทนนิ่ง มาร์ก
12	8809087932479	คาเลนดูลา ฟลาวเวอร์ มาร์ค
13	8809087932486	พีโอนี่ ฟลาวเวอร์ มาร์ค
14	8809087933797	แคคตัส ไวท์เทนนิ่ง
15	8859337600528	แทมมารีน ไวท์เทนนิ่ง
16	8809469771030	ดีฟ ซี วอเตอร์ มอยส์เจอร์
17	8809087931403	โคโคไนท์ มอยเจอร์ไรซิ่ง มาร์ค
18	8809626780004	วันเดอร์ พัพ
19	8809087932455	โรส ฟลาวเวอร์ มาร์ค
20	8809469772105	เนเชอรัล อโล เวอร์่า 99%
21	8809087932462	เซอร์รี่ บอสซัม ฟลาวเวอร์ มาร์ค
22	8809087932448	ลิลลี่ ฟลาวเวอร์ มาร์ค
23	8809087931410	คอลลาเจน วิงเกิ้ล แคร้ มาร์ค
24	8809087932226	มิลล์ กลอสซี่ มาร์ค

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการพยากรณ์ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยใช้ข้อมูลยอดขายย้อนหลัง 1 ปี ของเดือนมกราคม พ.ศ. 2564 - ธันวาคม พ.ศ. 2564 ได้ข้อมูลจากผู้บริหารของบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เลือกรายการสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายปริมาณมากที่สุด 5 รายการสินค้า คิดเป็นยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวประมาณ 80% ของทั้งหมดของบริษัทกรณีศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้พยากรณ์

ลำดับที่	รายการสินค้า	ยอดขายต่อปี (หน่วย:ชิ้น)
1	เจลว่านหางจิ้งจอก แบบกระปุก ขนาด 100 มิลลิกรัม	389,911
2	แผ่นมาร์กหน้าว่านหาง	241,805
3	แผ่นมาร์กหน้ามะเขือเทศ	31,124
4	เจลว่านหางบาโรเนส แบบซอง ขนาด 100 มิลลิกรัม	25,927
5	เจลว่านหางลาเลียโอ แบบกระปุก ขนาด 300 มิลลิกรัม	31,377

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

1) ใช้วิธีการพยากรณ์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนดำเนินการพยากรณ์ ผู้วิจัยเลือกวิธีการในแบบต่าง ๆ โดยนำข้อมูลดิบที่แปลงค่าทางสถิติแล้ว มาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ในตัวแบบพยากรณ์ด้วย 4 วิธี ดังนี้

1.1) วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่

โดยวิธีนี้จะให้ความสำคัญของข้อมูลในอดีตที่ผ่านมาให้น้ำหนักเท่ากัน โดยการคำนวณจะใช้ข้อมูลในอดีตตามจำนวนเดือนที่ต้องการมาเฉลี่ยกับจำนวนการใช้ข้อมูลที่ n เดือน (ชัยภัส เมืองปิ่น, 2563 : 78)

$$\text{ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่อย่างง่าย} = \frac{\sum \text{ความต้องการในช่วงเวลาก่อนหน้าช่วงเวลา } n}{n}$$

1.2) วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก

วิธีการนี้จะให้ความสำคัญกับข้อมูลในอดีตที่มีระยะเวลาที่ใกล้ปัจจุบันมากกว่าข้อมูลในอดีตที่ห่างไกลจากปัจจุบัน โดยมีการกำหนดน้ำหนักของข้อมูลแต่ละช่วงเวลา โดยจะให้น้ำหนักข้อมูลปัจจุบันมากที่สุดและข้อมูลที่ใกล้ปัจจุบันถัดไปมีลำดับความสำคัญรองลงมา เช่น ให้น้ำหนักข้อมูลเดือนที่ใกล้กับปัจจุบันเท่ากับ 4 และเดือนรองลงมาจะเท่ากับ 3 2 และ 1 ตามลำดับ การคำนวณในลักษณะนี้จะนำเอาข้อมูลในอดีตแต่ละเดือนมากำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก และเฉลี่ยด้วยค่าถ่วงน้ำหนักรวม ดังสมการนี้ (อนุสรณ์ บุญสง่า, 2559)

$$\text{ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก} = \frac{\sum (\text{ค่าถ่วงน้ำหนักสำหรับช่วงเวลา } n) (\text{ค่าความต้องการสำหรับช่วงเวลา } n)}{\sum \text{ค่าถ่วงน้ำหนักรวม}}$$

1.3) วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล

วิธีนี้จะให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลในอดีตที่ใกล้ปัจจุบันมากกว่า โดยการคำนวณจะให้ความสำคัญกับข้อมูลและใช้วิธีการให้น้ำหนักข้อมูลแบบเอกซ์โพเนนเชียล และนำค่าความคลาดเคลื่อน หรือ alpha (α) ที่มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 มากำหนดน้ำหนักข้อมูลใกล้กับปัจจุบันมากที่สุดเท่ากับ 1 ซึ่งสมการการคำนวณ มีดังนี้ (ธัญภัส เมืองปิ่น, 2563 : 82)

$$F_t = F_{t-1} + \alpha(A_{t-1} - F_{t-1})$$

โดยที่	F_t	= ค่าพยากรณ์ของช่วงเวลา t
	F_{t-1}	= ค่าพยากรณ์ของช่วงเวลา t-1
	A_{t-1}	= ค่าที่เกิดขึ้นจริงของช่วงเวลา t-1
	α	= ค่าคงที่ปรับเรียบ

1.4) วิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม

เป็นวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมสำหรับข้อมูลที่มีลักษณะเป็นแนวโน้ม มีการพิจารณา ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม จุดตัดแกน ความชันของเส้นตรง เป็นต้น ซึ่งจะมีสมการ ดังนี้ (ธัญภัส เมืองปิ่น, 2563 : 84)

กำหนดให้	a	= จุดตัดแกน y
	b	= ความชันของเส้นตรง
	X	= ค่าตัวแปรอิสระในที่นี้คือ ปี
	Y	= ค่าตัวแปรตาม ที่นี้คือ จำนวน

หาค่าความชันของเส้นตรงจุดตัดแกน y ได้โดยสมการต่อไปนี้

$$b = \frac{\sum xy - n \bar{X}\bar{Y}}{\sum x^2 - n \bar{X}^2}$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

$$\hat{Y} = a + bX$$

2) การทดสอบความคลาดเคลื่อนและแม่นยำของแต่ละวิธีแล้วนำมาเปรียบเทียบค่าความผิดพลาด การพยากรณ์ด้วยวิธีต่าง ๆ ย่อมเกิดความคลาดเคลื่อนอยู่เสมอ ดังนั้น การวิเคราะห์ค่าความคลาดเคลื่อนสำหรับการพยากรณ์เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญ เพื่อตรวจสอบหาว่าความคลาดเคลื่อนที่น้อยที่สุด จากตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีต่าง ๆ โดยการหาค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ที่นิยมใช้ 3 วิธี ได้แก่ วิธีที่ 1 Mean Absolute Deviation (MAD) วิธีที่ 2 Mean Squared Error (MSE) และ วิธีที่ 3 Mean Absolute Percent Error (MAPE) (ธัญภัส เมืองปิ่น, 2563 : 86) โดยเมื่อใส่สมการการหาค่าความคลาดเคลื่อนเพื่อตรวจสอบผลลัพธ์จากผลพยากรณ์ โดยมีกร

พิจารณาค่าจริงที่ใกล้เคียงกับค่าพยากรณ์มากที่สุด ก็หมายความว่าเกิดค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ซึ่งจะบ่งบอกว่าวิธีพยากรณ์ในรูปแบบใดเหมาะสมเพื่อนำมาใช้ ที่ได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำและมีค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด มีสมการ ดังนี้

2.1) Mean Absolute Deviation (MAD) = หากค่า MAD ที่คำนวณได้มีค่าน้อย หมายถึง การพยากรณ์นั้นแม่นยำ MAD เป็นการวัดค่าความผิดพลาดสมบูรณ์เฉลี่ยของการทำพยากรณ์ ซึ่งใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบการวัดค่าความผิดพลาดในลักษณะเดียวกันกับข้อมูลอนุกรมเวลาตัวอื่นต่อไป

$$\text{Mean Absolute Deviation (MAD)} = \frac{\sum |\text{ค่าจริง} - \text{ค่าพยากรณ์}|}{n}$$

2.2) Mean Squared Error (MSE) = หากค่า MSE ที่คำนวณได้มีค่าน้อย หมายถึง การพยากรณ์นั้นแม่นยำสามารถคำนวณหาความผิดพลาดจากการพยากรณ์ เป็นค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างการพยากรณ์

$$\text{Mean Squared Error} = \frac{\sum (\text{ค่าจริง} - \text{ค่าพยากรณ์})^2}{N}$$

2.3) Mean Absolute Percent Error (MAPE) = หากค่า MAPE ที่คำนวณได้มีค่าน้อย แสดงถึง การพยากรณ์มีความแม่นยำ โดย MAPE สามารถคำนวณหาความผิดพลาดจากการพยากรณ์ที่แท้จริงในแต่ละช่วงเวลาหารด้วยข้อมูลจริง ณ เวลานั้น และเฉลี่ยความผิดพลาดที่แท้จริงเป็นร้อยละ ซึ่งมีรูปแบบสมการการคำนวณ

$$\text{Mean Absolute Percent Error} = \sum \frac{\left(\frac{|\text{ค่าจริง} - \text{ค่าพยากรณ์}|}{\text{ค่าจริง}} \right) \times 100}{n}$$

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ คือการนำข้อมูลยอดขายของรายการสินค้าต่าง ๆ ของบริษัทธนศึกษาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในอดีตย้อนหลัง 1 ปี ของเดือนมกราคม พ.ศ. 2564 - ธันวาคม พ.ศ. 2564 โดยนำยอดขายสินค้าหรือบิลแต่ละเดือนมาเรียงเรียงข้อมูล แล้วนำข้อมูลดิบที่ได้มาแปลงเป็นข้อมูลทางสถิติ และทำการบันทึกข้อมูลยอดขายในอดีตลงในโปรแกรม Microsoft excel แยกตามผลิตภัณฑ์สินค้ารายการต่าง ๆ และเลือกรายการสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายปริมาณมากที่สุด 5 รายการสินค้า เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการพยากรณ์แบบอนุกรมเวลาด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาปัญหาเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า และวางแผนการจัดซื้อในอนาคตให้เหมาะสม

การวิเคราะห์ข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากยอดขายในอดีตและนำมาวิเคราะห์ คือการนำข้อมูลยอดขายของรายการสินค้าต่าง ๆ ของบริษัทธนศึกษาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ในอดีตย้อนหลัง 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2564 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ.

2564 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ใช้ข้อมูลจากผู้บริหารของบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เลือกรายการสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายปริมาณมากที่สุด 5 รายการสินค้า และใช้วิธีการวิเคราะห์หอนุกรมเวลาและเลือกใช้วิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสม 4 วิธี คือ 1) วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ 2) วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก 3) วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล และ 4) วิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม หลังจากได้ค่าการพยากรณ์มาแล้ว จะนำผลการพยากรณ์ไปเปรียบเทียบหาค่าความคลาดเคลื่อน ความผิดพลาดจากการพยากรณ์เพื่อหาวิธีการพยากรณ์ที่ดีที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการพยากรณ์จากตัวแบบพยากรณ์ทั้ง 4 วิธี โดยเลือกรายการสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายปริมาณมากที่สุด 5 รายการสินค้า และมียอดขายจำหน่ายรวมเกินกว่า 80 เปอร์เซนต์ของบริษัทกรณีศึกษา จากการศึกษาเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์เพื่อช่วยให้วางแผนจัดซื้อสินค้าของบริษัทกรณีศึกษา จากเทคนิคการพยากรณ์ทั้งหมด 4 วิธี ได้แก่

- 1) วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่
- 2) วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก
- 3) วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล
- 4) วิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลหตุยภูมิยอดขายสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทกรณีศึกษาย้อนหลัง 1 ปี โดยเลือกรายการสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายจำหน่ายปริมาณมากที่สุด 5 รายการสินค้า ได้แก่ 1) เจลว่านทางโซคิว แบบกระปุก ขนาด 100 มิลลิกรัม 2) แผ่นมาสก์หน้าว่านทาง 3) แผ่นมาสก์หน้ามะเขือเทศ 4) เจลว่านทางบาโรเนส แบบซอง ขนาด 100 มิลลิกรัม และ 5) เจลว่านทางลาลิโอ แบบกระปุก ขนาด 300 มิลลิกรัม ข้อมูลเป็นปริมาณยอดขายสินค้าย้อนหลังรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2564 จนถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นสินค้าที่มียอดขายจำหน่ายที่มีปริมาณมากที่สุด 5 อันดับแรก คิดเป็นยอดขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวประมาณ 80% ของทั้งหมดของบริษัทกรณีศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในการจัดจำหน่าย ดังนั้นในแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์จึงมีตัวแบบการพยากรณ์ที่เหมาะสมเฉพาะของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ ดังนี้

1. เจลว่านทางโซคิว แบบกระปุก ขนาด 100 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ มากที่สุด เพราะว่าเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี MAD มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 3,885.33, MSE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 40,031,388 และ MAPE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 10.21% ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด และมีความแม่นยำมากที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธี การหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล และวิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม

2. แผ่นมาสก์หน้าว่านทาง มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วย วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนักมากที่สุด เพราะว่าเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี MAD มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 2,008.42, MSE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 11,933,382 และ MAPE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 9.18% ซึ่งมีค่า

ความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด และมีความแม่นยำมากที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล และวิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม

3. แผ่นมาส์กหน้ามะเขือเทศ มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วย วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล มากที่สุด เพราะเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี MAD มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 364.75, MSE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 165,418 และ MAPE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 18.48% ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด และมีความแม่นยำมากที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก และวิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม

4. เจลวุ้นทางบาโรเนส แบบซอง ขนาด 100 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้มมากที่สุด เพราะเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี MAD มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 364.94, MSE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 277,276 และ MAPE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 29.59% ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด และมีความแม่นยำมากที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก และวิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล

5. เจลวุ้นทางลาลิโอ แบบกระปุก ขนาด 300 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วย วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนักมากที่สุด เพราะเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี MAD มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 682.49, MSE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 1,189,990 และ MAPE มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 50.42% ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด และมีความแม่นยำมากที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล และวิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม

การวิเคราะห์ค่าความคลาดเคลื่อน เป็นการวิเคราะห์ที่สำคัญสำหรับการพยากรณ์ เนื่องจากการพยากรณ์ด้วยวิธีต่างๆ ย่อมเกิดความคลาดเคลื่อน จึงมีความจำเป็นในการศึกษาวิเคราะห์ค่าความคลาดเคลื่อน จากข้อมูลค่าจริงกับค่าพยากรณ์ ซึ่งวิธีหาค่าความคลาดเคลื่อนที่นิยมใช้ ได้แก่ Mean Absolute Deviation (MAD), Mean Squared Error (MSE) และ Mean Absolute Percent Error (MAPE) โดยค่าที่คำนวณได้จะมีการพิจารณาจากการที่ค่าจริงใกล้เคียงกับค่าพยากรณ์ที่สุดหรือทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ซึ่งเป็นค่าเหมาะสมกับการใช้พยากรณ์ให้ได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำ (สุทธิมา ชำนาญเวช, 2556; สุปัญญา ไชยชาญ, 2553) และการหาค่าคลาดเคลื่อนเพื่อตรวจสอบผลลัพธ์จากการพยากรณ์รูปแบบต่าง ๆ เพื่อหาวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการวางแผนการจัดซื้อสินค้าของกรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายสูงสุด 5 อันดับแรกของบริษัทกรณีศึกษา แสดงผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ผลของการคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนของทั้ง 3 วิธี และเปรียบเทียบกับจากการพยากรณ์ทั้ง 4 วิธี

ผลิตภัณฑ์	วิธีการคำนวณ ค่าความ คลาดเคลื่อน	วิธีการหา ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่	วิธีการหาค่าเฉลี่ย เคลื่อนที่แบบ ถ่วงน้ำหนัก	วิธีปรับให้เรียบ แบบเอกซ์ โพเนนเชียล	วิธีการพยากรณ์ โดยใช้แนวโน้ม
1. เจลวุ้นทางโซคิว แบบกระปุก ขนาด 100 มล.	MAD	<u>3,885.33</u>	4,389.16	4,617.35	4,594.65
	MSE	<u>40,031,388</u>	41,351,581	43,201,488	72,964,967
	MAPE	<u>10.21%</u>	12.0%	12.83%	11.60%
2. แผ่นมาส์กหน้า วุ้นทาง	MAD	2,748.67	<u>2,008.42</u>	2,575.78	2,439.03
	MSE	13,146,303	11,933,382	10,139,688	<u>8,856,426</u>
	MAPE	12.39%	<u>9.18%</u>	11.58%	11.13%
3. แผ่นมาส์กหน้า มะเขือเทศ	MAD	418.54	396.20	<u>364.75</u>	555.45
	MSE	227,035	191,524	<u>165,418</u>	413,119
	MAPE	20.82%	19.73%	<u>18.48%</u>	28.37%
4. เจลวุ้นทางบา โรเนส แบบซอง ขนาด 100 มล.	MAD	372.25	371.78	367.54	<u>364.94</u>
	MSE	385,975	330,543	284,695	<u>277,276</u>
	MAPE	30.38%	29.85%	<u>29.59%</u>	33.37%
5. เจลวุ้นทางลาลี โอ แบบกระปุก ขนาด 300 มล.	MAD	781.42	<u>682.49</u>	730.66	1,031.35
	MSE	1,398,949	<u>1,189,990</u>	1,314,334	1,653,663
	MAPE	56.07%	<u>50.42%</u>	53.02%	53.94%

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลิตภัณฑ์เจลวุ้นทางโซคิว แบบกระปุก ขนาด 100 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่มากที่สุด เพราะเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี MAD = 3,885.33, MSE = 40,031,388 และ MAPE = 10.21%

2. ผลิตภัณฑ์แผ่นมาส์กหน้าวุ้นทาง มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนักมากที่สุด เพราะเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี MAD = 2,008.42, MSE = 11,933,382 และ MAPE = 9.18%

3. ผลลัพธ์แผ่นมาสก์หน้ามะเขือเทศ มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียลมากที่สุด เพราะว่าเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี $MAD = 364.75$, $MSE = 165,418$ และ $MAPE = 18.48\%$

4. ผลลัพธ์เจลวุ้นทางบาโรเนส แบบซอง ขนาด 100 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วยวิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้มมากที่สุด เพราะว่าเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี $MAD = 364.94$, $MSE = 277,276$ และ $MAPE = 29.59\%$

5. ผลลัพธ์เจลวุ้นทางลาลิโอ แบบกระปุก ขนาด 300 มิลลิกรัม มีความเหมาะสมกับตัวแบบการพยากรณ์ด้วย วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนักมากที่สุด เพราะว่าเมื่อนำมาคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี $MAD = 682.49$, $MSE = 1,189,990$ และ $MAPE = 50.42\%$

ผลลัพธ์การเปรียบเทียบการคำนวณหาค่าความคลาดเคลื่อนของทั้ง 3 วิธี (MAD , MSE และ $MAPE$) ของทั้ง 5 ผลลัพธ์บำรุงผิวที่ผู้วิจัยเลือกมาทำการวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) พบว่าผลการพยากรณ์ได้ว่าการคำนวณด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก เป็นการพยากรณ์ที่มีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดหรือมีความแม่นยำมากกว่าวิธีอื่นๆ เมื่อเทียบกับวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่, วิธีปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล และวิธีการพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม พิจารณาเกณฑ์จากที่ได้ค่าผลลัพธ์ที่มีความแม่นยำและมีค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด MAD , MSE และ $MAPE$ ทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการวางแผนการจัดซื้อสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่เหลืออีก 15 ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายรวมกันประมาณ 20% ของบริษัทกรณีศึกษาได้

สรุปและอภิปรายผล

การพยากรณ์ความต้องการเพื่อวางแผนการจัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทกรณีศึกษา ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก ได้ผลลัพธ์การพยากรณ์ที่ดีที่สุดและใกล้เคียงกับยอดขายจริง เปรียบเทียบกับการพยากรณ์ในรูปแบบอื่น ๆ การศึกษาวิธีการพยากรณ์ความต้องการสินค้าของกรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว พบว่าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในการจัดจำหน่าย ดังนั้นในแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์จึงมีตัวแบบการพยากรณ์ที่เหมาะสมเฉพาะของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายสูงสุด 5 อันดับแรกของบริษัทกรณีศึกษา แต่เมื่อเปรียบเทียบจาก 5 ผลิตภัณฑ์ที่ได้นำมาทำการพยากรณ์ พบว่าวิธีการพยากรณ์ที่ได้จากวิธีการเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนักให้ค่า MAD , MSE และ $MAPE$ ต่ำที่สุด (อัญภัส เมืองปัน, 2563) แสดงว่า วิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก เหมาะสมกับการวางแผนการจัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทกรณีศึกษา สามารถนำไปจริง และประยุกต์ใช้กับการวางแผนการจัดซื้อสินค้าของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เหลืออยู่ได้ เพื่อลดภาระด้านค่าใช้จ่ายและช่วยลดต้นทุนรวมของบริษัทฯ ทางโลจิสติกส์ได้

จากปัญหาของบริษัทกรณีศึกษาปริมาณยอดขายจำหน่ายสินค้าในอดีต พบว่า การจัดซื้อสินค้าของบริษัทกรณีศึกษา โดยเฉพาะสินค้า เจลวุ้นทางโซคิว กระปุก ขนาด 100 มิลลิกรัม และ แผ่นมาสก์หน้าวุ้นทาง มีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในส่วนของ เงินค่าปรับที่ไม่สามารถทำตามข้อตกลงทำสัญญากันไว้ และมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทกรณีศึกษาอีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า การวางแผน

การจัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทกรณีศึกษามีความสำคัญเป็นอย่างมาก และ ถ้านำเครื่องมือ เทคนิคการพยากรณ์ ไปใช้ในการช่วยตัดสินใจ ช่วยวางแผนการจัดซื้อ และเลือกรูปแบบวิธีการพยากรณ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ตามที่มีการสรุปวิเคราะห์ผลออกมาและนำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้มีแผนการจัดซื้อของบริษัทกรณีศึกษา มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การพยากรณ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการวางแผน และการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานในทุกสาขาอาชีพ (นิภา นิรุตติกุล, 2558)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเทคนิคการพยากรณ์ความต้องการเพื่อวางแผนการจัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทกรณีศึกษา โดยเลือกเฉพาะรายการสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มียอดขายปริมาณมากที่สุด 5 รายการสินค้าของบริษัทเท่านั้น ดังนั้นถ้าในการศึกษาครั้งต่อไปเราควรนำแบบจำลองวิธีการพยากรณ์แบบต่าง ๆ นำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของบริษัทกรณีศึกษาได้ เพื่อช่วยให้การตัดสินใจในการวางแผนการจัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทกรณีศึกษาได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ผลการพยากรณ์ได้ว่าการคำนวณด้วยวิธีการวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก เป็นการพยากรณ์ที่มีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดหรือมีความแม่นยำมากกว่าวิธีอื่นๆ ทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการวางแผนการจัดซื้อสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่เหลืออีก 15 ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายรวมกันประมาณ 20% ของบริษัทกรณีศึกษาได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อความแม่นยำ และมีประสิทธิภาพในการตัดสินใจของผู้ประกอบการมากขึ้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเพิ่มเติมด้วย เช่น ดูจากยอดจำหน่ายสินค้าจากทางออนไลน์ เช่น ห้างสรรพสินค้า การซื้อสินค้าผ่านร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น และยอดจำหน่ายสินค้าจากช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊คเพจ ลาซาด้า ซอปปี้ เป็นต้น นำข้อมูลที่ได้มาพิจารณา โดยแยกออกเป็น 2 ช่องทางดังกล่าว และปรับกลยุทธ์ในการสร้างการแข่งขัน สร้างความได้เปรียบกับคู่แข่งในตลาดที่ขายสินค้าในลักษณะเดียวกันได้

2. ถ้าบริษัทกรณีศึกษามีผลิตภัณฑ์จำนวนมาก ๆ ควรมีแนวทางในการพัฒนาความรู้เรื่องการวิเคราะห์ ด้วยวิธี ABC Analysis เพิ่มเติม เพื่อแยกชุดข้อมูลตามลำดับความสำคัญ และนำข้อมูลที่อยู่กลุ่ม A นำมาทำการวิเคราะห์การพยากรณ์ด้วยวิธีต่าง ๆ ต่อไป

3. การศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและต้องพิจารณาเพิ่มเติมด้วย อาทิ เงื่อนไขการสั่งซื้อของ ซัพพลายเออร์ ปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้ง ปริมาณการสั่งซื้อประหยัดที่สุด ระยะเวลาในการส่งสินค้า และการบริหารสต็อกสินค้า เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ธัญภัส เมืองปิ่น. (2563). *การจัดการการจัดหาในโซ่อุปทาน*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น. 215 หน้า.
- นิภา นิรุตติกุล. (2558). *การพยากรณ์การขาย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มาร์เก็ตเธียร์ออนไลน์. (2564). *ตลาดความงาม: ยุคที่คนต้องใส่หน้ากาก แต่หยุดสวยไม่ได้จริงๆ* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564, จาก : <https://marketeeronline.co/archives/212053>.
- ลักขณา ฤกษ์เกษม. (2558). การพยากรณ์ความต้องการสินค้าสำหรับการวางแผนการผลิต : กรณีศึกษาการผลิตชุดสะอาด. *วารสารปาริชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 28(3), 290-304.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *ตลาดบิวตี้ยังแจ๋ว เก้าเทรนด์ธุรกิจทำเงิน จริงๆ* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2564, จาก : https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEknowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Beauty-Business_Trend.pdf.
- สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย. (2564). *เครื่องสำอางไทยฮอต คนรักสวยรักงามแห่ซ้อป* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564, จาก : <https://thaicosmetic.org/index.php/tcmanews/news-from-media/78-2021-05-24-04-38-48>.
- สาวิตรี รินวงษ์. (2564). *เทรนด์ ‘บิวตี้-เฮลตี้’ แรง ดันเครื่องสำอางไทยโตสวนโควิด* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2564, จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/946592>.
- สุทธิมา ชำนาญเวช. (2556). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒน์.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2553). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. (ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ : พี. เอ. สีสว่าง.
- อนุสรณ์ บุญสง่า. (2559). *การพยากรณ์ความต้องการแว่นตา กรณีศึกษา : ร้านรักแว่น*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์

The Effect of Entrepreneurial Characteristics on Construction Businesses Survival in Kalasin Province

พวงเพ็ชร จุฑาเทียบ^{1*} และอำภาศรี พอค้า²

Puangpet Churutieb^{1*} and Ampasri Phokha²

*Corresponding author, e-mail: pmueynaka1234@gmail.com

Received: 1st February 2023.; Revised: 20th July 2023; Accepted: 30th July 2023

บทคัดย่อ

วิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการของผู้ประกอบธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ 2. ศึกษาความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ 3. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ และ 4. ทดสอบผลกระทบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์จำนวน 120 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความอยู่รอดของธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์มากที่สุด คือ ความสามารถในการปรับตัวในความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางการตลาด รองลงมาคือ ความเข้าใจศักยภาพของธุรกิจตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความมีวิสัยทัศน์ และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ความเข้าใจในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน การมีภาวะผู้นำและความสามารถในการตัดสินใจ และความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้งซึ่งตามลำดับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านความมีวิสัยทัศน์และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความสามารถต่อการปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมการตลาดมีผลกระทบกับความอยู่รอดของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Master degree's Student in Entrepreneurship Management, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Lecturer of Business Administration, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความอยู่รอดของธุรกิจ

Abstract

The objective of this research is 1 to study the characteristics of the entrepreneurs of the construction businesses in Kalasin province, 2 to study the businesses survival of the construction businesses entrepreneurs in Kalasin province, 3 to test the relationship between the entrepreneurial characteristics and the construction businesses survival in Kalasin province, and 4. to test the effect of entrepreneurial characteristics on construction businesses survival in Kalasin province. The research instruments used in gathering data was questionnaire. The sample were 120 construction businesses in Kalasin province. The statistics used in analyzing data were: percentage, mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression. The results revealed that: The construction business entrepreneurs in Kalasin province had the overall opinion on the characteristics of the construction businesses in the high level. The construction business entrepreneurs in Kalasin province had the overall opinion on the business survival in the high level. The entrepreneurial characteristics of construction business in Kalasin province had the relationship with the construction business survival in Kalasin province in the highest level which could be arranged in the descending order as market volatility adaptation, self-knowledge, innovativeness, vision and creation, awareness of the potential return on investment, leadership and ability to management, and insight into the market respectively. The entrepreneurial characteristics in Kalasin province in terms of vision and creation and market volatility adaptation, had the significant impact on business survival at the level of 0.01.

Keywords: Entrepreneurs Characteristics, Business Survival

บทนำ

นับตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมาที่ทั่วโลกได้เผชิญกับการระบาดของเชื้อของไวรัสโควิด19 ปัญหาดังกล่าวได้สร้างความเสียหายแก่ระบบเศรษฐกิจและธุรกิจแทบทุกสาขา องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศโดย ในวันที่ 30 มกราคม 2563 และประกาศให้เป็นโรคระบาดทั่ว ในวันที่ 11 มีนาคม 2563 ณ 10 กันยายน พ.ศ. 2564 ส่งผลข้างเคียงต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ทำให้ต้องมีการปิดประเทศและหยุดกิจกรรมต่างๆ ทางสังคม ล่าสุด ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ประเมินว่าเศรษฐกิจไทยปี 2564 จะหดตัวที่ร้อยละ 5.3 โดยยังมีความเสี่ยงที่เศรษฐกิจไทยจะหดตัวมากกว่านี้ มูลค่าความเสียหาย ณ เมษายน 2564 พบว่า ภาคส่งออกซึ่งมีขนาดใหญ่คิดเป็นร้อยละ 60 ของ GDP หดตัวสูงร้อยละ 16 ขณะที่ภาคท่องเที่ยวซึ่งมีขนาดร้อยละ 17 ของ GDP หดตัวร้อยละ 100 (ฐานเศรษฐกิจ, 2564)

ธุรกิจก่อสร้างเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง เกิดการแพร่ระบาดอย่างหนักในกลุ่มคลัสเตอร์แคมป์คนงานก่อสร้างทำให้รัฐบาลต้องสั่งปิดแคมป์คนงานชั่วคราว เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ เกิดผลกระทบกับธุรกิจก่อสร้างอย่าง

หลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้โครงการชะงัก ลำบาก หากจะฟื้นฟูภาคธุรกิจก่อสร้างอาจต้องใช้เวลา (มติชนออนไลน์, 2564) ธุรกิจก่อสร้างนับเป็นธุรกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมก่อสร้าง อันเป็นอุตสาหกรรมหลัก ของประเทศและงานก่อสร้างเป็นงานที่เป็นศูนย์รวมของบรรดาบุคคลในหลายๆ สาขาอาชีพ อาทิเช่น สถาปนิกวิศวกร ช่างเทคนิคต่างๆ โดยอาศัยการผสมผสานระหว่างเทคนิคต่างๆ ในงานก่อสร้างมาประกอบเข้ากันกับหลักการบริหารงานก่อสร้างโดยมีจุดประสงค์ให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ และเป็นงานที่ต้องทำในที่โล่งแจ้ง เคลื่อนย้ายบุคลากร ไปประกอบการยังถิ่นต่างๆ ได้ตลอดเวลา (จิราภรณ์ บุญยัง, 2559 : 136-148) จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างเป็นจำนวนมาก และได้รับผลกระทบอย่างหนักกับการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในครั้งนี้ ดังนั้น การประกอบธุรกิจให้สามารถอยู่รอดได้ จึงจำเป็นต้องมีผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการบริหารจัดการในงานหรือโครงการที่ดีและมีประสิทธิภาพ จึงจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งต่าง ๆ ในตลาดได้ ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นผู้ที่ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันในระบบธุรกิจทั้งภายในและระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการยังเป็นผู้ลงทุนและผู้บริหารพร้อมกันทั้งสองหน้าที่ การที่ผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้นคุณลักษณะส่วนตัวของผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลมากต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและเป็นแนวพฤติกรรมการทำงานหรือธุรกิจโดยรวม (วุฒิพงษ์ ครอบบัวบานและกัญญามาน อินทวงศ์, 2562 : 85-98) โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurs Characteristic) ที่ทำให้องค์กรอยู่รอดและประสบความสำเร็จ ได้แก่ การมีภาวะผู้นำและความสามารถในการบริหาร (Leadership and Ability to Management) ความมุ่งมั่นพยายาม (Determination) ความมีวิสัยทัศน์ และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Vision and Creation) ความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง (Insight into the Market) ความเข้าใจในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Awareness of Potential Return on Investment) ความเข้าใจศักยภาพของธุรกิจตัวเอง (Self-Knowledge) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) และความสามารถต่อการปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด (Market Volatility Adaptation) เนื่องในภาวะการระบาดของเชื้อโควิด 19 เกิดความผันผวนอย่างหนักต่อสิ่งแวดล้อมทางการดำเนินธุรกิจ หากผู้ประกอบการมีคุณลักษณะดังกล่าวจะทำให้สามารถต่อสู้ หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการ เกิดความอยู่รอดของกิจการซึ่งผลลัพธ์ของการดำเนินธุรกิจที่แสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยวัดได้จากการเพิ่มขึ้นของกำไร ยอดขาย ส่วนแบ่งทางการตลาด การคงอยู่ของลูกค้าเก่า และการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อศึกษาว่าภายใต้ภาวะวิกฤตเช่นนี้ ผู้ประกอบการต้องมีคุณลักษณะเช่นไรถึงจะสามารถจัดการด้านคุณภาพในการบริหารงานก่อสร้างนั้นๆ ให้สามารถดำเนินกิจการและมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้นสามารถนำพาธุรกิจให้อยู่รอดและดำเนินงานอย่างมั่นคง ยั่งยืนต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์
2. ศึกษาความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความอยู่รอดของธุรกิจ

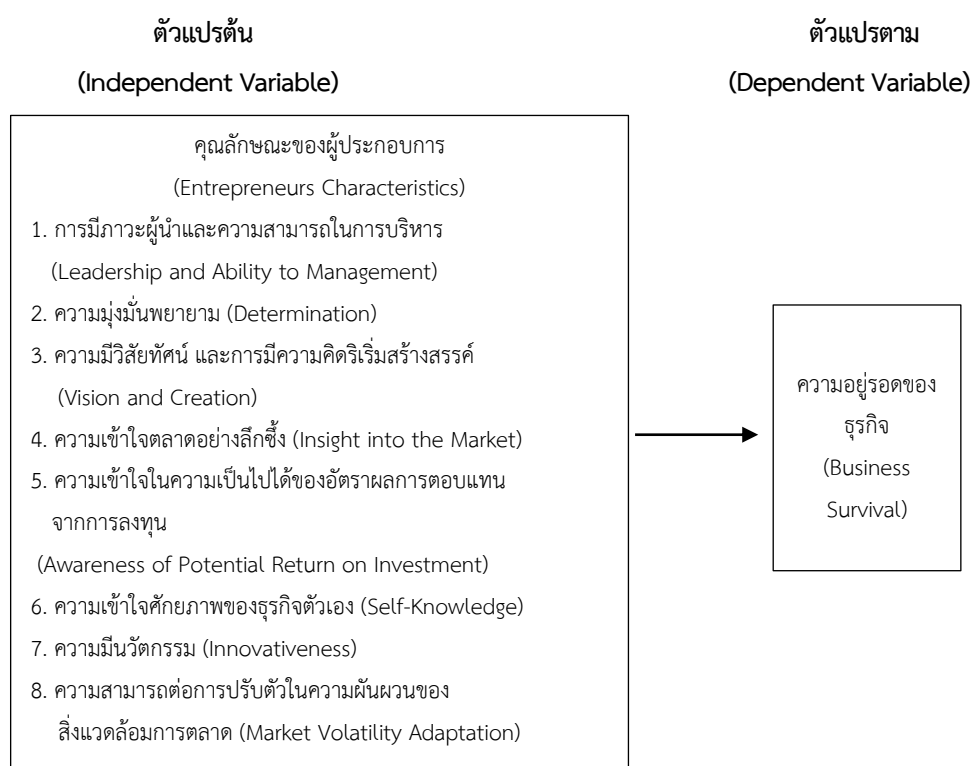
ก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์

4. เพื่อทดสอบผลกระทบของคุณลักษณะผู้ประกอบการต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีคุณลักษณะภาวะผู้นำ (Trait Leadership Theories) ในการรองรับการศึกษา ซึ่งทฤษฎีคุณลักษณะภาวะผู้นำเป็นทฤษฎีที่เน้นการหาคุณลักษณะทั่วไปของผู้นำเพื่อเปรียบเทียบกับบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำ โดยแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของผู้นำ ได้เสนอว่าการที่ผู้นำมีคุณลักษณะที่เหมาะสม และสอดคล้องจะช่วยให้ผู้นำมีแนวโน้มที่จะดำเนินการต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ก็ไม่อาจรับประกันได้แน่นอนว่าจะต้องมีประสิทธิผลทุกกรณี ผู้นำที่มีคุณลักษณะแบบหนึ่งเฉพาะตนอาจมีประสิทธิผลได้ในสถานการณ์หนึ่ง แต่ในอีกสถานการณ์หนึ่งอาจไร้ประสิทธิผลก็ได้ ยิ่งกว่านั้นผู้นำที่มีแบบแผนของคุณลักษณะของตนแตกต่างกัน แต่สามารถที่จะมีประสิทธิผลได้ในสถานการณ์เดียวกันก็ได้ (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2556)

ด้านกรอบแนวคิดการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์กรอบแนวคิดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างจากแนวคิดของสรัสซัย ภัทรบรรเจิด (2554), ชลิตา บุญญา (2559), Lumpkin and Dess (1996) และความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ประยุกต์แนวคิดจาก Sebora et. al., (2009) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยเลือกกิจการธุรกิจก่อสร้างที่ใช้ทุนจดทะเบียนประกอบการไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 1,102 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณเปิดตารางของ Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 43) ที่ความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และคำถามปลายปิด (Close - Ended - Questionnaires) จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้าง ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งระดับความคิดเห็น มีเกณฑ์ในการกำหนดน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามแนวของลิเกิร์ต (Likert, 1970) จำนวน 40 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งระดับความคิดเห็น มีเกณฑ์ในการกำหนดน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามแนวของลิเกิร์ต (Likert, 1970) จำนวน 4 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการศึกษาเพื่อนำมาเป็นข้อมูลและแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลการศึกษาจากข้อ 1) มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาความตรงของเนื้อหา โดยเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรงและความครอบคลุมของเนื้อหาของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา หลังจากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) การใช้ภาษาและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) ซึ่งค่า IOC ที่ได้จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไปจึงแสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความ

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (สมบุญ สิริวงค์ และคณะ, 2552) โดยการศึกษาในครั้งนี้มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 แสดงข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาทดสอบเพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ถึงจะยอมรับได้ (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2550) โดยในงานวิจัยค่าความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.756-0.900 และค่าความเที่ยงตรงจำแนกเป็นรายข้อโดยค่า Factor Loading ต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไปจึงจะผ่านเกณฑ์ (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2550) โดยในงานวิจัยมีค่า Factor Loading มีค่าอยู่ระหว่าง 0.677-0.941 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม มีความเชื่อมั่นและมีความเที่ยงตรงของการวัด

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว มาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนเก็บการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามแบบตอบกลับทางไปรษณีย์ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจธุรกิจก่อสร้าง ในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ในวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564 จำนวน 286 ชุด เมื่อครบ 15 วัน ในวันที่ 9 มีนาคม 2564 ได้รับแบบสอบถามกลับมา 80 ชุด คิดเป็นร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่าง และผู้วิจัยได้ทำการติดตามแบบสอบถามทางโทรศัพท์กับกลุ่มตัวอย่างเดิม เพื่อทำการขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลและขอความอนุเคราะห์ผู้ที่ยังไม่ทำการตอบกลับให้ดำเนินการตอบกลับ โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปใหม่จำนวน 286 ชุด

2. หลังจากนั้นภายใน 1 เดือน ในวันที่ 9 เมษายน 2564 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับ จำนวน 40 ชุด รวมทั้งสิ้นแบบสอบถามที่ได้กลับมา 120 ชุด ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล พบว่ามีข้อมูลครบถ้วนทั้ง 120 ชุด มีแบบสอบถามที่ไปรษณีย์ส่งคืน เนื่องจากย้ายที่อยู่ไม่ทราบที่อยู่ใหม่ จำนวน 15 ชุด ดังนั้นอัตราการตอบกลับแบบสอบถาม คิดเป็น ร้อยละ 41.95 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al. (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าจำนวนขนาดตัวอย่างมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับ Cobanoglu et al. (2001) ที่กล่าวว่าอัตราการตอบกลับของการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ควรอยู่ระหว่างร้อยละ 20-65 จึงยอมรับได้ว่าน่าเชื่อถือ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลาทั้งสิ้น 46 วัน นับจากวันที่ 22 กุมภาพันธ์ ถึง 9 เมษายน 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ลงรหัสข้อมูลในคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) นำเสนอในรูปแบบตารางกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 121-127)

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจก่อสร้างกับความอยู่รอดของธุรกิจ ในจังหวัดกาฬสินธุ์โดยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

3. การวิเคราะห์ผลกระทบของคุณลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจก่อสร้างกับความอยู่รอดของธุรกิจ ในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความอยู่รอดของธุรกิจ(BUS)				
	สัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน (B)	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.)	สัมประสิทธิ์การถดถอยแบบปรับมาตรฐาน (Beta)	t	P -value
ค่าคงที่ (CONSTANT)	0.459	0.439		1.044	0.299
ความมีวิสัยทัศน์ และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (VIC)	0.292	0.091	0.256	3.219	0.002**
ความสามารถต่อการปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมการตลาด (MAV)	0.529	0.095	0.441	5.544	0.000**
F = 28.522 P = 0.000 Adjusted R ² = 0.316					

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์การถดถอยคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์

โดยใช้การวิเคราะห์แบบกำหนดตัวแปรที่ส่งผลกระทบ เข้าไปในสมการทีละตัวตามวิธีการ Stepwise พบว่า

1. ตัวแปรที่นำมาศึกษาทั้ง 2 ตัวแปร มีความสัมพันธ์พหุคูณกับความอยู่รอดของธุรกิจ(BUS) เท่ากับ 0.316 ค่าประสิทธิภาพการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R² = 0.316) แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวแปรรวมกันสามารถอธิบายการผันแปรความอยู่รอดของธุรกิจได้ ร้อยละ 31.60

2. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 2 ตัวแปร และสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เรียงจากตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความผันแปร ในตัวแปรตามในรูปของคะแนนดิบมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

1) ความสามารถในการปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมการตลาด (MAV)

2) ความมีวิสัยทัศน์ และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (VIC)

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์มากที่สุด คือด้านความสามารถในการปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมการตลาด (MAV) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ความอยู่รอดของธุรกิจ สูงขึ้น 0.529 หน่วย รองลงมาคือ ด้านความมีวิสัยทัศน์ และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (VIC) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ความอยู่รอดของธุรกิจสูงขึ้น 0.292 หน่วย ตามลำดับ

ดังนั้น เมื่อทราบค่าคงที่ (a) เท่ากับ 0.459 ทำให้ทราบว่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนดิบและทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐานจึงสามารถสร้างสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$BUS = 0.459 + 0.529 MAV + 0.292 VIC$$

เมื่อ BUS คือ ความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์

สรุปและอภิปรายผล

1. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้าง พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งหมด 8 ด้านโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความมุ่งมั่นพยายาม ความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ความมีวิสัยทัศน์และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมีภาวะผู้นำและความสามารถในการบริหาร ความเข้าใจศักยภาพของธุรกิจตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความเข้าใจในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ความสามารถในการปรับตัวในความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางการตลาด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิพงษ์ ครอบบัวบาน และ กัญญามณ อินทหว่าง (2562 : 85-98) ; สุพจน์ มัสยามาศ และ ศักดิ์ระเกียรติ วรรณชนะปริญญ (2563 : 62-77) ; วิมพิวิภา เกตุเทียน (2556) ; ชลิตา บุญนภา (2559 : 62) และสุรัชย์ ภัทรบรรเจิด (2554) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากในการประกอบการผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่นพยายามที่สูงก่อน จึงจะพยายามในการศึกษาเรียนรู้ มีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งธุรกิจของตนเอง วิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์และความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจ การพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อการแข่งขัน ซึ่งคล้อยกับวสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561) พบว่าผู้ประกอบการที่มีความสามารถและความตั้งใจที่จะหาหนทาง สร้างโอกาสให้แก่ตนเอง เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะบีบบังคับ รวมถึงการเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และกรรมวิธีทางเทคโนโลยีใหม่ๆ จะสร้างให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและความอยู่รอดของธุรกิจ

2. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อความอยู่รอดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจให้ความสำคัญกับกิจการมีการรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้และมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมไว้ได้อย่างมั่นคง และมีการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง ยอดขายของกิจการเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และธุรกิจมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมชัย ฉายวิไชย (2560) พบว่า ความคิดเห็นต่อความอยู่รอดของธุรกิจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าการอยู่รอดของกิจการนั้นขึ้นอยู่กับการรักษาส่วนแบ่งการตลาดคือการรักษากลุ่มลูกค้าเดิมไว้อย่างเหนียวแน่นขณะเดียวกันต้องมีการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ยอดขายของกิจการเป็นไปตามเป้าหมายและมีการขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง คล้อยกับฉันทพร จันทะกุล และคณะ (2561) ที่พบว่ากิจการต้องให้

ความสำคัญในเรื่องของรายได้เพิ่มขึ้นจากการกระตุ้นยอดขายที่เกิดจากลูกค้ารายใหม่และรายเก่า เนื่องจากการเป็นารแสดงถึงกิจกรรมการได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ซึ่งสร้างให้เกิดความสำเร็จทางการตลาดและความอยู่รอดของธุรกิจ

3. คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถต่อการปรับตัวในความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางการตลาด (MAV) มีความมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ คือ ผู้ประกอบการวิเคราะห์หาโอกาสและอุปสรรคเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการตัดสินใจเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมในสถานการณ์นั้น ๆ ได้ ผู้ประกอบการสามารถกำหนดแนวทางในการดำเนินงานทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมทันเวลาในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการสามารถพยากรณ์สถานการณ์การของธุรกิจได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัช ภัทรบรรเจิด (2554) พบว่า ความสามารถต่อการปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด ความสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การให้ความสำคัญกับการปรับตัวโดยต้องใช้ความรู้ความสามารถ เรียนรู้และยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตนเองของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ

4. คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเข้าใจศักยภาพของธุรกิจตัวเอง(SEF) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์เชื่อว่า ผู้ประกอบการที่มีความสามารถวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งของกิจการได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนปรับปรุงจะทำให้จุดอ่อนลดลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการที่มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาจุดด้อยกว่าของกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชลิดา บุญญา (2559 : 69) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการเข้าใจตนเอง มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการพิจารณาตนเองจากการเรียนรู้ที่จะช่วยเหลือตนเองก่อนที่จะขอความช่วยเหลือและการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยการพิจารณาความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อตน

5. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความมีนวัตกรรม (INO) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ เชื่อว่า การที่ผู้ประกอบการเสนอแนะวิธีการแปลกใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการผลิตหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือการบริการให้แก่ลูกค้า การมุ่งเน้นการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดด้วยวิธีการใหม่ๆ การสร้างสรรค์เทคนิคการดำเนินงาน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณ นามวงศ์ และคณะ (2562 : 56-57) ที่พบว่า ความสัมพันธ์ของด้านนวัตกรรมกับความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการจะต้องมีการเรียนรู้และคิดค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้สินค้าและร้านค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น

6. คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีวิสัยทัศน์ (VIC) และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจเนื่องจาก เจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับการมีแผนดำเนินธุรกิจที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในอนาคต และเจ้าของกิจการสามารถมองปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยมุมมองแบบใหม่เพื่อให้เห็นหนทางในการแก้ปัญหาใหม่ๆ ที่ได้มีการวางแผนระยะยาวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเจ้าของกิจการสามารถปรับเปลี่ยนแผนเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วริตา บุญโถม (2562 : 90-103) ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการจะแข่งขันในตลาดได้ ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ การแสดงออกหรือปฏิบัติที่เป็นผลงานออกมาว่าเป็นความคิด

นอกกรอบ และสามารถเชื่อมโยงความคิดหลากหลายออกมาสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่การนำ เทคโนโลยีรวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้ามาใช้ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

7. คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความเข้าใจในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (RET) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจ เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์เชื่อว่า กิจกรรมที่สามารถมีการวางแผนจัดการทรัพยากรอย่างประหยัดมีต้นทุนเหมาะสมและมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าที่สุดและสามารถวางแผนด้านอัตราผลตอบแทนการลงทุนได้อย่างถูกต้องในการดำเนินธุรกิจ ได้รับผลตอบแทนตามที่ต้องการและไม่มีการขาดทุน ทำให้กิจการนั้นอยู่รอดได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชลิดา บุญนา (2559 : 6) พบว่า การตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการเติบโตทางธุรกิจ โดยผู้ประกอบการที่สามารถประเมินสถานการณ์การลงทุนที่อาจจะได้รับความเสี่ยงหรือผลกำไร สามารถควบคุมรายรับรายจ่ายของธุรกิจได้อย่างได้อย่างสม่ำเสมอ

8. คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมีภาวะผู้นำและความสามารถในการบริหาร (LED) ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์มีความมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจเนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ เชื่อว่าหากผู้ประกอบการสามารถหาวิธีการแก้ปัญหาได้แม้ในสถานการณ์ที่ยากต่อการตัดสินใจ สามารถหาวิธีแก้ไขปัญหาด้วยตัวเองก่อนเสมอ มีการวางแผนในการดำเนินงานเพื่อให้เป็นแบบอย่างแก่เพื่อนร่วมงานปรับปรุงตัวเองให้เกิดความเชี่ยวชาญ เพื่อขึ้นธุรกิจ สิ่งใหม่ๆ จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนริศ เพ็ญโกโคย และนุจิ ภาคา สัตย์ (2561:11-12) พบว่า ภาวะผู้นำ ความสามารถในการตัดสินใจและการจัดการความขัดแย้งของสมาชิกในทีมงาน การบริหารจัดการกระบวนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิมพิวภา เกตุเทียน (2560) ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการ การจัดโครงสร้างของสถานประกอบการของผู้ประกอบการให้มีความสะดวกในการติดต่อและมีขั้นตอนการทำงานที่เหมาะสม มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

9. คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง (INS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์เชื่อว่า ผู้ประกอบการที่มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมเพื่อผลตอบแทนที่คุ้มค่าที่สุด การวางแผนการลงทุนได้อย่างถูกต้องจะทำให้ธุรกิจอยู่รอด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชลิดา บุญนา (2559 : 5-6) พบว่า ความเข้าใจในตลาดอย่างลึกซึ้ง มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจเนื่องจากการเข้าใจในกระบวนการทางการตลาดและภาวะทางเศรษฐกิจ การทราบถึงปัญหาต่างๆ รวมถึงวิธีการแก้ไข จะสามารถนำมาปรับใช้ในการลงทุนหรือการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างบรรลุเป้าหมายสูงสุด

10. คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้าน ความมุ่งมั่นพยายาม (DET) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจ แต่ไม่มีความสัมพันธ์แบบมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ เชื่อว่า ความตั้งใจและรับผิดชอบในการทำหน้าที่การทำงานด้วยความเพียรเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวุฒิพงศ์ ครอบบัวบาน และ ภัฏญามน อินท่วง (2562 : 85-98) พบว่า ผู้ประกอบการลงมือทำงานแม้จะมีอุปสรรคหากแต่ไม่ย่อท้อจดจ่อทำงานจนสำเร็จ การทำงานอย่างมีเป้าหมายที่ชัดเจน และการเรียนรู้จากการร่วมมือกับคนอื่น มีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ แต่ขณะเดียวกันการมุ่งมั่นพยายามก็อาจไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ

11. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

11.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถต่อการปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมการตลาด (MAV) มีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีการนำการวิเคราะห์หาโอกาสและอุปสรรค เพื่อนำข้อมูลที่ได้ มาใช้ในการตัดสินใจเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมในสถานการณ์นั้น ๆ ได้ สามารถกำหนดแนวทางในการดำเนินงานทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมทันเวลา ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถพยากรณ์สถานการณ์การของธุรกิจได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัจฉรา กัมเถียว และคณะ (2564) พบว่า ความสามารถต่อการปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด ความสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปมีผลต่อความอยู่รอดของการประกอบธุรกิจ

11.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้าน ความมีวิสัยทัศน์และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (VIC) มีผลต่อ ความอยู่รอดของความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจาก เจ้าของกิจการมีแผนดำเนินธุรกิจที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในอนาคต สามารถมองปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยมุมมองแบบใหม่เพื่อทำให้เห็นหนทางในการแก้ปัญหาได้มีการวางแผนระยะยาวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในปัจจุบันและอนาคตและเจ้าของกิจการสามารถปรับเปลี่ยนแผนเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุพจน์ มัสยามาศ และศักรินทร์ วรรณะประิญา (2563 : 62-77) ที่พบว่า ผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นคุณลักษณะที่ทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม่เพื่อการส่งออกที่ประสบความสำเร็จ

11.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง (INS) ไม่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ปัจจัยด้านผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นควรปรับปรุงการให้ความสำคัญกับการใส่ใจในความต้องการของลูกค้าในภาพรวมให้มากกว่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของชลิดา บุญนา (2559 : 57-58) พบว่า การเข้าใจในกระบวนการทางการตลาดและภาวะทางเศรษฐกิจ ความเข้าใจความต้องการของลูกค้าการทราบถึงปัญหาต่างๆ รวมถึงวิธีการแก้ไข จะสามารถนำมาปรับใช้ในการลงทุนหรือการตัดสินใจจะส่งผลทางธุรกิจได้อย่างบรรลุเป้าหมายสูงสุดแต่เนื่องจากการที่เข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้งเมื่อพิจารณาจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าจำนวน 96 รายหรือร้อยละ 80 มีอายุการดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปี แสดงถึงความเข้าใจต่อตลาดที่มากและธุรกิจมีความอยู่รอด โดยปัจจัยไม่ต่างกันจึงทำให้ความเข้าใจต่อตลาดอย่างลึกซึ้งไม่ส่งผลต่อความอยู่รอดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

11.4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเข้าใจศักยภาพธุรกิจตัวเอง ไม่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ปัจจัยด้านผู้ประกอบการมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาจุดด้อยกว่าของกิจการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นควรปรับปรุงด้านการให้ความสำคัญกับการศึกษาปรับปรุงพัฒนาจุดด้อยของกิจการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลิดา บุญนา (2559 : 57-58) พบว่าผู้ประกอบการพิจารณาตนเองจากการเรียนรู้ที่จะช่วยเหลือตนเองก่อนที่จะขอความช่วยเหลือและศึกษาเรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น พิจารณาความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อตนเองแล้วนำมาปรับปรุงจุดด้อยของตัวเอง จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งจากผลวิจัยพบว่ากิจการมีการประเมินตนเองในระดับเดียวกันจึงทำให้ไม่มีผลต่อความอยู่รอดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

11.5 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความมีนวัตกรรม (INO) ไม่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าปัจจัยด้านการมุ่งเน้นการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

ด้วยวิธีการใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นการปรับปรุงด้านการสร้างจุดเด่นด้วยวิธีการใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณ นามวงศ์ และคณะ (2562 : 54-56) ที่พบว่าผู้ประกอบการจะต้องมีการเรียนรู้และคิดค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้สินค้าและร้านค้ามีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นจะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ด้านความมีนวัตกรรม ไม่ส่งผลต่อความอยู่รอดเนื่องจากร้านค้าธุรกิจก่อสร้างเป็นธุรกิจส่วนตัวและเจ้าของคนเดียวเป็นส่วนใหญ่เป็นธุรกิจซื้อขายไปไม่มีการพัฒนานวัตกรรมเป็นของตนเอง

11.6 คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้าน ความมุ่งมั่นพยายาม (DET) ส่งผลด้านลบต่อความอยู่รอดของธุรกิจ ก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวาสิตา บุญสาธ (2556: 309-312) ที่อธิบายว่า ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานมากจะทำให้เกิดความโลภ และความหลงใหลในการทำงานอาจทำให้มีการขยายการลงทุนจำนวนมาก และขาดความรอบคอบระมัดระวังในการเปลี่ยนแปลงอื่น ซึ่งส่งผลลบต่อธุรกิจ

11.7 คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมีภาวะผู้นำและความสามารถในการบริหาร (LED) ของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์มีผลกระทบเชิงลบกับความอยู่รอดของธุรกิจอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของศิวันันท์ ศิวพิทักษ์ (2560 : 29-39) ได้อธิบายไว้ว่า จากการศึกษากิจการหรือผู้จัดการในองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวพบว่า เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการที่ไม่เปิดโอกาสให้พนักงานในหน่วยงานมีส่วนร่วมนำเสนอข้อคิดเห็นและได้ร่วมวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในการทำงานโดยใช้ข้อมูลและหลักฐานที่น่าเชื่อถือ นอกจากเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการจะให้ความสนใจและสนับสนุนให้มีแล้ว จะส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจ โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านภาวะผู้นำและความสามารถในการบริหาร ไม่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการดำเนินงานธุรกิจก่อสร้างเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว หรือห้างหุ้นส่วนซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัว ซึ่งมีรูปแบบการบริหารการจัดทำแผนไม่ชัดเจนอาจส่งผลทางลบต่อความอยู่รอดทางธุรกิจ

11.8 คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความเข้าใจในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (RET) ของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีผลกระทบเชิงลบกับความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฝนทิพย์ ชาร์โลว และคณะ (2555 : 39- 50) ที่อธิบายว่า การขยายธุรกิจของผู้ประกอบการเมื่อมีเงินทุนมาก ผู้ประกอบการจะขยายธุรกิจโดยศึกษาช่องทางการลงทุนวิเคราะห์ความเป็นไปได้ดูเพียงช่องทางในการขยายธุรกิจถ้ามีเงินทุนและกำลังคนพร้อมแต่ไม่ได้พิจารณาถึงปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม ปัจจัยทางด้านการตลาด ปัจจัยภายในและภายนอกที่ไม่ได้วิเคราะห์ควบคู่กันไป รวมถึงจังหวะเวลาและโอกาสที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการขยายธุรกิจ จะส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีวิสัยทัศน์และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คือ เจ้าของกิจการควรให้ความสำคัญกับการมีแผนดำเนินธุรกิจที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในอนาคต และ เจ้าของกิจการสามารถมองปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยมุมมองแบบใหม่เพื่อทำให้เห็นหนทางในการแก้ปัญหาใหม่ๆ ทั้งได้มีการวางแผนระยะยาวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเจ้าของ

กิจการสามารถปรับเปลี่ยนแผนเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการดำเนินกิจการให้สามารถอยู่รอดต่อไปได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

2. ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถปรับตัวในความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางการตลาด (Market Volatility Adaptation) กล่าวคือ เจ้าของกิจการควรวิเคราะห์หาโอกาสและอุปสรรคเพื่อนำข้อมูลที่ได้ มาใช้ในการตัดสินใจเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมในสถานการณ์นั้น ๆ ได้ เจ้าของกิจการสามารถกำหนดแนวทางในการดำเนินงานทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมทันเวลาในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เจ้าของกิจการสามารถพยากรณ์สถานการณ์การของธุรกิจได้อย่างถูกต้องแม่นยำ เป็นการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจและสร้างให้เกิดความอยู่รอดในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านต่างๆ คือ การมีภาวะผู้นำและความสามารถในการตัดสินใจ ด้านความมุ่งมั่นพยายาม ด้านความมีวิสัยทัศน์และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ด้านความเข้าใจในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ความเข้าใจศักยภาพของธุรกิจตัวเอง ด้านการสร้างนวัตกรรมใหม่ ด้านความสามารถปรับตัวในความผันผวนของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด ดังนั้น ควรมีการศึกษาคุณลักษณะด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมอีกหลายๆ ด้าน การวิจัยในครั้งนี้ส่งผลกระทบเพียงแค่สองด้าน จึงควรให้การทดสอบในจังหวัดที่ใหญ่ขึ้น เพื่อขยายผลการวิเคราะห์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ วิจัยจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรคือเจ้าของธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างในธุรกิจอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ ให้สามารถใช้เป็นแนวทางบริหารธุรกิจให้หลากหลายขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). *ข้อมูลธุรกิจก่อสร้างจังหวัดกาฬสินธุ์ ปี 2563*. กระทรวงพาณิชย์. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2564, จาก : <http://www.dbd.go.th/download>.
- จิราภรณ์ บุญยั้ง. (2559). การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร*, 11(1), 136-148.
- เฉลิมชัย ฉายวิไชย. (2560). *กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจ จำหน่ายวัสดุก่อสร้างขนาดเล็กและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์.
- ชลิตา บุญนา. (2559). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจก่อสร้างในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2564). *วิกฤติเศรษฐกิจจากไวรัสโควิด19*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564, จาก : <https://int.search.myway.com/web?o=1471972&l=dir&qo=serpSearchTopBox&p2=%5EY6%5Exdm007%5ES20164%5ETH&n=78399812&ln=th&q>.

- ณภัทร จันทะกล, จินดารัตน์ ปิณณิ และ คมกริช วงศ์แข. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศกับความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 14 (2), 87-108.
- นริศ เพ็ญโกลาย และนุจรี ภาคาสัตย์. (2561). อิทธิพลของสมรรถนะองค์กรกลยุทธ์ทางธุรกิจภาวะผู้นำและการจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อการเติบโตทางธุรกิจและความอยู่รอดขององค์กรในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 11(2), 1 – 19.
- บุญใจ ศรีสถิตย่นรากร. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไอ อินเตอร์มีเดีย. 568 หน้า.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น. 228 หน้า.
- ฝนทิพย์ ชาริไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และ ไฉ จามรมาน. (2555). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7(1), 20-33.
- มติชนออนไลน์. (2564) ธุรกิจก่อสร้าง [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 29 พฤศจิกายน 2564, จาก : <https://www.matichon.co.th/>.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล (2556). *ภาวะผู้นำ: ทฤษฎี การวิจัย และแนวทางการพัฒนา*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 529 หน้า
- วนิดา บุญโสม. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 8(2), 90-102.
- วรมรรณ นามวงศ์, ประภัสสร วรณสถิต, กัญญพัทธ์ กล่อมธงเจริญ และชัยวัฒน์ ไบไม่. (2019). คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของเจ้าของธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐกรณีศึกษาพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 1(1), 48-59.
- วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakom University, ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 11(1), 2148 – 2167.
- วาสิตา บุญสาธ. (2556). การสร้างความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อนเพื่อนำประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์*, 7(1), 308-354.
- วิมพ์วิภา เกตุเทียน. (2556). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- วุฒิพงศ์ ครอบบัวบาน และกัญญามาน อินทว้าง. (2561). รูปแบบสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเกษตรอินทรีย์. *วารสารปัญญาทัศน์*, 11(1), 113-126.
- ศิวะนนท์ ศิวพิทักษ์. (2560). *ผลกระทบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- สุพจน์ มัธยม และ ศักดิ์ระวีร์ วรวัฒน์ประิณญา. (2563). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อการส่งออก. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 20(1), 62–
77.
- สมบูรณ์ สุริยวงศ์, บุญมี พันธุ์ไทย, เตือนใจ เกตุษา, สุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์, สมจิตรา เรืองศรี และเพ็ญศรี เศรษฐวงศ์ (2552).
การวิจัยและสถิติทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2554). *คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564,
จาก : <http://www.pattanakit.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538705672&Ntype=124>.
- อัจฉรา กิมเถียว, วาสนา สุวรรณวิจิตร และอรจันทร์ ศิริโชค (2564). การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของ
ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราช
ภัฏนครศรีธรรมราช*, 13(2), 160 - 170.
- Aaker, D.A., Kumar, V. and Day, G.S. (2001). *Marketing Research*. (7th Ed). John Wiley and Son Inc : New York.
- Cobanoglu, C., Werde, B. and Moreo, P. J. (2001). A Comparison of Mail, Fax and Web-based Survey Methods.
International Journal of Market Research, 43(4), 405-410.
- Likert, R. N. (1970). A Technique for the Measurement of Attitude. *Attitude Measurement*. Chicago: Ronal
McNally & Company.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G. D. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to
Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Sebora, T.C., Lee, S.M., and Sukasame, N. (2009). Critical Success Factors for E-commerce Entrepreneurship : An
empirical study of Thailand. *Small Business Economics*, 32(3), 303-316.

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา The Development of Website Applications to Promote the Sale of the Senior Citizens Club in Chachoengsao Province

ศุภลักษณ์ สืบสิงห์^{1*} และ จัสดกร หาญบาง²

Suphilak Suebsing^{1*} and Chadkarn Hanbang²

*Corresponding author, e-mail: suphilak.sue@kbu.ac.th

Received: November 13th, 2022.; Revised: May 18th, 2023; Accepted: June 1st, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ให้กับชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้สูงอายุตำบลหนองแขน จังหวัดฉะเชิงเทรา ดำเนินการวิจัยโดยการสำรวจข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกิจกรรมในการฝึกอาชีพ กิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุ และการดำเนินงานของชมรมผู้สูงอายุ เพื่อนำมาออกแบบสร้างเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมฯ โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการประเมินความพึงพอใจของระบบโดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกและคณะกรรมการของชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองแขน จำนวน 60 คน ดำเนินการทดลองโดยใช้เครื่องมือวิจัยด้วย “แบบประเมินความรู้ที่ได้รับหลังจากการอบรมให้ความรู้” การใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ “แบบประเมินต้นแบบเว็บไซต์” โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ และ “แบบประเมินความพึงพอใจการใช้งานเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมฯ” สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินทดสอบระดับความรู้ค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการอบรมเท่ากับ 14.20 และค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังการอบรมเท่ากับ 16.48 ร้อยละของระดับความรู้ที่เพิ่มขึ้น 22% จากสถิติแสดงให้เห็นได้ว่า สมาชิกผู้สูงอายุมีความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายหลังที่ได้รับการอบรม และผลการประเมินความพึงพอใจโดยภาพรวมของสื่อต้นแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ (ช่วงต้นแบบสมบูรณ์) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79) และประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54) ผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สามารถนำไปใช้งานเป็นสื่อต้นแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าได้

¹ อาจารย์สังกัดสาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Lecturer in Digital Business, Faculty of Business Administration, Kasem Bundit University

² อาจารย์สังกัดสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Lecturer in Computer Business, Faculty of Management Sciences, Rajanagarindra Rajabhat University

คำสำคัญ: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อีคอมเมิร์ซ ชมรมผู้สูงอายุ

Abstract

This research aims to disseminate knowledge and understanding of the use of electronic commerce to the elderly club in Chachoengsao province and develop a website prototype for the promotion of products of the Elderly Club. Moreover, the sample was a group of elderly people located at Nong Haen Sub-district in Chachoengsao Province. In this case, it explored the product data obtained from the vocational training activities including of the school activities for the elderly and the operations of the elderly club. After that, it was applied in the design and creating a website to promote the products of the club. In the same way, the system satisfaction assessment model was used by the sample group, and it consisted of sixty members and committees of Nong Haen Sub-District Elderly Club. Thus, the research tool was "knowledge assessment form obtained after the training" on the use of electronic commerce. and "Website Prototype Assessment" by website experts. and "The website satisfaction to promote the club's products". The statistics used in the research were percentage, mean and standard deviation.

According to the results of the knowledge level test, the mean score before the training was 14.20 and the mean score after the training was 16.48. the percentage of knowledge level increased by 22 percent, indicating that the elderly members had a better understanding of electronic commerce after receiving the training., and the overall satisfaction assessment results of Website templates to promote product sales in complete Prototype was showed as ($\bar{x}$ = 4.19, S.D. = 0.79) and the 5 experts ($\bar{x}$ = 4.44, S.D. = 0.54) with the assessment result at a high level to be used as a website template to promote product sales.

Keywords: Electronic Commerce, e-Commerce, Senior Citizens Club

บทนำ

ปัจจุบันวิวัฒนาการทางการแพทย์ที่เจริญก้าวหน้าส่งผลให้อัตราการตายของประชากรโลกลดลงขณะที่อัตราการเกิดของหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยก็ลดลงด้วย ทำให้โครงสร้างประชากรของประเทศไทยเข้าสู่ภาวะประชากรสูงอายุ (population ageing) ซึ่งจากรายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทยพบว่าในปี 2564 มีผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) จำนวน 13,358,751 คน หรือร้อยละ 19.6 ของประชากรทั้งหมด โดย แบ่งเป็นผู้สูงอายุเพศชาย 5,974,022 คน (ร้อยละ 44.7) และผู้สูงอายุเพศหญิง 7,384,729 คน (ร้อยละ 55.3) สำหรับแนวโน้มของผู้สูงอายุ พบว่า

ประเทศไทยมีจำนวนและร้อยละของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยเพิ่มจากร้อยละ 6.8 ในปี 2537 เป็นร้อยละ 19.6 ในปี 2564 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564: 5)

การตระหนักถึงคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งสำคัญ บรรลุ ศิริพานิช (2550: 109) กล่าวว่าการพัฒนาผู้สูงอายุนอกจากการมีสุขภาพที่ดี ยังต้องมีความรู้ ความสามารถ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม การเป็นสมาชิกที่เข้มแข็ง มีโอกาสในการทำงาน และมีเงินในการใช้จ่ายสำหรับสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิต หากสามารถทำได้จะทำให้ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่ทำคุณประโยชน์ให้กับสังคม ได้มากกว่าประชากรในวัยอื่น ๆ

การจัดตั้งกลุ่มชมรมผู้สูงอายุเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการแก้ไข เป็นการรวมกลุ่มของผู้สูงอายุในชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อร่วมกันทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับตนเอง กับสังคมส่วนรวม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ที่จะส่งผลในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (ปนัดดา ยิ้มสกุล และคณะ, 2564: 85) โดยสมาคมสภาผู้สูงอายุแห่งประเทศไทยฯ จึงมีการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของชมรมผู้สูงอายุ เพื่อให้ชมรมมีความเข้มแข็งสามารถดำเนินกิจกรรมที่จะสนับสนุนในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ซึ่งในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา มีชมรมผู้สูงอายุจำนวน 177 ชมรม จาก 11 อำเภอ (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดฉะเชิงเทรา, 2564: 33) จากจำนวนชมรมทั้งหมดในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา มีชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองแวน ในเขตพื้นที่อำเภอนวมสารคาม เป็นชมรมผู้สูงอายุที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องที่เป็นรูปธรรม และจัดอยู่ในชมรมที่มีความเข้มแข็ง มีผลงาน ซึ่งภายในชมรมมีการดำเนินโครงการฝึกอบรมเพื่อให้ผู้สูงอายุร่วมกันทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับตนเองและกับสังคมส่วนรวม

ทีมผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา และพัฒนาศักยภาพของชมรมผู้สูงอายุ โดยเล็งเห็นถึงการดำเนินงานของชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองแวน อรุณ สุวรรณชาติ (2557: 42) ซึ่งระบุไว้ในวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการสนับสนุนการดำเนินโครงการฝึกอบรม และกิจกรรมส่งเสริมอาชีพ โดยกิจกรรมดังกล่าวจะมีการประดิษฐ์ดอกไม้ กระเป๋ เครื่องสาน เครื่องประดับ อาหาร เสื้อผ้า ของใช้ ของแต่งบ้าน และอื่นๆ หลังจากวิทยานิพนธ์ได้มาฝึกอบรมให้กับสมาชิกชมรมเสร็จสิ้น ชิ้นงานที่ทำสำเร็จผู้สูงอายุจะนำมาส่งต่อให้กับชมรม แต่ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ได้จากงานฝีมือของผู้สูงอายุ ไม่มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือมีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่จำกัดมาก คือการขายสินค้า ณ ที่ทำการของชมรมผู้สูงอายุ และงานแสดงสินค้าในกรณีที่มีการจัดงานประจำปี โดยมีเพียงปีละครั้งเท่านั้น

จากกรณีดังกล่าวทางทีมวิจัยจึงมีแนวคิดในการแก้ไขปัญหา คือการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุ โดยนำเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการพัฒนาการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กนกพัชร กอประเสริฐ และพงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น (2561: 111) มีการพัฒนารูปแบบการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับเกษตรกรปลูกผักปลอดภัยโดยการสังเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน ฐานันท์ ตั้งจุจกุล และศิริอร ปุ๋ยรุก (2559: 1449) ได้พัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ในการจัดทำเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าออนไลน์เป็นการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค เป็นการขยายตลาด และจำหน่ายสินค้าออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย

โดยการวิจัยเพื่อศึกษาหารูปแบบการตลาดที่เหมาะสม เกิดจากการประเมินความต้องการต่อการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อช่วยในการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมอาชีพของชมรมได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งการอบรมความรู้และความเข้าใจการใช้งานเว็บไซต์ให้กับชมรมผู้สูงอายุ และได้ต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมการขายสินค้าให้กับกลุ่ม/ชมรมผู้สูงอายุอื่น ๆ ได้ศึกษา พร้อมกับนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรม ขยายเครือข่ายของชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองแห่น ซึ่งเป็นชมรมผู้สูงอายุที่เข้มแข็ง และเป็นທີ່ศึกษาดูงานของชมรมอื่น ๆ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ให้กับชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจการใช้งานต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุฯ

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ กลุ่มชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองแห่น อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา เทคนิคการสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกกลุ่มชมรมผู้สูงอายุ ตำบลหนองแห่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมของสินค้า และให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ประธาน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองแห่น อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 60 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบบสอบถาม ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจจากการอบรมความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ให้กับชมรมผู้สูงอายุ แบบประเมินต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ และแบบประเมินความพึงพอใจการใช้งานต้นแบบเว็บไซต์ (วินา หาญณรงค์ และคณะ, 2563: 790) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นตามที่ได้รับจริง ซึ่งการแปลความหมายตามเครื่องมือ Likert scale (กานดา พูนลาภทวี, 2539: 210)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ทำการศึกษา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสื่อต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยรวบรวมข้อมูล แนวคิด หลักการ วิธีการจากหนังสือ เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำความเข้าใจกับเนื้อหาที่จะทำการวิจัยเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและทำการตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมตามวัตถุประสงค์หรือไม่

3. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity)

จากนั้นรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยใช้สูตรของ IOC ดังนี้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอรรจา ชำนิประศาสน์, 2547: 145)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทนดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

$\sum$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

R แทน คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

+1 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หรือนิยามศัพท์

-1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หรือนิยามศัพท์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หรือนิยามศัพท์

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

ค่า IOC $\geq$.50 หมายความว่า คำถามนั้นตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC $<$.50 หมายความว่า คำถามนั้นไม่ตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ได้เท่ากับ 0.97สามารถนำข้อคำถามไปใช้ได้ เนื่องจากค่า IOC มากกว่า 0.5

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ให้กับชมรมผู้สูงอายุ โดยมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

- 1) ศึกษาการดำเนินงาน และกิจกรรมของกลุ่มชมรมผู้สูงอายุโดยวิธีการสังเกต และการสัมภาษณ์
- 2) จัดทำแบบสำรวจความต้องการการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 3) จัดอบรมเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) โดยใช้สมาร์ทโฟนแสดงขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันการซื้อขายออนไลน์ให้กับชมรมผู้สูงอายุจำนวน 1 ครั้ง ณ โรงเรียนผู้สูงอายุตำบลหนองแห่น โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านอีคอมเมิร์ซ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 40 คน
- 4) การประเมินผลโดยใช้แบบประเมินเพื่อทดสอบระดับความรู้ก่อนและหลังของผู้เข้ารับการอบรม

2. พัฒนาระบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

1) กำหนดความต้องการ โดยการสำรวจความต้องการรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง
2) ออกแบบต้นแบบ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความต้องการเพื่อสร้างต้นแบบ และใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS ในการออกแบบหน้าเว็บไซต์ และ Magento 2.4.5 CMS สำหรับจัดการเนื้อหาในการทำ e-commerce (อำนาจ สุคนธ์, 2552: 83) ในการพัฒนาระบบใช้ภาษา PHP และเชื่อมต่อฐานข้อมูลด้วย MySQL (จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา และธิดาภัทร อนุชาญ, 2559: 1415)

3) นำต้นแบบไปใช้ โดยทดสอบต้นแบบกับกลุ่มตัวอย่างและประเมินผลต้นแบบเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์จำนวน 5 คน

4) ปรับแต่งต้นแบบ โดยการนำความเห็นและผลประเมินจากการนำต้นแบบไปทดลองใช้มาปรับปรุงต้นแบบให้สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น แล้วจึงนำไปใช้งาน

3. ประเมินความพึงพอใจการใช้งานต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุ

ทดสอบต้นแบบเว็บไซต์โดยการประเมินความพึงพอใจการใช้งานต้นแบบ โดยทดลองใช้ต้นแบบจากสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ จำนวน 60 คน โดยแบบสอบถาม



รูปที่ 1 ประสานงานเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองแขน

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการกำหนดแหล่งข้อมูล คือ แหล่งปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ตามวัตถุประสงค์ของการใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดเก็บข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ประสานงานกับผู้นำชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองแขน อำเภอนมสาร จ.ฉะเชิงเทรา เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยส่งและรับกลับคืนด้วยตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงวิธีการตอบแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามได้เกิดความเข้าใจ

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การพรรณนาข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าความถี่ (frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (percentage) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการอบรม และ ค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังการอบรม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินต้นแบบเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ ประกอบด้วย 10 ด้าน ได้แก่ การใช้งาน ความสวยงาม ความชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ ข้อมูลสินค้า การติดต่อ ข้อมูลบทความสาระความรู้ ความเข้าใจหลักการพื้นฐานการใช้งาน การสั่งซื้อการชำระเงิน ความสามารถในการใช้งาน โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำเสนอข้อมูลในแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลดำเนินการวิจัย

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้งานสื่อต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 11 ด้าน คือ การใช้งาน ความสวยงาม ความชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ ข้อมูลสินค้า การติดต่อ ข้อมูลบทความสาระความรู้ ความเข้าใจหลักการพื้นฐานการใช้งาน การสั่งซื้อการชำระเงิน ความสามารถในการใช้งาน และความพึงพอใจในสื่อต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำเสนอข้อมูลในแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลดำเนินการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้

1. สรุปการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ให้กับชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ และมีการประเมินผลการฝึกอบรมความรู้เชิงปฏิบัติการการประเมินผลโดยใช้แบบประเมินเพื่อทดสอบระดับความรู้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการอบรม และ ค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังการอบรม ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือระดับความรู้ของสมาชิกชมรมฯ เป้าหมายความสำเร็จ คือสมาชิกชมรมฯได้รับความรู้ และความเข้าใจในการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการอบรม และค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังการอบรม (n=40)

คะแนนทดสอบ	n	Mean	S.D.	t-value	Sig.
ก่อนการอบรม	40	13.52	3.33	-9.08	0.00**
หลังการอบรม	40	16.52	1.33		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

2. สรุปการพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์จำนวน 5 คน

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ต่อสื่อต้นแบบการขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (n=5)

หัวข้อ	ระดับการประเมิน		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. ต้นแบบใช้งานง่าย สามารถเพิ่มลบแก้ไขได้	4.40	0.55	มาก
2. ความสวยงามของสื่อต้นแบบ	4.80	0.45	มากที่สุด
3. ขนาดตัวอักษรสื่อต้นแบบมีความชัดเจน	4.20	0.45	มาก
4. สื่อต้นแบบตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ	4.20	0.45	มาก
5. ข้อมูลสินค้ามีความเหมาะสม	4.20	0.84	มาก
6. ข้อมูลการติดต่อสอบถามมีความถูกต้อง	4.60	0.55	มากที่สุด
7. ข้อมูลบทความสาระความรู้	3.80	1.10	มาก
8. เข้าใจหลักการพื้นฐานการใช้งาน	4.40	0.55	มาก
9. ขั้นตอนการสั่งซื้อการชำระเงินไม่ซับซ้อน	4.40	0.55	มาก
10. ท่านสามารถใช้งานสื่อต้นแบบการขายสินค้าออนไลน์นี้ได้	4.80	0.45	มากที่สุด
11. ท่านพอใจในสื่อต้นแบบการขายสินค้าออนไลน์	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.44	0.54	มาก

3. สรุปการประเมินความพึงพอใจการใช้งานต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้ปรับสื่อต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หลังจากที่ได้รับคำแนะนำและการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ การวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการประเมินผลความสำเร็จของสื่อต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ดังต่อไปนี้

- 1) การประเมินผลความพึงพอใจของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2) ตัวชี้วัดความสำเร็จคือระดับความพึงพอใจของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุที่มีต่อสื่อต้นแบบอิเล็กทรอนิกส์

3) เป้าหมายความสำเร็จคือสมาชิกชมรมผู้สูงอายุมีความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับคะแนนไม่น้อยกว่า ค่าเฉลี่ย 3.51

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อสื่อต้นแบบการขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (n=60)

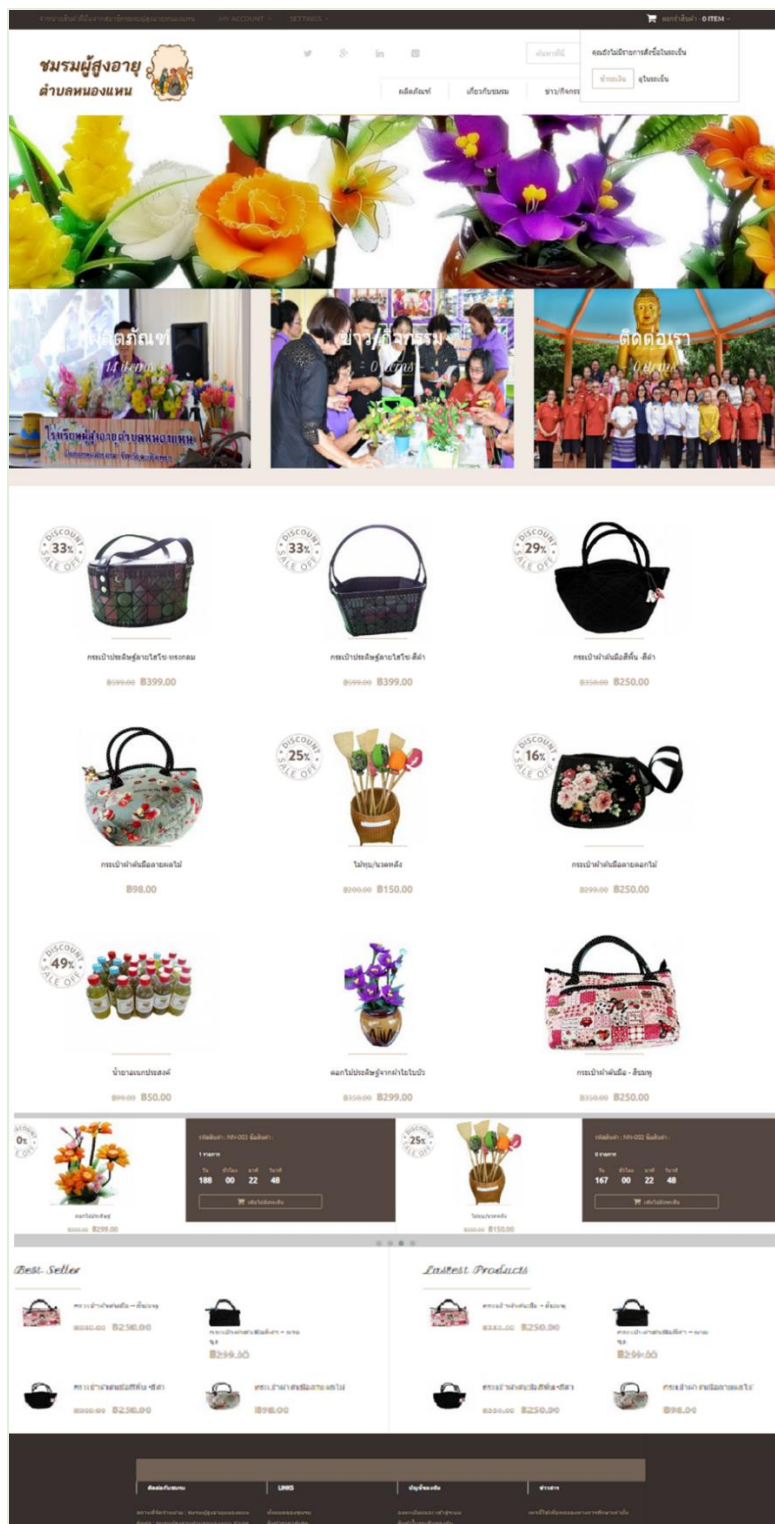
หัวข้อ	ระดับการประเมิน		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. ต้นแบบใช้งานง่าย สามารถเพิ่มลบแก้ไขได้	4.30	0.77	มาก
2. ความสวยงามของสื่อต้นแบบ	4.28	0.74	มาก
3. ขนาดตัวอักษรสื่อต้นแบบมีความชัดเจน	4.20	0.86	มาก
4. สื่อต้นแบบตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ	4.37	0.74	มาก
5. ข้อมูลสินค้ามีความเหมาะสม	4.33	0.77	มาก
6. ข้อมูลการติดต่อสอบถามมีความถูกต้อง	4.22	0.92	มาก
7. ข้อมูลบทความสาระความรู้	4.60	0.72	มากที่สุด
8. เข้าใจหลักการพื้นฐานการใช้งาน	4.32	0.77	มาก
9. ขั้นตอนการสั่งซื้อการชำระเงินไม่ซับซ้อน	3.98	0.95	มาก
10. ท่านสามารถใช้งานสื่อต้นแบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์นี้ได้	3.68	0.85	มาก
11. ท่านพอใจในสื่อต้นแบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์	3.83	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.19	0.79	มาก

สรุปและอภิปรายผล

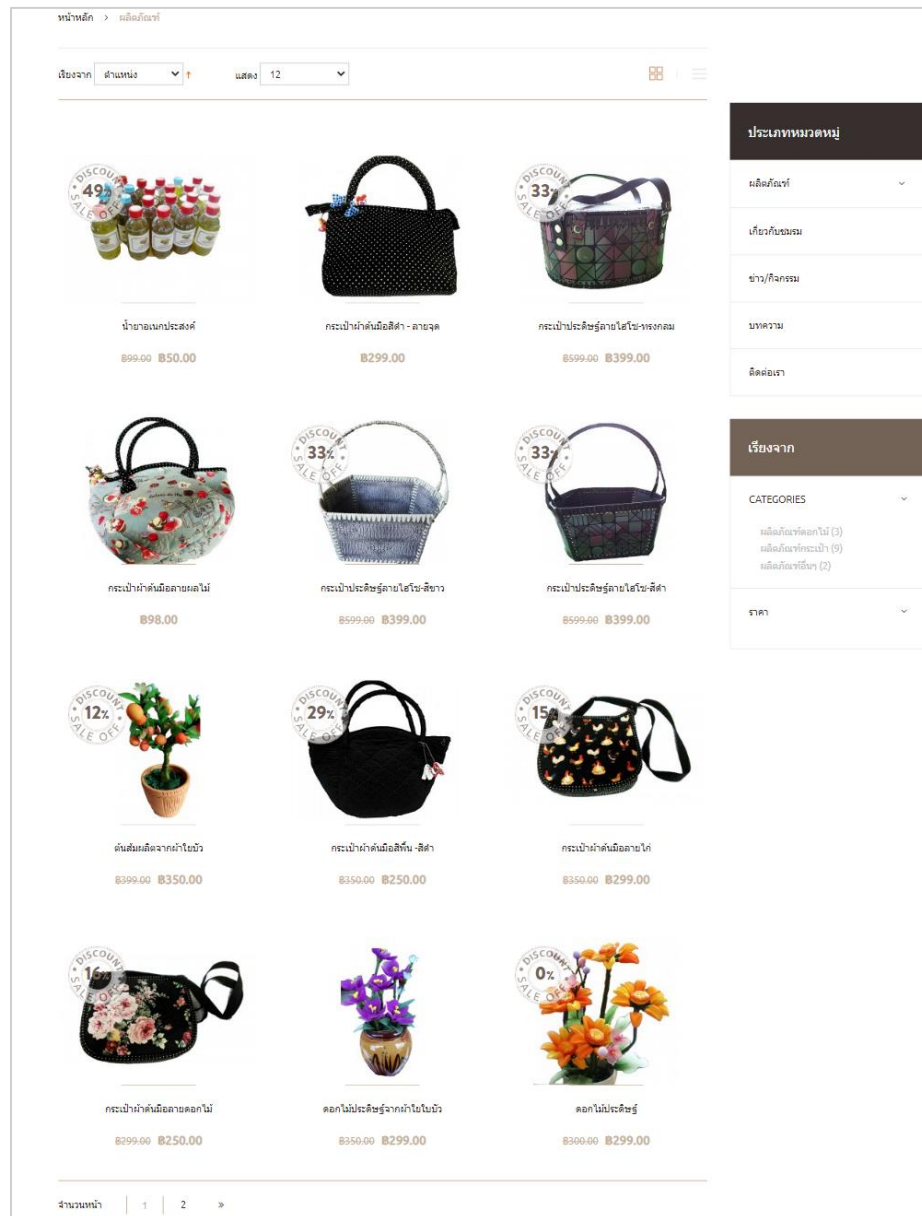
งานวิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 หัวข้อดังนี้

1. การอภิปรายผลการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ให้กับชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการ การใช้สมาร์ทโฟนในการใช้งานแอปพลิเคชันซื้อขายออนไลน์ให้กับสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราโดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 40 คน ผลการประเมินทดสอบระดับความรู้ค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการอบรมเท่ากับ 14.20 และ ค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังการอบรมเท่ากับ 16.48 โดยมีร้อยละของระดับความรู้ที่เพิ่มขึ้น 22% จากสถิติแสดงให้เห็นได้ว่าสมาชิกผู้สูงอายุมีความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นภายหลังที่ได้รับการอบรม การให้ความรู้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เมื่อผู้สูงอายุมีความรู้ความเข้าใจสามารถใช้งานระบบซื้อขายออนไลน์ได้นั้น สมาชิกชมรมผู้สูงอายุจะสามารถเข้าใจกระบวนการทำงานของต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมได้ดียิ่งขึ้น



รูปที่ 2 ต้นแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา



รูปที่ 3 แสดงภาพสินค้าที่มีการจำหน่ายบนเว็บไซต์

2. การอภิปรายผลการพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา มีการออกแบบระบบดังรูปที่ 2 โดยแสดงหน้าหลักของเว็บไซต์ ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนหัวเว็บเพจ (header) แสดงแบนเนอร์ เมนูหลัก เกี่ยวกับชมรม ข่าว/กิจกรรม ตะกร้าสินค้า วิธีการชำระเงิน ติดต่อเรา ในส่วนของเนื้อหา (content) แสดงสินค้าทั้งหมด มีฟังก์ชันในการชมขยายรูปสินค้าได้หลากหลายมุมมองสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าดังรูปที่ 3 ส่วนท้าย (footer) แสดงโปรโมชั่น สินค้าที่เคยเยี่ยมชม ในส่วนของระบบชำระเงิน เมื่อลูกค้ายืนยันการสั่งซื้อ ระบบจะให้กรอกข้อมูลการจัดส่งและเลือกวิธีการชำระเงิน และในส่วนของระบบหลังร้านจะเป็นการจัดการข้อมูลทั้งหมด เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลสินค้า การตั้งค่าการจัดส่ง การชำระเงิน การปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงผลหน้าเว็บไซต์ (อัญชลี บุญอ่อน, 2553: 87) โดยการออกแบบการแสดงผลหน้าเว็บไซต์จะใช้สีและขนาดที่มองเห็นชัด ออกแบบสีพื้นหลังเป็นสีอ่อน ลวดลายน้อย เนื้อหาและข้อความที่ไม่มากเกินไป รูปแบบอักษรมาตรฐาน รูปภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา อยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย สำหรับผู้สูงอายุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิริินทร์ โรมาลี และภัสสร สังข์ศรี, 2563: 127)

ผลของการออกแบบสื่อต้นแบบการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ ประเมินผลการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์จำนวน 5 คน ซึ่งผลประเมินโดยรวม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54) ผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ดังแสดงในตารางที่ 2) สามารถนำไปใช้งานเป็นสื่อต้นแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าได้ โดยการทำงานของต้นแบบเว็บไซต์สามารถค้นหาข้อมูลสินค้าตามชื่อสินค้า ประเภทสินค้า สามารถคลิกสั่งซื้อ รีวิวสินค้า หรือส่งข้อความสอบถามผู้ดูแลเว็บไซต์ได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยการพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับ OTOP 3-5 ดาว (แอนนา พายุพัด และคณะ, 2558: 45)

3. การอภิปรายผลการประเมินความพึงพอใจการใช้งานต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุ

เมื่อผู้วิจัยได้นำข้อมูลการประเมินผลและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในช่วงของการออกแบบไปปรับปรุงและพัฒนาในด้านของการใช้งาน การจัดรูปแบบ การเพิ่มสินค้า การจัดการหมวดหมู่ การเพิ่มแก้ไขบทความ ให้มีการใช้งานได้ง่ายขึ้น และมีการนำไปทดลองใช้ก่อนประเมินความพึงพอใจการใช้งานของกลุ่มสมาชิกและคณะกรรมการของชมรมผู้สูงอายุ ทำให้การประเมินความพึงพอใจหลังจากการใช้งานอยู่ในระดับมาก (ดังแสดงในตารางที่ 3)

ผลการประเมินค่าเฉลี่ยโดยรวมทุกประเด็นโดยคณะกรรมการและสมาชิกชมรมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.19, S.D. = 0.79) (ดังแสดงในตารางที่ 3) เกินเป้าหมายความสำเร็จที่กำหนดไว้ คือสมาชิกชมรมผู้สูงอายุมีความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระดับคะแนนไม่น้อยกว่า ค่าเฉลี่ย 3.51 โดยแยกเป็นประเด็นต้นแบบใช้งานง่าย สามารถเพิ่มลบแก้ไขได้อยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.30, S.D. = 0.77) ด้านความสวยงามของสื่อต้นแบบอยู่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.28, S.D. = 0.74) ขนาดตัวอักษรสื่อต้นแบบมีความชัดเจนอยู่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20, S.D. = 0.86) เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการออกแบบโดยใช้สีและขนาดที่มองเห็นชัดเจน เนื้อหาและข้อความที่ไม่มากเกินไป รูปแบบอักษรมาตรฐานอ่านง่ายและชัดเจน สื่อต้นแบบตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการอยู่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.37, S.D. = 0.74) ข้อมูลสินค้ามีความเหมาะสมอยู่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33, S.D. = 0.77) ข้อมูลการติดต่อสอบถามมีความถูกต้องอยู่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.22, S.D. = 0.92) ข้อมูลบทความสาระความรู้สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขได้อยู่ที่

ระดับมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย = 4.60, S.D. = 0.72) เข้าใจหลักการพื้นฐานการใช้งานอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.32, S.D. = 0.77) ขั้นตอนการสั่งซื้อการชำระเงินไม่ซับซ้อนอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=3.98, S.D. = 0.95) ท่านสามารถใช้งานสื่อต้นแบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์นี้ได้อยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.68, S.D. = 0.85) ท่านพอใจในสื่อต้นแบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์อยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.83, S.D. = 0.67)

เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการฝึกอบรมการใช้งานระบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้กับสมาชิกและคณะกรรมการของชมรม จึงทำให้สามารถใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างคล่องแคล่วมากยิ่งขึ้น จึงส่งผลให้ความพึงพอใจของสมาชิกและคณะกรรมการของชมรมที่มีต่อสื่อต้นแบบมีระดับที่สูงขึ้น คือ การสร้างระบบที่การใช้งานง่ายไม่ซับซ้อนให้เหมาะกับผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุต้องมีอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้เพื่อสร้างแรงจูงใจในการใช้งาน และต้องมีการฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติวิธีการใช้งานแก่ผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภัทรา สุขะสุนนท์ และคณะ, 2564: 73)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ให้กับชมรมผู้สูงอายุ
 - 1) ควรฝึกสอนให้ผู้สูงอายุซื้อขายสินค้าโดยใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนแบบตัวต่อตัวในการซื้อขายสินค้า
 - 2) ควรจัดอบรมความรู้การใช้งานแอปพลิเคชันการซื้อขายออนไลน์ที่หลากหลายแพลตฟอร์ม เพื่อฝึกการใช้งาน และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้สูงอายุในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายออนไลน์ ส่งเสริมในการสร้างกิจกรรมของผู้สูงอายุ
 - 3) ควรจัดการอบรมหรือจัดกิจกรรมโดยมีผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประสบความสำเร็จในการขายออนไลน์มาให้คำแนะนำ ในการสร้างแรงจูงใจในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออนไลน์
2. การพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
 - 1) ควรมีการเพิ่มเติมในด้านการชำระเงินให้มีความหลากหลาย สามารถเลือกชำระผ่านบัตรเครดิตหรือแบบอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการชำระเงิน
 - 2) ควรมีระบบแจ้งเตือนลูกค้าผ่านโทรศัพท์มือถือในด้านการแจ้งผลการชำระเงิน หรือการติดตามสถานะพัสดุ
 - 3) การอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ เช่นการอัปเดตสินค้า การโอบรับความ ผู้ดูแลระบบควรมีความรู้ด้านไอที หรือผ่านการอบรมการใช้งานเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า
 - 4) ควรมีการฝึกเทคนิคในการถ่ายรูปสินค้า การแต่งภาพสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และเพิ่มความน่าสนใจให้กับสินค้า เพื่อนำไปใช้อัพเดทเว็บไซต์ กิตติ สิริพัลลภ (2543: 43) กล่าวว่า การขายสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องมีการเปลี่ยนแปลง และปรับเว็บไซต์ให้เป็นที่น่าสนใจตลอดเวลา หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงจะทำให้ลูกค้าเลิกสนใจเว็บไซต์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการนำต้นแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุไปใช้งาน

1. ควรนำไปประยุกต์ใช้กับระบบการขายสินค้าที่มาจากงานฝีมือหรือกิจกรรมที่ผู้สูงอายุได้ผลิตขึ้นในกลุ่มหรือชมรมผู้สูงอายุอื่นๆ ถ้าหากมีการพัฒนาระบบการขายอย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถนำไปปรับใช้กับสินค้าที่มีความหลากหลาย และเป็นอีกหนึ่งช่องทางให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้

2. ควรเพิ่มเติมในส่วนของคุณลักษณะที่เป็นภาษาอังกฤษเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสู่ลูกค้าชาวต่างชาติให้เป็นที่รู้จัก และแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

3. ควรพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ให้สามารถรองรับการใช้งานบนอุปกรณ์ที่หลากหลาย โดยแสดงผลภาพหรือเมนูได้อย่างละเอียดของจอภาพทุกขนาด

กิตติกรรมประกาศ

ทุนสนับสนุนการดำเนินงานวิจัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ สิริพลสม. (2543). การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing). *วารสารบริหารธุรกิจ*, 23(87), 43-56.
- กนกพัชร กอประเสริฐ และพงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น. (2561). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับห่วงโซ่คุณค่า ผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 23(3), 111-121.
- กานดา พูนลาภทวี. (2539). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : พิสิษฐ์เซ็นเตอร์. 210 หน้า.
- จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา และธิดาภัทร อนุชาญ. (2559). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้ากระจุذبานทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 7*, 23 มิถุนายน 2559. 1415-1426. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- บรรลุ ศิริพานิช. (2550). *คู่มือผู้สูงอายุ : ฉบับเตรียมตัวก่อนสูงอายุ (เตรียมตัวก่อนเกษียณการงาน)*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน. 152 หน้า.
- ปนัดดา ยิ้มสกุล, วิไล ตั้งจิตสมคิด, วาสนา เพิ่มพูล, นฤมล ปภัสสรานนท์ และวาสนา สังข์พุ่ม. (2564). การสร้างนวัตกรรมเสริมพลังเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเข้าสู่ยุคสังคมสูงวัยในทศวรรษหน้าโดยใช้ชุมชนและสถานศึกษาเป็นฐาน. *วารสารวิจัยราชภัฏธนบุรีรับใช้สังคม สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 7(1), 85-100.
- ภัทรา สุขะสุคนธ์, สุชีลา ศักดิ์เทวิน และธัญพร ศรีดอกไม้. (2564). แนวทางการสร้างได้แก่ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23 (2), 73-82.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2547). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดีการพิมพ์จำกัด. 233 หน้า.

- วีณา หาญณรงค์, ธัชตะวัน ชนะกุล, วันทนา ทองโคตร, ลลิตา บานย้าต และธิปทิวา เกตุทองดี. (2563). การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านต้นหยงพัฒนา ตำบลต้นหยงโป อำเภอเมือง จังหวัดสตูล. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11*, 17 กรกฎาคม 2563. 790-801. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ศิรินทร์ รอมาลี และภัสสร สังข์ศรี. (2563). การพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุตามแนวทางที่ทุกคนเข้าถึงได้ (WCAG) และหลักการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design). *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 17(2), 127-135.
- สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดฉะเชิงเทรา. (2564). *รายงานสถานการณ์ทางสังคมจังหวัดฉะเชิงเทรา 2564 : กระบวนการพัฒนาสังคมและความมั่นคงมนุษย์*. 83 หน้า .
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *การสำรวจประชากรสูงอายุของประเทศไทย พ.ศ.2564*. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 193 หน้า.
- ฐานันท์ ตั้งจุฑา และศิริอร ปุ๋ยรุก. (2559). การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา : www.okbatik.com. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 7*, 23 มิถุนายน 2559. 1449-1460. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- อรุณี สุวรรณชาติ. (2557). *การดำเนินงานของชมรมผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาชมรมผู้สูงอายุ ตำบลหนองแห่น อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธาณสุขศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.
- อำนาจ สุกนเขตร์. (2552). ระบบจัดการเนื้อหาของเว็บไซต์ Content Management System. *วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*. 20(1), 83-90.
- แอนนา พายุพัด, ฐิตะแก้ว ศรีสด และจักร วงษ์คำชัย.(2558). *การพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับ OTOP 3-5 ดาว*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- อัญชลี บุญอ่อน. (2553). *การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทไอซีซี จำกัด(มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม กรณีศึกษา : การพัฒนาการเรียนรู้การแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัด
เชียงราย

Social Return on Investment Case Study : Learning Development in Emergency
Medicine in Chiang Rai Province

เกรียงศักดิ์ ยุทธโท^{1*}, นิโรจน์ สินณรงค์², ธรณชนก เพชรานนท์³, กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิช⁴
Kriengsak Yutto^{1*}, Nirote Sinnatong², Thanchanok Bejrananda³, Kittawit Autchariyapanitkul⁴

*Corresponding author, e-mail: gto_winter@hotmail.com

Received: August 10th 2022; Revised: May 18th 2023; Accepted: May 30th 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment) กรณีศึกษา การพัฒนาการเรียนรู้การแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย โดยการใช้ผลลัพธ์ด้านสังคม (social impact) เพื่อประเมินผลกระทบการดำเนินการต่อการลงทุนไป 1 บาท โดย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียน จำนวน 275 คน ครู 25 คน ผู้ปกครอง 275 คน โรงเรียนที่เข้าร่วมขยายเครือข่ายกิจกรรม จำนวน 25 โรงเรียน หน่วยงานภาครัฐ 2 แห่ง โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive selection) จากผู้เข้าร่วมโครงการ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินกิจกรรม ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือน มกราคม-ธันวาคม 2563 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI): กรณีศึกษา การพัฒนาการเรียนรู้การแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย พบว่า มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมที่คำนวณ เท่ากับ 28.43 บาท ความหมายถึงงบประมาณโครงการในทุกๆ 1 บาทที่ดำเนินการพัฒนาการเรียนรู้การแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย จะได้ผลตอบแทนคืนมา 28.43 บาท มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 24,756,436.63 บาท

คำสำคัญ: การแพทย์ฉุกเฉิน ผลตอบแทนทางสังคม ผลลัพธ์ด้านสังคม

Abstract

The purpose of this research was to assess the social return on investment, a case study of learning development in emergency medicine in Chiang Rai Province by using social impact to evaluate the impact of the action to create social results per 1 baht invested. The sample group consisted of 275 students, 25 teachers, 275 parents, 25 schools participating in expanding

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

PhD student, applied economics program, Faculty of economics, maejo university

²⁻⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Assistant professor, Faculty of Economic, Maejo University

the activity network and 2 government agencies by purposive selection from project participants. Data collection was operated by using questionnaires and interviews with stakeholders in activities. The research was conducted from January to December 2020. Social Return on Investment (SROI): A Case Study of Emergency Medicine Learning Development in Chiang Rai Province found that the value of social return was 28.43 baht. It meant every 1 baht spent on emergency medicine learning development in Chiang Rai province will get a return 28.43 baht instead with a net value 24,756,436.63 baht.

Keyword: Emergency Medicine, Social Return on Investment, Social Impact

บทนำ

ศูนย์วิจัยเพื่อสร้างเสริมความปลอดภัยและป้องกันการบาดเจ็บในเด็ก โรงพยาบาลรามาธิบดี เปิดเผยว่า ผลการเฝ้าระวังความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุและการบาดเจ็บในเด็กในรอบทศวรรษ (ปี พ.ศ. 2546-2556) มีเด็กเสียชีวิตจากอุบัติเหตุและการบาดเจ็บ 34,877 คน การเสียชีวิตลดลงจาก 3,730 คน ในปี พ.ศ. 2545 เหลือ 2,636 คน ในปี พ.ศ. 2556 โดยสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 1 คือ การจมน้ำในเด็กอายุตั้งแต่ 1-9 ปี ซึ่งเด็กวัยนี้มักจมน้ำตายในบ้านขณะผู้ดูแลอยู่ใกล้แต่เผลอเผลอชั่วขณะ เด็กระดับประถมศึกษา อายุ 5-9 ปี มักจมน้ำตายในแหล่งน้ำในชุมชนหรือเส้นทางจากบ้านไปโรงเรียน ส่วนสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 2 คือ อุบัติเหตุจราจร โดยปี พ.ศ. 2545 เด็กวัย 1-14 ปี เสียชีวิต 827 ราย และจำนวน 670 ราย ในปี พ.ศ. 2556 เด็กวัย 1-9 ปี มีอัตราการเสียชีวิตลดลง ขณะที่เด็กวัย 10-14 ปี มีอัตราการตายสูงขึ้นร้อยละ 12 สาเหตุหลักเป็นรถมอเตอร์ไซด์ทั้งขับซีก่อนวัย เมาแล้วขับ ขับเร็ว และไม่ใส่หมวกนิรภัย ซึ่งจากการสำรวจความปลอดภัยในเด็กใน 9 จังหวัดทั่วประเทศ พบว่าเด็กไม่ใส่หมวกนิรภัยถึงร้อยละ 93.2 และการสำรวจเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า มีพฤติกรรมขับซีก่อนวัยถึงร้อยละ 57.6 และสาเหตุการเสียชีวิตอันดับที่ 3 ของกลุ่มเด็กเล็กคือ การสำลักสิ่งต่างๆ เข้าหลอดลม เส้นสายรัดคอใบหน้าหรือทางเดินหายใจถูกกดทับ 35-50 ราย/ปี และการพลัดตก 10-20 ราย/ปี ส่วนกลุ่มเด็กโตคือ ไฟฟ้าดูด 70-100 ราย/ปี (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ, 2557) นอกจากนี้ มูลค่าของอุบัติเหตุเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 545,435 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) แม้ว่าอุบัติเหตุทางถนนก่อเกิดความสูญเสียที่มีมูลค่ามหาศาล คนไทยจำนวนมากก็ยังขาดความตระหนักรู้ถึงภัยจากอุบัติเหตุทางถนนต่อตนเองและสังคมโดยรวม สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (Thailand Development Research Institute: TDRI) (2560) ได้คำนวณมูลค่าความสูญเสียจากการเสียชีวิตและบาดเจ็บสาหัสจากอุบัติเหตุจราจรจากพื้นที่ในจังหวัดสระบุรี ด้วยวิธีการประเมินความเต็มใจที่จะจ่ายในการลดอุบัติเหตุทางถนนของคนในพื้นที่พบว่า การเสียชีวิตมีมูลค่าเท่ากับประมาณ 10 ล้านบาทต่อราย ในขณะที่การบาดเจ็บสาหัสมีมูลค่าเท่ากับประมาณ 3 ล้านบาทต่อราย โดยสรุปแล้วประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเกิดอุบัติเหตุทางถนนจำนวนมากทำให้เกิดความสูญเสียที่คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจราว 5 แสนล้านบาทต่อปี สถิติผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ ปี พ.ศ. 2561 เสียชีวิต 16,166 บาดเจ็บ 1,035,801 รวม 1,051,967 ปี พ.ศ. 2562 เสียชีวิต 15,563 บาดเจ็บ 851,837 รวม 867,400 (ถึงวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2562) มูลค่าเสียหายจากอุบัติเหตุ (ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย, 2562).

นอกจากนี้ ในต่างประเทศได้มีการส่งเสริมให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชน มีความรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินเบื้องต้น เช่น การทำ CPR การปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการแจ้งเหตุฉุกเฉิน เช่นที่ ประเทศอินโดนีเซีย มีการฝึกปฐมพยาบาลในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมปลายใน Kulon Progo (Santhikrishna and Rekha, 2018) การ

พัฒนาความรู้และทักษะในการจัดการกับสถานการณ์ฉุกเฉินโดยเฉพาะภาวะหัวใจหยุดเต้นจากการช่วยฟื้นคืนชีพ ในฮ่องกง (Ma et al., 2015) และได้มีการศึกษาทัศนคติในการทำ CPR ของนักเรียนมัธยมปลาย ช่วงอายุ 15-16 ปี ประเทศเยอรมนี (Wingen et al., 2018) การศึกษาความมั่นใจในตนเองและระดับความรู้หลังการฝึกการช่วยฟื้นคืนชีพของนักเรียนอายุ 14 ถึง 18 ปี สหรัฐอเมริกาได้ศึกษาการฝึกอบรม CPR โดยกำหนดให้นักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีการฝึกอบรมการช่วยฟื้นคืนชีพ (CPR) เป็นข้อกำหนดสำหรับการสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (Sorets and Mateen, 2015) จะเห็นได้ว่าแต่ละประเทศได้ให้ความสำคัญ ส่งเสริมการเรียนรู้การป้องกันเหตุฉุกเฉิน และการทำ CPR อย่างต่อเนื่อง

สุขภาพเป็นสิ่งสำคัญในการใช้ชีวิตของทุกคนในสังคมที่ต้องเร่งรีบ แข่งขัน การมีร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง ไม่เป็นโรค และการมีจิตใจที่มีความสุข ร่าเริง สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ดี และอยู่ในชุมชน ที่เข้มแข็ง และปลอดภัย ล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญของผู้ที่มีสุขภาพที่ดี ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย เป็นหนึ่งในความพยายาม ส่งเสริมให้นักเรียนได้มีความรู้ในการป้องกันเหตุฉุกเฉิน การแจ้งเหตุเมื่อประสบภัย การช่วยเหลือผู้อื่นเบื้องต้นในการปฐมพยาบาลเมื่อพบเห็นเหตุการณ์ เพื่อลดเหตุฉุกเฉิน ส่งเสริมสุขภาพที่ดี หากแต่การเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ทักษะ อาจมองเห็นภาพเพื่อตอบสนองสังคมไม่ชัดเจน การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) เป็นแนวทางการประเมินทางเศรษฐศาสตร์ช่วยให้สามารถวัดผลการเปลี่ยนแปลงและประเมินมูลค่าผลประโยชน์ของการผลิกิจกรรมแปลงเป็นเงิน เพื่อคำนวณผลที่ได้รับประโยชน์จากการลงทุนของการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม กรณีศึกษาการพัฒนาการเรียนรู้การแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกรวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม กรณีศึกษา : การพัฒนาการเรียนรู้การแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย โดยกลุ่มตัวอย่างได้มีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 575 คน ได้แก่ นักเรียน จำนวน 275 คน ครู 25 คน ผู้ปกครอง 275 คนและ โรงเรียนที่เข้าร่วมขยายเครือข่าย จำนวน 25 โรงเรียน หน่วยงานภาครัฐ 2 แห่ง โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive selection) คัดเลือกเฉพาะผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการด้วยโรงเรียนกลุ่มเป้าหมายได้ดำเนินการจัดการเรียนการสอนด้านการแพทย์ฉุกเฉินเท่านั้น

วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลตัวชี้วัดผลลัพธ์มาจากการสำรวจแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ขั้นตอนการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม กรณีศึกษา การพัฒนาการเรียนรู้การแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย

- 1 การวิเคราะห์ผลลัพธ์การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่ผลกระทบการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉิน
- 3 การวิเคราะห์ตัวแทนทางการเงินการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉิน

4. การวิเคราะห์ผลกระทบของการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉิน
มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ผลลัพธ์การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	รายละเอียด	ผลผลิต	ผลลัพธ์
นักเรียน	นักเรียนจากโรงเรียน 8 โรงเรียนในพื้นที่จังหวัดเชียงราย	1. การป้องกันตนเองจากเหตุฉุกเฉิน 2. สามารถช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อประสบอุบัติเหตุ 3. ลดค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาล	1. มีความรู้ ทักษะ ประสิทธิภาพด้านการแพทย์ฉุกเฉิน 2. พฤติกรรมด้านความปลอดภัยของนักเรียน
ครู	ครูจาก 25 โรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษา	มีทักษะและมีความรู้ในการจัดการเรียนการสอนด้านการแพทย์ฉุกเฉินสำหรับนักเรียน	ได้รับการพัฒนาศักยภาพการอบรม ฝึกทักษะ เทคนิคการจัดการเรียนการสอนการแพทย์ฉุกเฉิน
โรงเรียน	โรงเรียนเครือข่ายขยายผลจำนวน 25 โรงเรียน	หลักสูตรการจัดการเรียนการสอนด้านการแพทย์ฉุกเฉิน	โครงการโรงเรียนปลอดภัยของ สพฐ.
ผู้ปกครอง	ผู้ปกครองนักเรียน	ลดค่าใช้จ่ายดูแลลูกในช่วงเสาร์และอาทิตย์	รู้สึกปลอดภัยเมื่อลูกมีความรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉิน
รัฐ	1.สาธารณสุขจังหวัด 2.โรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์	เครือข่ายการป้องกันดูแลสุขภาพจากอุบัติเหตุและเหตุฉุกเฉิน	ฝึกสอนทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้น การทำ CPR การเรียก 1669 ให้รถฉุกเฉินเข้าช่วยเหลือได้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่ผลกระทบการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (activities)	ผลผลิต (output)	ผู้ใช้ประโยชน์ (user)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลกระทบ (impact)
1. การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินในสถานศึกษาพื้นที่จังหวัดเชียงราย	การจัดการเรียนการสอน การแพทย์ฉุกเฉิน	1. ชุดความรู้การจัดการ จัดการเรียนการสอน เรียนการ สอน	1. นักเรียน 2. ผู้ปกครอง 3. ครู 4. โรงพยาบาล 5 สาธารณสุข	1. พฤติกรรมด้านความปลอดภัยของนักเรียน ครู 2. ครู ถ่ายทอดความรู้หรือทักษะ	1. ต้นแบบการจัดการเรียนการสอนด้านการแพทย์ฉุกเฉินสำหรับ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่ผลกระทบการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (activities)	ผลผลิต (output)	ผู้ใช้ประโยชน์ (user)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลกระทบ (impact)
2. ผู้ผ่านการจัดการ เรียนการสอนและ การอบรม	จำนวน 20 ชั่วโมง	การแพทย์ ฉุกเฉินใน โรงเรียน		ด้านการปฐม พยาบาลได้	นักเรียนใน สถานศึกษา
2.1 นักเรียน				3. ลดค่า รักษาพยาบาลการ	2. หลักสูตรการ เรียนการสอน
2.2 ครู				เจ็บป่วยจากเหตุ	การแพทย์
2.3 โรงเรียน				ฉุกเฉิน	ฉุกเฉินใน
3. ผู้ปกครอง				4. เครือข่าย	โรงเรียน
4. หน่วยงาน ภาครัฐ				โรงเรียนปลอดภัย	3. การลด
4.1 โรงพยาบาล เชียงรายประชานุ เคราะห์					โอกาสการ สูญเสียอัน เนื่องมาจาก
4.2 สาธารณสุข จังหวัดเชียงราย					อุบัติเหตุ/ความ เจ็บป่วย
					4) สุขภาพที่ดี

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ตัวแทนทางการเงินการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	ผลลัพธ์เฉพาะ	ตัวชี้วัด	ตัวแทนทางการเงิน	แหล่งข้อมูล
นักเรียน	มีความรู้ ทักษะ	คะแนนสอบ pretest posttest	-การแปลงค่าทางการเงิน ของ ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการอบรม (K) -การแปลงค่าทางการเงิน ของ ของการนำความรู้ไปเผยแพร่ (P) -การแปลงค่าทางการเงิน ของ ของการประยุกต์ใช้ความรู้ (A)	ผลการทดสอบ แบบทดสอบและ กิจกรรม EMS Rally
โรงเรียน	เกิดโรงเรียน	จำนวน	-งบประมาณสนับสนุนโครงการ	โครงการโรงเรียนภัย
เครือข่าย	ปลอดภัยของ คณะกรรมการ การศึกษาชั้น พื้นฐาน (สพฐ.)	โรงเรียน ปลอดภัยของ สำนักงาน คณะกรรมการ การศึกษาชั้น พื้นฐาน (สพฐ.)	โรงเรียนปลอดภัยของ สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาชั้น พื้นฐาน (สพฐ.)	ของสำนักงาน คณะกรรมการ การศึกษาชั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ปี 2563

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ตัวแทนทางการเงินการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลลัพธ์เฉพาะ	ตัวชี้วัด	ตัวแทนทางการเงิน	แหล่งข้อมูล
ผู้ปกครอง	ผู้ปกครองรู้สึกปลอดภัยเมื่อลูกมีความรู้การแพทย์ฉุกเฉิน	จำนวนมูลค่าที่ลดลงเมื่อไม่ต้องจ้างคนมาดูแลลูก	ความเต็มใจจ่ายเงิน/ค่าการดูแลลูกช่วงเสาร์อาทิตย์	ค่าจ้างรายวันขั้นต่ำ
โรงพยาบาล	เครือข่ายการป้องกันดูแลสุขภาพจากอุบัติเหตุและเหตุฉุกเฉิน	มูลค่าลดลงจากการรักษาพยาบาลจากเหตุฉุกเฉินและอุบัติเหตุ	การคำนวณค่าแปลงทางการเงินการลดค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลจากอุบัติเหตุสำหรับนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3	โรงพยาบาล,งานประกันอุบัติเหตุนักเรียน
สาธารณสุขจังหวัด	การส่งเสริมป้องกัน ลดอุบัติเหตุ	จำนวนการจัดอบรมให้ความรู้แก่ครูนักเรียน	การคำนวณค่าแปลงทางการเงินของความรู้ที่เกิดขึ้นจากการอบรม (K) -การคำนวณค่าแปลงทางการเงินของการนำความรู้ไปเผยแพร่ (P) -การคำนวณค่าแปลงทางการเงินของการประยุกต์ใช้ความรู้ (A)	ผลการทดสอบแบบทดสอบและกิจกรรม EMS Rally

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ผลกระทบของการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	attribution	deadweight	drop-off	displacement
นักเรียน	50 %	ร้อยละ 20-30	20 %	0 %
โรงเรียนเครือข่าย	50 %	ร้อยละ 10-20	10 %	0 %
ผู้ปกครอง	30 %	ร้อยละ 40-50	คงที่	0 %
โรงพยาบาล	50 %	ร้อยละ 30	20 %	0 %
สาธารณสุขจังหวัด	50 %	ร้อยละ 30	10 %	0 %

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ใช้ตัวแบบการวิเคราะห์โปรแกรมสำเร็จรูป Excel ในการกำหนดคำนวณ impact และการคำนวณ Calculating Social Return ให้ได้ผลลัพธ์ Present Value ค่า Present value of each year, Total Present Value (PV), Net Present Value และค่าของ Social Return สูตรคำนวณการหาค่าผลลัพธ์

การหาค่า Impact = Quantity x Value in currency x (1-deadweight) x (1-displacement) x (1-Attribution)

Calculating Social Return = if(duration > year, AF..., O) x (1x drop off)

Present Value = sum(Calculating Social Return)

Total Present Value (PV) = total year(5) ÷ (1+Discount rate)

Net Present Value = (Total Present Value (PV)) - (total inputs in currency)

Social Return = Total Present Value (PV) ÷ (total inputs in currency)

ตัวแบบที่ใช้คำนวณผลตอบแทนทางสังคม

7	Who do we have an affect on? Who has an effect on us?	What do you think will change for them?	What do they invest?	What is the value of the inputs in currency (only enter numbers)	Summary of activity in numbers
8					
9	นักเรียน 275 คน	พฤติกรรมด้านความปลอดภัย	เวลาเข้าร่วมอบรม 4 วัน	110000	ชุดความรู้การจัดการเรียน
10	ครู 25 คน	ได้รับการพัฒนาศักยภาพ	งบประมาณการจัดอบรม	12500	จำนวนคาบสอน/จำนวน
11	โรงเรียน(25)	โรงเรียนปลอดภัย	งบประมาณจัดกิจกรรม	77375	หลักสูตรการเรียนด้าน
12	นักเรียน 250 คน	การถ่ายทอดความรู้	ผู้นำอบรม อาสาป้องกัน	100000	ชุดความรู้การจัดการเรียน
13	โรงพยาบาล	ลดค่ารักษาพยาบาล	วิทยากรอบรมครู/นักเรียน	30000	ค่ารักษาพยาบาลที่ลดลง
14	ผู้ปกครอง(275)	รู้สึกปลอดภัยเมื่อลูกมีความรู้	เวลาเข้าร่วมประชุม 1 วัน	82,500.00	ความรู้/ความรู้ที่ปลอดภัย
15	สำนักงานเขตพื้นที่	การขยายผลสู่โรงเรียน	งบประมาณสนับสนุนจาก	400000	จำนวนโรงเรียนต้นแบบ
16	สาธารณสุขจังหวัด	การส่งเสริมและป้องกัน	วิทยากรอบรมครู	48,000.00	ความรู้/ หลักสูตรอบรม
17	สพด	การพัฒนาส่งเสริมการเรียนรู้	ค่าเดินทาง ที่พัก ค่า	42,300.00	ทักษะความรู้ด้าน
18					
19					
20					
21	Total			902,675.00	

รูปที่ 1 แสดงตัวแบบที่ใช้คำนวณผลตอบแทนทางสังคม

Calculating Social Return						
Discount rate		3.0%				
Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5	Present Value
0.00	19,919.04	15,935.23	12,748.18	10,198.55	8,158.84	66,959.84
0.00	312,775.00	281,497.50	253,347.75	228,012.98	205,211.68	1,280,844.90
0.00	81,937.50	65,550.00	52,440.00	41,952.00	33,561.60	275,441.10
0.00	190,680.88	152,544.70	122,035.76	97,628.61	78,102.89	640,992.83
0.00	1,309,848.75	1,047,879.00	838,303.20	670,642.56	536,514.05	4,403,187.56
0.00	4,989,600.00	3,991,680.00	3,193,344.00	2,554,675.20	2,043,740.16	16,773,039.36
0.00	231,125.00	208,012.50	187,211.25	168,490.13	151,641.11	946,479.99
0.00	7,868.00	6,294.40	5,035.52	5,035.52	4,028.42	28,261.86
0.00	772,750.00	695,475.00	625,927.50	625,927.50	563,334.75	3,283,414.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
						0.00
0.00	7,916,504.16	6,464,868.33	5,290,393.16	4,402,563.04	3,624,293.49	27,698,622.18
0.00	7,685,926.37	6,093,758.44	4,841,459.18	3,911,620.24	3,126,347.40	
					25,659,111.63	
					24,756,436.63	
						28.43

รูปที่ 2 แสดงตัวแบบที่ใช้คำนวณผลตอบแทนทางสังคม

ผลการวิจัย

การคำนวณผลตอบแทนทางสังคมการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผลลัพธ์ ผลการวิจัยประกอบด้วย

1. ผลลัพธ์และมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉิน พื้นที่จังหวัดเชียงราย
 2. ผลลัพธ์และมูลค่าของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ในระยะเวลา 5 ปี
 3. ผลการประมาณระยะเวลาที่โครงการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมและอัตราการลดลงของผลประโยชน์
 4. ผลกระทบการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉิน พื้นที่จังหวัดเชียงราย
 5. ผลลัพธ์ social return การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย
- นำเสนอผลตอบแทนทางสังคมการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ดังนี้
1. ผลลัพธ์และมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ดังปรากฏในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลลัพธ์และมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลลัพธ์	มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ (บาท)
นักเรียน	นร.ได้เรียนรู้การปฐมพยาบาลเบื้องต้นแล้วสามารถป้องกันอุบัติเหตุหรือความเจ็บป่วยของตนเองและคนใกล้ชิด	66,959.84
ครู	ครูมีทักษะ/เครื่องมือการจัดการเรียนการสอน	1,280,844.90
โรงเรียน	คุณภาพความปลอดภัยในโรงเรียน	275,441.10
นักเรียน	การขยายผล ถ่ายทอดความรู้	640,992.83
โรงพยาบาล	ประชาชนมีสุขภาพดีปลอดภัย	4,403,187.56
ผู้ประกอบการ	ชุมชนปลอดภัย/ความปลอดภัยของลูกค้า	16,773,039.36
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา	การขยายพัฒนาโรงเรียนต้นแบบ	946,479.99
สาธารณสุขจังหวัด	ป้องกันเหตุฉุกเฉิน/ มีสุขภาพดี	28,261.86
รวมมูลค่าปัจจุบัน		24,415,207.43

จากตารางที่ 5 แสดงผลลัพธ์และมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงรายจากผู้มีส่วนได้เสีย

2. ผลลัพธ์และมูลค่าของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ในระยะเวลา 5 ปี ดังปรากฏในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลลัพธ์และมูลค่าของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ในระยะเวลา 5 ปี

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลลัพธ์	มูลค่าผลประโยชน์ (บาท)				
		ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5
นักเรียน	นักเรียนเรียนรู้การปฐมพยาบาล สามารถป้องกันอุบัติเหตุได้	19,919.04	15,935.23	12,748.18	10,198.55	8,158.84
	ครูมีทักษะ/เครื่องมือ					
ครู	การจัดการเรียนการสอน	312,775.00	281,497.50	253,347.75	228,012.98	205,211.68
โรงเรียน	คุณภาพความปลอดภัยในโรงเรียน	81,937.50	65,550.00	52,440.00	41,952.00	33,561.60
	การขยายผล ถ่ายทอดความรู้	190,680.88	152,544.70	122,035.76	97,628.61	78,102.89
โรงพยาบาล	ประชาชนมีสุขภาพดีปลอดภัย	1,309,848.75	1,047,879.00	838,303.20	670,642.56	536,514.05

ตารางที่ 6 ผลลัพธ์และมูลค่าของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย
ในระยะเวลา 5 ปี (ต่อ)

ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	ผลลัพธ์	มูลค่าผลประโยชน์ (บาท)				
		ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5
ผู้ปกครอง	ชุมชนปลอดภัย/ความปลอดภัยของลูก	4,989,600.00	3,991,680.00	3,193,344.00	2,554,675.20	2,043,740.16
สำนักงาน เขตพื้นที่ การศึกษา	การขยายพัฒนา โรงเรียนต้นแบบ	231,125.00	208,012.50	187,211.25	168,490.13	151,641.11
สาธารณสุข จังหวัด	ป้องกันเหตุฉุกเฉิน/ มี สุขภาพดี	7,868.00	6,294.40	5,035.52	5,035.52	4,028.42
รวมมูลค่าปัจจุบัน		7,143,754.16	5,769,393.33	4,664,465.66	3,776,635.54	3,060,958.74

จากตารางที่ 6 แสดงผลลัพธ์และมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์จากการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉิน พื้นที่จังหวัดเชียงรายจากผู้มีส่วนได้เสีย

3. ผลการประมาณระยะเวลาที่โครงการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมและอัตราการลดลงของผลประโยชน์
ผลกระทบการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ดังปรากฏในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการประมาณระยะเวลาที่โครงการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมและอัตราการลดลงของผลประโยชน์การ
พัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

Calculating Social Return					
อัตราคิดลด (discount rate)	3%				
Stakeholders	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
นักเรียน	19,919.04	15,935.23	12,748.18	10,198.55	8,158.84
	190,680.88	152,544.70	122,035.76	97,628.61	78,102.89
ครู	312,775.00	281,497.50	253,347.75	228,012.98	205,211.68
โรงเรียน	81,937.50	65,550.00	52,440.00	41,952.00	33,561.60
โรงพยาบาล	1,309,848.75	1,047,879.00	838,303.20	670,642.56	536,514.05
สาธารณสุขจังหวัด	7,868.00	6,294.40	5,035.52	5,035.52	4,028.42
สพฐ.	231,125.00	208,012.50	187,211.25	168,490.13	151,641.11
ผู้ปกครอง	4,989,600.00	3,991,680.00	3,193,344.00	2,554,675.20	2,043,740.16
สพฉ.	772,750.00	695,475.00	625,927.50	625,927.50	563,334.75
Total	7,916,504.16	6,464,868.33	5,290,393.16	4,402,563.04	3,624,293.49
Present value of each year	7,685,926.37	6,093,758.44	4,841,459.18	3,911,620.24	3,126,347.40

จากตารางที่ 7 แสดงผลมูลค่าปัจจุบันของแต่ละปี ของการประมาณระยะเวลาที่โครงการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมและอัตราการลดลงของผลประโยชน์การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 8 ผลการประมาณระยะเวลาที่โครงการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมและอัตราการลดลงของผลประโยชน์การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

Calculating Social Return					
อัตราคิดลด (discount rate)	3%				
Stakeholders	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
นักเรียน	19,919.04	15,935.23	12,748.18	10,198.55	8,158.84
	190,680.88	152,544.70	122,035.76	97,628.61	78,102.89
ครู	312,775.00	281,497.50	253,347.75	228,012.98	205,211.68
โรงเรียน	81,937.50	65,550.00	52,440.00	41,952.00	33,561.60
โรงพยาบาล	1,309,848.75	1,047,879.00	838,303.20	670,642.56	536,514.05
สาธารณสุขจังหวัด	7,868.00	6,294.40	5,035.52	5,035.52	4,028.42
สพฐ.	231,125.00	208,012.50	187,211.25	168,490.13	151,641.11
ผู้ปกครอง	4,989,600.00	3,991,680.00	3,193,344.00	2,554,675.20	2,043,740.16
สพฉ.	772,750.00	695,475.00	625,927.50	625,927.50	563,334.75
Total	7,916,504.16	6,464,868.33	5,290,393.16	4,402,563.04	3,624,293.49
Present value of each year	7,685,926.37	6,093,758.44	4,841,459.18	3,911,620.24	3,126,347.40

จากตารางที่ 8 แสดงผลมูลค่าปัจจุบันของแต่ละปีของการประมาณระยะเวลาที่โครงการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมและอัตราการลดลงของผลประโยชน์การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

4. ผลกระทบการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินในสถานศึกษาพื้นที่จังหวัดเชียงราย ดังปรากฏในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การหาผลประโยชน์การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

Stakeholders	Deadweight (%)	Displacement (%)	Attribution (%)	Drop off (%)	Impact
นักเรียน	20	0	50	20	19,919.04
	20	0	20	50	190,680.88
ครู	50	0	50	20	312,775.00
โรงเรียน	0	0	0	0	81,937.50
โรงพยาบาล	30	0	50	20	1,309,848.75

ตารางที่ 9 การหาค่าผลกระทบการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย (ต่อ)

Stakeholders	Deadweight (%)	Displacement (%)	Attribution (%)	Drop off (%)	Impact
สาธารณสุข จังหวัด	30	0	50	20	7,868.00
สพฐ.	50	0	50	10	231,125.00
ผู้ปกครอง	10	0	30	20	4,989,600.00
สพฉ.	50	0	50	10	772,750.00
Total					7,916,504.16

จากตารางที่ 9 แสดงการหาค่าผลกระทบการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย เท่ากับ 7,916,504.16 บาท

5. ผลลัพธ์ Social Return การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ผลตอบแทนทางสังคมของโครงการในกรณีฐาน มีค่าระหว่างซึ่งมีสมมติฐานของอัตราคิดลด (discount rate = 0.03 เปอร์เซนต์ มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมที่คำนวณได้ มีความหมายว่าทุกๆ 1 บาท ที่โครงการลงทุนให้กับโครงการการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย (หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) จะได้ผลตอบแทนคืนมา 28.43 บาท

ตารางที่ 10 ผลลัพธ์ Social Return การพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย

Present value of each year	7,685,926.37	6,093,758.44	4,841,459.18	3,911,620.24	3,126,347.40
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Total Present Value (PV)	25,659,111.63				
Net Present Value	24,756,436.63				
Social Return	28.43				

จากตารางที่ 10 แสดงผลลัพธ์ Social Return ของการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงรายมีมูลค่าเท่ากับ 28.43 บาท

สรุปและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment) กรณีศึกษาการดำเนินการของโครงการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยพบว่า ผลตอบแทนทางสังคมของโครงการในกรณีฐาน มีค่าระหว่างซึ่งมีสมมติฐานของอัตราคิดลด (discount rate) = 0.03 เปอร์เซนต์ มูลค่าผลตอบแทนทางสังคม

ที่คำนวณได้ มีความหมายว่าทุกๆ 1 บาท ที่โครงการลงทุนให้กับโครงการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉิน พื้นที่จังหวัดเชียงรายจะได้ผลตอบแทน 28.43 บาท ผู้วิจัยได้ระบุข้อสังเกตที่น่าสนใจจากการศึกษาผลตอบแทนทางสังคม 3 ประการ คือประการแรก ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นได้จากโครงการส่วนใหญ่จะอยู่กับนักเรียน และผู้ประกอบการ บ่งชี้ว่าโครงการทำให้เกิดกับกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับเบญจวรรณ พานทอง (2557) ที่ระบุว่าผลประโยชน์ของโครงการจะขึ้นอยู่กับตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ประการที่สอง ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับโครงการ จำนวน 28.43 บาทเป็นการประเมินผลตอบแทนที่เกิดจากบทบาทของโครงการ แต่หากพิจารณาผลตอบแทนของโครงการที่เกิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดรวมกันจะมีมูลค่าสูงกว่า ดังนั้น การคำนวณผลตอบแทนทางสังคมโดยคำนึงถึงเพียงประโยชน์ที่เกิดจากโครงการอย่างเดียว อาจจะเป็นมาตรวัดผลตอบแทนทางสังคมที่ต่ำกว่าจริง เพราะมูลค่าโดยรวมที่เกิดขึ้นจากบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในโครงการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หลังจากเสร็จสิ้นปีที่ 1 เนื่องจากความพยายามของส่วนได้ส่วนเสีย (โดยเฉพาะนักเรียนและผู้ประกอบการ) ที่จะทำกิจกรรมต่อไปแม้จะไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากโครงการสอดคล้องกับกัญญา ประดับบุญและคณะ (2557) ที่ทำการการวิเคราะห์ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการเกิดอุบัติเหตุทางถนนที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

ผลลัพธ์และผลตอบแทนทางสังคมจากการ ลงทุนที่ประเมินได้เป็นการคำนวณและประเมินเฉพาะ ข้อมูลที่สามารถวัดค่าได้และเป็นมูลค่าที่ได้ ณ ช่วงเวลา ที่ทำการประเมินหรือมูลค่าปัจจุบันเท่านั้น ยังมีมูลค่าที่เกิดจากโครงการ เช่น ความสุขและภาคภูมิใจในตนเองที่ไม่สามารถวัดได้ และไม่ได้นำมาคำนวณ รวมถึงมูลค่าที่จะเกิดขึ้นในอนาคตหรือในระยะยาวและการประเมินผลลัพธ์และผลตอบแทนทางสังคมเป็นเครื่องมือการจัดการที่มุ่งให้เกิดการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการร่วมมือกัน ระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่ดำเนินโครงการในการตรวจสอบผลการดำเนินการและการพัฒนาร่วมกันสอดคล้องกับสฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมลอบ (2560) ที่ประเมินผลตอบแทนทางสังคมให้กับ สสส. ที่พบว่าอาจจะมีมูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมากกว่าที่ทางโครงการคำนวณ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจะส่งผลให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นได้จากโครงการ บ่งชี้ให้เห็นว่าโครงการมีคุณประโยชน์ เหมาะสมกับงบประมาณที่ลงทุนและสามารถบอกได้ว่าการทำโครงการได้ตอบแทนสังคมมีมูลค่ามากน้อยเท่าไร เพื่อเป็นการประเมินโครงการและสนับสนุนโครงการต่อไป ข้อเสนอที่น่าสนใจต่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคมกรณีศึกษาการดำเนินการของการพัฒนาการเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินพื้นที่จังหวัดเชียงราย ดังนี้

1. ควรมีการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครอบคลุมและเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทำให้เกิด impact มากที่สุดหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบและได้ประโยชน์จากการดำเนินการของโครงการ

2. การวิเคราะห์ค่า SROI เหมาะที่จะใช้ในการประเมินโครงการหรือกิจกรรมที่มีผลกระทบทางสังคมที่หา Value ที่เป็นตัวเงินไม่ได้ เป็นคุณค่านามธรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมด้านสังคม ด้านสุขภาพ คุณภาพชีวิต เช่นการแก้ปัญหาความเครียด หรือการลดความสูญเสียด้านอุบัติเหตุ การแก้ปัญหาทางสังคม กิจกรรมด้านสังคมสงเคราะห์ หรือสวัสดิการของรัฐที่ลงทุนแต่ไม่สามารถมองค่าเป็นตัวเงินได้ การวิเคราะห์ด้วย SROI จะสามารถวัดผลประโยชน์อย่างอื่นที่สามารถแทนเป็นมูลค่าทางการเงินได้

3. กิจกรรมที่เหมาะสมกับการนำ SROI ไปใช้จะเป็นกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสังคม กิจกรรมหรือโครงการที่ไม่เหมาะสมที่จะนำ SROI ไปใช้ คือ กิจกรรมหรือโครงการที่ไม่มีผลกระทบต่อสังคม เช่น การลงทุนด้านสินทรัพย์ด้านธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

ผู้ดำเนินโครงการนอกจากจะใช้มูลค่าหรืออัตราส่วนผลตอบแทนของโครงการในการจัดทำรายงาน ควรมุ่งเน้นการสื่อสารต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนในการแสวงหาความร่วมมือเพื่อพัฒนาโครงการให้สร้างมูลค่าหรือคุณค่าต่อสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัญทิยา ประดับบุญ, พุดตาล พันธูเณร และชญาณินท์ ประทุมสูตร. (2557). *การวิเคราะห์ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการเกิดอุบัติเหตุทางถนนในกลุ่มผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เบญจวรรณ พานทอง. (2557). *การวัดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน กรณีศึกษา: โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ 1(ฝาง)*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย. (2562). *จำนวนและอัตราการเสียชีวิตประชากร* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2562, จาก: <http://61.19.32.21/moph/?srch-term=%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E>
- สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออ. (2560). *คู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2557). *จำนวนและอัตราการเสียชีวิตจากการจมน้ำของเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี (ปี 2554-2556)* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 29 กันยายน 2560, จาก : <http://bps.moph.go.th/content/test-basic-page-1-1>.
- Ma, A., Wong, KL., Tou, A., Vyas, L., and Wilks, J. (2015). CPR Knowledge and Attitudes among High School Students Aged 15-16 in Hong Kong. *Hong Kong Journal of Emergency Medicine*. 22(1), 3-13.
- Santhikrishna, C. and Rekha,P. (2018). First-aid Education for Safety of Students. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 23(7), 26-29.
- Sorets,T. R., and Mateen, F. J. (2015). Mandatory CPR Training in US High Schools. *Mayo Clinic Proceedings*,90(6), 710-712.
- Wingen, S., Schroeder, D. C., Ecker, H., Steinhauer, S., Altin, S., Stock, S., et al. (2018). Self-Confidence and Level of Knowledge after Cardiopulmonary Resuscitation Training in 14 to 18-Year-Old School Children: A Randomised-Interventional Controlled Study in Secondary Schools in Germany. *European Journal of Anaesthesiology*, 35(7), 519-526.

แนวทางการพัฒนาตลาดสดชุมชนไพรซานเด็ก ตำบลไพรซาหลัก อำเภอดำรง จังหวัดตากแก้ว
ราชอาณาจักรกัมพูชา

The Development Guidelines for Prey Sandek Community Fresh Market in Prey
Sloek Commune, Traing District, Takeo Province, Kingdom of Cambodia

โปง วรณิ^{1*} สุรีย์ฉาย สุคันธรัตน์² อัครเดช สุพรรณฝ้าย³ และ สุพิมพา วัฒนสังขโสภณ⁴
Pong Vanny^{1*}, Sureechai Sukantarath², Akkradet Supannafai³ and Supimpa Wattanasangkhasophon⁴

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

Received: May 10th, 2023; Revised: July 5th, 2023; Accepted: July 16th, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาด้านการบริหารจัดการ และความต้องการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ของตลาดสดชุมชนไพรซานเด็ก และ 2. แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดสดไพรซานเด็ก ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านสถานที่ คือ ที่ตั้งของตลาดสดไพรซานเด็กมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ตั้งของตลาดสดอยู่ในจุดกลางของอำเภอที่มีความสะดวกเดินทางไป-มา และเป็นสถานที่หนึ่งสำหรับกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค เป็นแหล่งเศรษฐกิจหนึ่งที่สร้างอาชีพ รายได้ของผู้คนในชุมชน โดยปัจจุบันผู้คนในชุมชนไม่เข้าทำการเกษตรอย่างเต็มตัวมีอาชีพเป็นพ่อค้าแม่ค้าด้วย 2) ด้านผลิตภัณฑ์ หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้บริหารจัดการตลาดสดมีการสนับสนุนให้ผู้คนนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในท้องถิ่นมาจัดจำหน่าย ส่วนปัญหาของการบริหารจัดการของตลาดสดไพรซานเด็กด้านผลิตภัณฑ์ ยังขาดการบรรจุภัณฑ์สวยงาม เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อแข่งขันกับสินค้านำเข้า หรือแข่งขันกับสินค้านำเข้าและตลาดใกล้เคียง เป็นสิ่งดึงดูดใจผู้คนมาใช้บริการ 3) ด้านราคา หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ราคาสินค้าที่วางขายในตลาดสดชุมชนไพรซานเด็ก

¹ นักวิจัยปริญญาโทหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและภูมิภาค (กลุ่มการจัดการธุรกิจท้องถิ่น)
มหาวิทยาราชภัฏสุรินทร์

Master's degree students, Master of Research for Rural and Regional Development, Surindra Rajabhat University

²⁻⁴ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและภูมิภาค (กลุ่มการจัดการธุรกิจท้องถิ่น)

มหาวิทยาราชภัฏสุรินทร์

Advisor, Master of Research for Rural and Regional Development, Surindra Rajabhat University

มีความเหมาะสม ส่วนปัญหาของการบริหารจัดการของตลาดสดไพรซานเด็กด้านราคา คือ สินค้ายังไม่มี การตั้งป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิดและชัดเจน ผู้ซื้อต้องต่อรองราคาทุก ๆ ครั้ง และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สดไพรซานเด็กมีนโยบายในการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าจากชุมชน ส่วนปัญหาหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ขาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้คนมาซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนไพรซานเด็ก เช่น ป้ายไว้นิล เว็บไซต์ออนไลน์ ดังนั้น ตลาดควรมีการจัดที่จอดรถให้เพียงพอ ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าซื้อ ควรมีป้ายแสดงราคาและควรมีการส่งเสริมการตลาดทุกด้าน

คำสำคัญ: การพัฒนา ตลาดสดชุมชนไพรซานเด็ก ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

Abstract

This article employed a mixed research method that integrated both qualitative and quantitative methodology of Likert Rating Scale with objectives: 1. To study the state of current fresh market management, problems and consumer demands including: Place, Product, Price, and Promotion of Prey Sandek Community Fresh Market, and 2. To find out guideline for the development of Prey Sandek Community Fresh Market. Research results indicated as follows. 1). Place; the subject with the highest satisfied mean value was due to the fact that Prey Sandek community fresh market located in the center of the district that is convenient for people to travel back and forth. In addition, it was a focal point of consumers' consumption of goods. It was also an economic source in terms of job creation and income generation for Prey Sandek community dwellers since they could also work as merchants in addition to farming activities. However, the existing problem of the place of Prey Sandek community fresh market was the deficiency of convenient and sufficient parking space. 2) Products, with the theme of the highest mean value was that the fresh market managers encouraged people to bring locally produced products to sell in the marketplace. Regarding the management of Prey Sandek fresh market in terms of products was the lack of attractive packaging. In addition, it provides knowledge about product packaging to be beautiful or design local products or create a unique market to have products that focus on local products to compete with other fresh markets. 3) Price, the theme with the highest mean value was the appropriate prices of the products. Furthermore, the challenge of the market management in terms of prices of products was not showing price tag label. And 4) Promotion; the theme with the highest mean value was that Prey Sandek fresh market had policies to promote community products. The problem was the lack of public relations through different media to attract people to visit and buy products, for instance, Facebook, radio, leaflet and online websites. In suggestions, Prey Sandek community fresh market should have secure and sufficient parking spaces,

beautiful product package that is attractive consumers, show a clear price tag, and support the marketing mix in all aspects.

Keywords: Development, Prey Sandek Community fresh market, Marketing Mix (4Ps)

บทนำ

วิวัฒนาการของมนุษยชาติจากยุคหินสู่ยุคหิน มนุษย์เริ่มมีการเพาะปลูกและทำเกษตรกรรมจนมีผลผลิตเพื่อการบริโภคในครัวเรือน เมื่อผลผลิตมากขึ้นเหลือจากการบริโภค มนุษย์จึงเกิดการแลกเปลี่ยนผลผลิตซึ่งกันและกันระหว่างชุมชน และพัฒนาการจากการแลกเปลี่ยนซื้อขายกันจนขยายกว้างมากขึ้นกลายเป็นการค้าขาย ทำให้มีสถานที่หรือจุดนัดพบเพื่อการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าที่เรียกว่า “ตลาด” หรือ “บาซาร์” (Bazar) ในภาษาเปอร์เซียซึ่งเมื่อเทียบกับภาษาอังกฤษเรียกว่า พลาซา (Plaza) มีต้นกำเนิดตั้งแต่เมื่อ 3000 ปีก่อนคริสต์ศักราช ซึ่งใช้สถานที่บนถนนเป็นเป็นแหล่งแลกเปลี่ยน ต่อมาได้แพร่หลายถึง อินโดนีเซีย ชาวบาห์ลีเรียกบาซาร์ว่า “Market” (Wikipedia, 2019) มีความหมายดังที่สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (2560) กล่าวถึงตลาดไว้ว่า ตลาด คือ สถานที่ที่เป็นชุมชน หรือเป็นที่ชุมนุม เพื่อซื้อและขายสินค้า ทั้งในรูปของวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป เป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด โดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียงที่เดียว หรือหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม เช่น เป็นศูนย์กลางของชุมชน และเหมาะสมจะเป็นที่นัดพบ หรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใด ก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้น ตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม และ ดังที่ฮอลล์วอร์ท (Hallsworth, 2015: 5-6) ได้กล่าวถึงความสำคัญของตลาดแบ่งเป็น สามด้านใหญ่ๆ คือ 1) ตลาดเป็นสถานที่ส่งเสริมความยั่งยืนประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศเกิดตลาดเสนอความมั่นคงด้านอาหาร ตลาดส่งเสริมสุขภาพชุมชน ตลาดคือสถานที่แห่งนวัตกรรมการตลาด และการศึกษา ตลาดดึงดูดผู้คนในสังคม ตลาดเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของเรา 2) ตลาดเป็นสถานที่ทำให้ชุมชนมีรายได้ที่สำคัญ เป็นแหล่งสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน ให้โอกาสสร้างอาชีพและเกิดการจ้างงานในชุมชน เป็นแหล่งเศรษฐกิจที่มีความสำคัญทั้งในระดับท้องถิ่น และในระดับประเทศ ตลาดสร้างสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายและหลากหลายส่งเสริมการค้าและการแข่งขัน ตลาดสนับสนุนการทำธุรกิจอื่นๆ ตลาดทำให้การเข้าถึงสินค้าราคาไม่แพง และตลาดดึงดูดนักท่องเที่ยว และ 3) ตลาดเป็นสถานที่ที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หรือถือว่าเป็นสถานที่ที่สามของผู้คนที่มีความได้อายุเพศและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันสามารถพบปะกันและมีปฏิสัมพันธ์ ตลาดเป็นอำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน ตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเอกลักษณ์ที่แตกต่างของเมืองหรือพื้นที่ ตลาดเคลื่อนไหวพื้นที่ว่างหรือที่ไม่ได้ใช้งานให้เป็นประโยชน์ ตลาดได้รับประโยชน์จากชุมชนที่ด้อยโอกาส และตลาดสนับสนุนการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ในเรื่องของความสำคัญของตลาดแล้ว เพื่อให้ตลาดสามารถเติบโตและพัฒนาที่ยั่งยืน จะต้องมีการกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง ไอโซไรต์ (Isoraite, 2016: 1-13) ได้กล่าวถึงส่วนประสมการตลาดว่า หมายถึง กลยุทธ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การกระจายสินค้า การส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์การกำหนดราคาเพื่อผลิตดำเนินการแลกเปลี่ยนและบรรลุตลาดเป้าหมาย เป็นเครื่องมือในการกระทำที่

เกี่ยวข้องกันและการแก้ปัญหาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดขององค์กรโดยรวม ดังนั้นในขณะที่ต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค องค์กรหรือบริษัท จึงตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย/สถานที่ (place) และโปรโมชั่น (promotion) และทั้งสี่กลุ่มข้างต้นถือว่าเป็นองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดที่สำคัญที่ เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด (4Ps) และ (Kotler, 2016 : 24) ได้กล่าวถึงการบริหารการตลาด (Marketing management) ว่าเป็นกระบวนการของการพัฒนากลยุทธ์และการวางแผนสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการโฆษณาการส่งเสริมการขายเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ หรือ การบริหารการตลาดประกอบไปด้วยการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์การตลาด การวางแผนโปรแกรมการตลาด กระบวนการของการทราบถึงความต้องการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการและนำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการและความต้องการ (Makwana, 2018) จากความหมายที่หลายท่านได้กล่าวมาการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เป็นส่วนที่สำคัญของการจัดการบริหารการตลาดที่จะช่วยธุรกิจบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ตลาดสดไพรชานแด็กถือว่าเป็นตลาดสดหนึ่งแห่งที่สืบทอดกิจกรรมการค้าขายของของคนในชุมชนมานานกว่า 100 ปี เป็นตลาดสดที่ช่วยพึ่งพาชีวิตของประชาชนของตำบลไพรชานแด็ก เป็นศูนย์สาธารณะที่รัฐจัดให้ชุมชนสามารถเอาของมาวางขายในพื้นที่และผู้คนในชุมชนและใกล้เคียงมาเดินดูอาศัยการซื้อขายของกินของใช้ในชีวิตประจำวัน ส่งเสริมการสร้างอาชีพ จัดจำหน่ายอาหารสด ผลไม้สดและผลไม้แห้ง เครื่องอุปโภคบริโภค เครื่องปรุงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เสื้อผ้า เป็นต้น แต่ปัจจุบันตลาดสดไพรชานแด็กและตลาดสดเกือบทุกแห่งในกัมพูชามีปัญหาเกี่ยวกับขาดการดูแลช่วยส่งเสริมการยกระดับตลาด ไม่มีการดูแลด้านกายภาพการพัฒนาด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมด้านอาหารปลอดภัย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ถ้าปล่อยไว้ปัญหาเกิดขึ้นต่อไปจะทำให้ตลาดในอนาคตประสบปัญหาถูกค้าลดลง หรือการค้าขายของจะยากลำบาก ผู้คนในชุมชนสูญเสียงาน สุขภาพ และรายได้ นอกจากแหล่งของอาหารทุกชนิดที่มีในชุมชนแล้วยังเป็นแหล่งที่ประชาชนทุกคนได้ฝากสุขภาพด้วย เพราะเชื้อโรคหรือแบคทีเรียจำนวนมากก็อาจติดมาด้วย โดยอาหารบางชนิดที่ซื้อมาจากตลาด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ปลาต่าง อาหารปรุงเสร็จ เครื่องดื่ม จากการใชยายฆ่าแมลง การเก็บรักษาอาหารปรุงเสร็จไม่ดี การเก็บรักษาที่ไม่ดี การใช้วิธีทำอาหารเพื่อขายได้กำไรแต่ไม่นึกถึงสุขภาพผู้บริโภค มลพิษต่างๆจากสภาพแวดล้อมการใส่ยา แม้ว่าได้มีการก่อสร้างอาคารจัดบริเวณตลาดขึ้นใหม่เป็นอาคารที่มั่นคงอย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าการบริหารจัดการการขายในตลาดไม่ถูกสุขลักษณะแม้ว่าจะดูสะอาดเป็นระเบียบขึ้นก็ตาม ถ้าเปรียบเทียบตลาดสดที่ผู้วิจัยได้พบเห็นและศึกษาตลาดสดในประเทศไทยมีบริหารจัดการที่ดีทั้งการจัดโซนในการจัดจำหน่าย สินค้าที่วางจำหน่ายมีมาตรฐานของสวยงามน่าซื้อ การช่วยส่งเสริมการขายและโฆษณาให้ตลาดมีความน่าสนใจ ทางเดินดูสินค้ากว้างสะดวกสบาย มีความปลอดภัยและความสะอาด และเป็นแห่งที่ส่งเสริมให้ผู้คนในชุมชนมีอาชีพ มีรายได้ หรือพูดได้ว่าเป็นทางเลือกที่ช่วยแก่ชุมชนเป็นแท้จริง แล้วเมื่อเทียบกับตลาดสดกัมพูชาพบว่ายังมีปัญหาหลายด้านการบริหารจัดการ ด้านมาตรฐานของสินค้า ด้านอาคารโรงเรือน ด้านความสะอาด ความปลอดภัย และความสะดวกสบายเพียงพอแก่การบริการลูกค้าทั้งผู้ซื้อผู้ขาย

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดสดชุมชนไพรชานแด็กว่ามีปัญหาอุปสรรคอย่างไรบ้าง และควรมีการแก้ไขอย่างไรบ้างเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา โดยในการวิจัยผู้ศึกษาได้ศึกษาได้

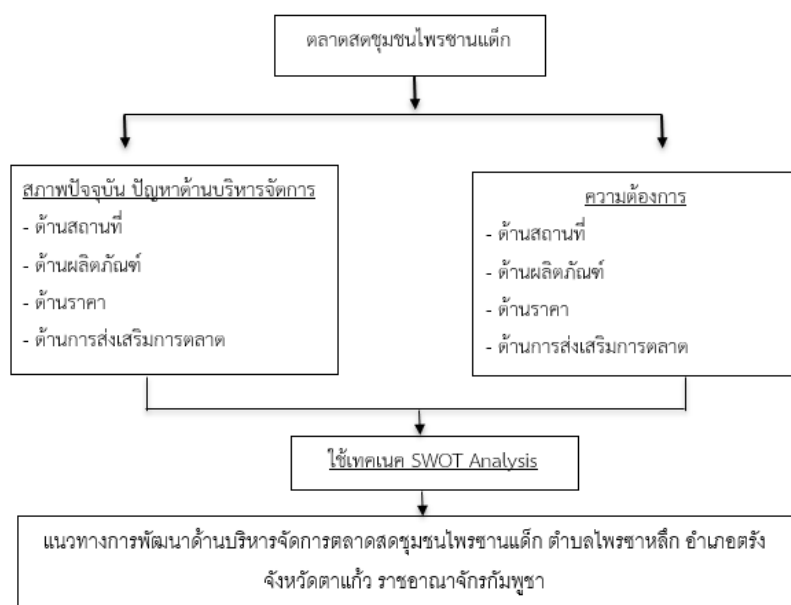
ประยุกต์ใช้เพื่อหาแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย 4Ps มาศึกษา ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาตลาดสดชุมชนไพรัชชนแด็กในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาด้านการบริหารจัดการ และความต้องการ ของตลาดสดชุมชนไพรัชชนแด็ก ตำบลไพรัชหลัก อำเภอดำรง จังหวัดตาก ราชอาณาจักรกัมพูชา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการตลาดสดไพรัชชนแด็ก ตำบลไพรัชหลัก อำเภอดำรง จังหวัดตาก ราชอาณาจักรกัมพูชา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาตลาดสดชุมชนไพรัชชนแด็ก ตำบลไพรัชหลัก อำเภอดำรง จังหวัดตาก



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มผู้บริหารจัดการตลาดสด 4 คน ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการบริหารและดูแลตลาดสด ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน บริษัทที่

ได้รับการประมวล หน่วยงานจากรัฐที่เกี่ยวข้อง (2) กลุ่มผู้ชาย 8 คน ได้แก่ แม่ค้า พ่อค้า ที่ทำการค้าขายในตลาดสดชุมชนไพรชานแด็ก (3) กลุ่มผู้ชาย 8 คน ได้แก่ ผู้คนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงที่มาใช้บริการจากตลาดสดชุมชนไพรชานแด็ก

การศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มบุคคลที่ศึกษาหลักผู้วิจัยได้เลือกชุมชนที่อยู่ใกล้กับตลาดสดชุมชนไพรชานแด็กไม่เกิน 2 กิโลเมตร มีชุมชน ได้แก่ หมู่บ้านโซจัน หมู่บ้านโคกญอ และหมู่บ้านไพรชานแด็ก และเลือกเฉพาะคนที่มีอายุ 15 ปี ถึง 60 ปี ในตำบลไพรชาหลัก อำเภอตรัง จังหวัดตาแก้ว ราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 187 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมดมีจำนวน 1863 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดตามเกณฑ์ร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามแบบสัมพัทธ์ผสมกับแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ผู้วิจัยใช้แบบสัมพัทธ์เชิงลึก และการสังเกต

ช่วงที่ 2 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของชุมชนที่อาศัยการซื้อสินค้า หรือใช้บริการในตลาด

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ บริบทพื้นที่และจำนวนประชากร
2. ผู้วิจัยได้ทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างกับชุมชนในจังหวัดตาแก้ว ราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามมาหาความเชื่อมั่น (reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ต้องการศึกษาความต้องการรูปแบบตลาดสดและปัญหาด้านบริหารจัดการ และคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่า 0.5 หลังจากที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ผ่านการหาคุณภาพของแบบสอบถามแล้ว จึงนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ จากนั้นผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการวิจัย
3. นำเสนอร่างแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ซึ่งใช้แบบประเมิน IOC (Index of item objective congruence : IOC) โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน คัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.6 แล้วผู้วิจัยจึงนำมาปรับปรุงและแก้ไขตามความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น
4. ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากภาคสนาม โดยใช้แบบสัมพัทธ์ประกอบกับการสังเกต (observation) และแบบสอบถาม
5. ทำการรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์สรุปประเด็นที่สำคัญตามกรอบขอบเขตด้านเนื้อหา
6. สรุปข้อมูลสภาพปัจจุบัน ปัญหาด้านบริหารจัดการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ของตลาดสดชุมชนไพรชานแด็ก
7. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบ ดูความสมบูรณ์ให้ครบทุกด้าน แล้วให้คะแนนและลงรหัส เตรียมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์

8. สรุปข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของชุมชนที่อาศัยการซื้อขายสินค้า หรือใช้บริการ จากตลาดสดชุมชนไพรชานแด็ก ตำบลไพรชาหลัก อำเภอดง จังหวัดตาก ราชอาณาจักรกัมพูชา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลช่วงที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้รวบรวมและประมวลผลข้อมูลสภาพปัจจุบัน ปัญหาการบริหารจัดการตลาดสดชุมชนไพรชานแด็ก ตำบลไพรชาหลัก อำเภอดง จังหวัดตาก ราชอาณาจักรกัมพูชา จากการรวบรวมข้อมูลตลอดการลงภาคสนามจากชุมชน รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ และรายงานผลการวิจัยด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (analytical description) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2. การวิเคราะห์ข้อมูลช่วงที่ 2 เป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม (SPSS) สำหรับประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยใช้สถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของชุมชน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) รวมถึงแปลผลเป็นระดับความคิดเห็น โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพความต้องการของชุมชนเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณา และสามารถแปลความหมายของคะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาความคิดเห็นของชุมชน ความต้องการและปัญหาการบริหารจัดการของตลาดสดชุมชนไพรชานแด็ก

ตารางที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	66	34.70
หญิง	121	65.30
รวม	187	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	36	19.25
31 - 40 ปี	56	29.95
41 - 50 ปี	74	39.57
51 - 60 ปีขึ้นไป	21	11.23
รวม	187	100.00
3. รายได้โดยเฉลี่ย (ต่อเดือน)		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	73	38.78

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
5,001 - 7,000 บาท	50	26.53
7,001 - 15,000 บาท	57	30.61
15,001 บาท ขึ้นไป	2	4.08
รวม	187	100.00
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	4	2.04
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	2.04
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	53	28.57
เกษตรกร/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	73	38.78
ข้าราชการ	11	6.12
พนักงานเอกชน	8	4.08
พนักงานก่อสร้าง	8	4.08
คนโรงงานเย็บผ้า โรงงานผลิตบุหรี และ ร้องเท้า	23	12.24
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	4	2.04
รวม	187	100.00
5. ผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่ท่านชอบไปซื้อ		
ผักสด/ผลไม้/พริกแกง/เครื่องเทศ	187	100.00
อาหารปรุงเสร็จและเครื่องดื่ม	187	80.00
เนื้อสัตว์ทุกชนิด	187	98.00
โทรศัพท์/แลกเปลี่ยนเงินตรา	187	30.00
เครื่องใช้ในครัว/เสื้อผ้า/รองเท้า/เครื่องแต่งตัว	187	40.00
อื่นๆ โปรดระบุ.....	187	20.00
รวม	187	100.00

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของชุมชนที่อาศัยการซื้อขายสินค้าและใช้บริการ จากตลาดสดชุมชนไพโรชานเด็ก ตำบลไพโรชานหลัก อำเภอดงรัก จังหวัดตากแก้ว ราชอาณาจักรกัมพูชา ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

หัวข้อที่ประเมิน	ความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านสถานที่			
1.1 สถานที่ตั้งของตลาดสดไพโรชานเด็ก มีความเหมาะสม	3.53	0.79	มาก
1.2 มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัย	3.02	0.59	ปานกลาง
1.3 มีการรักษาความสะอาดในบริเวณตลาดสด	2.76	0.69	ปานกลาง
1.4 ทางเดินในตลาดมีความสะดวก	3.06	0.88	ปานกลาง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของชุมชนที่อาศัยการซื้อขายสินค้าและบริการ จากตลาดสดชุมชนไพรัชแด็ก ตำบลไพรัชหลัก อำเภอดำรง จังหวัดตากแก้ว ราชอาณาจักรกัมพูชา ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

หัวข้อที่ประเมิน	ความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1.5 สถานที่จอดรถของตลาดสดมีปริมาณเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	2.55	0.65	ปานกลาง
รวม	2.98	0.37	ปานกลาง
2. ด้านผลิตภัณฑ์			
2.1 สินค้ามีความหลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของท่าน	2.65	0.60	ปานกลาง
2.2 สินค้ามีคุณภาพดีต่อสุขภาพของท่าน	2.53	0.71	ปานกลาง
2.3 มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์หลายขนาดให้ลูกค้าเลือกซื้อตามความต้องการของท่าน	2.57	0.61	ปานกลาง
2.4 สินค้าประเภทสดมีความสดใหม่	2.86	0.84	ปานกลาง
2.5 สนับสนุนสินค้าที่ผลิตในชุมชนมาขาย	3.37	0.95	ปานกลาง
รวม	2.77	0.37	ปานกลาง
3. ด้านราคา			
3.1 ราคาสินค้าที่วางขายในตลาดสดชุมชนไพรัชแด็ก มีความเหมาะสม	2.53	0.50	ปานกลาง
3.2 สินค้ามีติดป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิดและชัดเจน	2.06	0.43	น้อย
3.3 ราคาสินค้าที่ขายในตลาดสดชุมชนไพรัชแด็ก มีราคาถูกกว่าตลาดอื่น	2.27	0.64	น้อย
3.4 ทุกสินค้าสามารถต่อรองราคาได้	2.02	0.78	น้อย
3.5 ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับปริมาณสินค้า	2.31	0.47	น้อย
รวม	2.18	0.21	น้อย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 ตลาดสดชุมชนไพรัชแด็กของชุมชนในตำบลไพรัช หลัก มีการโฆษณาทางเว็บไซต์	1.10	0.31	น้อยที่สุด
4.2 มีประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้คนมาซื้อสินค้าจากตลาดสดชุมชนไพรัชแด็ก เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายไวนิล	1.06	0.24	น้อยที่สุด
4.3 มีนโยบายในการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าจากชุมชน	1.97	0.25	น้อย
4.4 สินค้าของชุมชนได้รับการสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดจากหน่วยงานราชการในตำบลอย่างสม่ำเสมอในการประชาสัมพันธ์และกระจายสินค้าจากท้องถิ่น	1.96	0.20	น้อย
4.5 ให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนในการดำเนินงานพัฒนาส่งเสริมช่องทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง	1.67	0.47	น้อย
รวม	1.56	0.45	น้อย

จากตารางที่ 2: ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ของตลาดสดชุมชนไพรัชแด็ก ด้านสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$) โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งของตลาดสดไพรัชแด็กมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.53$) และหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สถานที่จอดรถของตลาดสดมีปริมาณเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ($\bar{X} = 2.55$) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.77$) โดยมีหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สนับสนุนสินค้า

ที่ผลิตในชุมชนมาขาย ($\bar{x} = 3.37$) และหัวข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือ สินค้ามีคุณภาพดีต่อสุขภาพ ($\bar{x} = 2.53$) ด้านราคาอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.18$) โดยมีหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ราคาสินค้าที่วางขายในตลาดสดชุมชนไพร่โดยภาพรวม ราคาสินค้าที่วางขายในตลาดสดชุมชนไพร่ชานแด็ก มีความเหมาะสม ($\bar{x} = 2.53$) และหัวข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ทุกสินค้าสามารถต่อรองราคาได้ ($\bar{x} = 2.06$) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 1.56$) โดยมีหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ นโยบายในการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าจากชุมชน ($\bar{x} = 1.97$) และมีประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้คนมาซื้อสินค้าจากตลาดสดชุมชนไพร่ชานแด็ก เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายไว้นิล ($\bar{x} = 1.06$)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการและปัญหาด้านบริหารจัดการของตลาดสดชุมชนไพร่ชานแด็ก

หัวข้อที่ประเมิน	ความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านสถานที่			
1.1 สถานที่ตั้งของตลาดสดไพร่ชานแด็กไม่เหมาะสม	2.88	0.63	ปานกลาง
1.2 ขาดการดูแลรักษาความปลอดภัย	3.67	0.47	มาก
1.3 ขาดการดูแลความสะอาดในบริเวณตลาดสด	2.96	0.54	ปานกลาง
1.4 ขาดสถานที่จอดรถสะดวก	3.94	0.24	มาก
1.5 ขาดการบริหารด้านสาธารณูปโภค ไฟฟ้า น้ำ	3.06	0.59	ปานกลาง
รวม	3.30	0.50	ปานกลาง
2. ด้านผลิตภัณฑ์			
2.1 ไม่มีสินค้าหลากหลายประเภทและขนาดให้เลือก	2.94	0.66	ปานกลาง
2.2 ขาดการบรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.47	0.62	มาก
2.3 ขาดสินค้าที่ผลิตในชุมชน	2.41	0.61	น้อย
2.4 สินค้าประเภทสดไม่มีความสด	2.71	0.70	ปานกลาง
2.5 ขาดการตรวจสอบคุณภาพสินค้า	2.73	0.93	ปานกลาง
รวม	2.85	0.72	ปานกลาง
3. ด้านราคา			
3.1 ราคาสินค้าในตลาดไม่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับตลาดสดอื่น	3.71	0.68	มาก
3.2 สินค้าขาดการตั้งป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิดและชัดเจน	4.61	0.70	มากที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการและปัญหาด้านบริหารจัดการของตลาดสดชุมชนไพรัชชานแด็ก (ต่อ)

หัวข้อที่ประเมิน	ความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
3.3 สินค้ามีราคาแพงกว่าตลาดอื่น	3.51	0.62	มาก
3.4 สินค้าไม่สามารถต่อรองราคาได้	4.27	0.97	มาก
3.5 ราคาสินค้าไม่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ	3.31	0.87	มาก
รวม	3.88	0.77	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 ขาดประชาสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับผู้นำชุมชนและผู้บริหารจัดการตลาด	4.08	0.28	มาก
4.2 ขาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้คนมาชมซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนไพรัชชานแด็ก เช่น ป้ายไว้นิล เว็บไซต์ออนไลน์	4.86	0.35	มากที่สุด
4.3 ขาดการส่งเสริมสินค้าจากชุมชนไปนำเสนอและจัดจำหน่ายในตลาด	3.08	0.84	ปานกลาง
4.4 ขาดการสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดสินค้าแก่ชุมชนและท้องถิ่น	4.00	0.41	มาก
4.5 ขาดการให้ความรู้แก่ชุมชนเกี่ยวกับการตลาด	4.69	0.47	มากที่สุด
รวม	4.14	0.70	มาก

จากตารางที่ 3: ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ด้านสถานที่ของตลาดสดไพรัชชานแด็กอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$) โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ขาดสถานที่จอดรถสะดวก ($\bar{x} = 3.94$) และหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สถานที่ตั้งของตลาดสดไพรัชชานแด็กไม่เหมาะสม ($\bar{x} = 2.88$) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.85$) โดยมีหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ขาดการบรรจุภัณฑ์สวยงาม ($\bar{x} = 3.47$) และหัวข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ขาดสินค้าที่ผลิตในชุมชน ($\bar{x} = 2.41$) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) โดยมีหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สินค้าขาดการตั้งป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิดและชัดเจน ($\bar{x} = 4.61$) และราคาสินค้าไม่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ ($\bar{x} = 3.31$) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$) โดยมีหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ขาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้คนมาชมซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนไพรัชชานแด็ก เช่น ป้ายไว้นิล เว็บไซต์ออนไลน์ ($\bar{x} = 4.86$) และขาดการส่งเสริมสินค้าจากชุมชนไปนำเสนอและจัดจำหน่ายในตลาด ($\bar{x} = 3.08$)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้ SWOT Analysis

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ของตลาดสดชุมชนไพรชานแด็ก

SWOT ตลาดสดชุมชนไพรชานแด็ก	
จุดแข็ง (Strengths):	ตลาดสดมีที่ตั้งเป็นจุดกลางของอำเภอ ตลาดตั้งอยู่ใกล้ชุมชนมีความสะดวกของการเดินทาง ตลาดมีที่ตั้งติดถนนแห่งชาติเป็นทางผ่านจากกัมพูชาถึงประเทศเวียดนาม ตลาดมีการส่งเสริมสินค้าจากชุมชน มีนโยบายส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานภาครัฐ และองค์กร มีสินค้าที่ผลิตจากชุมชน รวมถึงสินค้าตามฤดู ผู้ขายส่วนใหญ่เป็นคนกันเองที่รู้จักในชุมชน เป็นแหล่งจำหน่ายเป็นที่รู้จักแก่ผู้ซื้อ/ผู้บริโภค
จุดอ่อน (Weakness)	ตลาดสดมีที่จอดรถไม่มีความสะดวกและคับแคบ ขาดความปลอดภัย ขาดความสะอาดเท่าที่ควร ขาดหลากหลายประเภทของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ราคาของสินค้าแพงกว่าตลาดอื่นๆ ขาดความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ขาดความสดใหม่ของสินค้า ขาดการจัดวางขายสินค้าในตลาดให้เป็นระเบียบเพื่อดึงดูดลูกค้า ขาดสินค้าที่ผลิตในชุมชน ขาดการผลิตสินค้าจากชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ขาดนโยบายเพื่อกำหนดราคาของสินค้าไม่ให้สูงกว่าตลาดใกล้เคียง ขาดการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่เอามาจัดจำหน่ายที่ตลาด ขาดการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์และรูปแบบอื่นๆ
โอกาส (Opportunities)	ตลาดสดเป็นช่องทางหนึ่งของการเสนอและจำหน่ายสินค้าจากชุมชน การสร้างตลาดสดหนึ่งที่เอากลับของชุมชนเพื่อชุมชน ส่งเสริมการผลิตสินค้าจากชุมชน การเพิ่มรายได้และสร้างงานให้ชุมชน เพื่อดึงดูดผู้ขายมาลงทุนจัดจำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภทมากขึ้น ดึงดูดผู้ซื้อมาใช้บริการเยอะมากขึ้น
อุปสรรค (Threats)	ตลาดสดใหญ่อยู่ใกล้ห่างจากตลาดนี้ไม่เท่าไรและมีสินค้าเยอะ สำหรับให้ผู้ซื้อคัดเลือกมากมายและถูกกว่า สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้ามีราคาสูง ขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจหรือกลยุทธ์ทางการตลาด ขาดนโยบายส่งเสริมต่างๆเพื่อสนับสนุนในการผลิตสินค้าจากชุมชนอย่างต่อเนื่องและหาตลาดให้ ขาดการพัฒนา รูปแบบและคุณภาพสินค้าตามความต้องการของตลาด ขาดความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสดสีเขียว ขาดการประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารจัดการตลาดสดกับผู้ขาย ขาดการช่วยส่งเสริมการตลาดจากผู้บริหารจัดการตลาดต่อผู้ขาย

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้นำเสนอมาตรการเพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาการบริหารจัดการตลาดสดไพรชานแด็ก ตำบลไพรชาหลัก อำเภอดง จังหวัดตาก ราชอาณาจักรกัมพูชา โดยหลักการประสมทางการตลาด (4Ps) ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาและเสนอและอภิปรายผลการวิจัยเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านสถานที่ จากการศึกษพบว่า สถานที่ตั้งของตลาดสดไพรชานแด็ก มีความเหมาะสม ($\bar{x} = 3.53$) ส่วนปัญหาของการบริหารจัดการของตลาดสดไพรชานแด็กด้านสถานที่ ($\bar{x} = 3.30$) คือ ขาดสถานที่จอดรถสะดวก ($\bar{x} = 3.94$) โดยที่ตั้งของตลาดสดอยู่ในจุดกลางของอำเภอที่มีความสะดวกระหว่างผู้คนในชุมชนมารวมกันเพื่อพบปะซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า และเป็นสถานที่หนึ่งสำหรับกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค เป็นแหล่งเศรษฐกิจหนึ่งสร้างอาชีพรายได้ โดยปัจจุบันผู้คนในชุมชนไม่ใช้ทำเกษตรกรรมอย่างเดียวแต่มีอาชีพเป็นพ่อค้าแม่ค้าด้วย และแสดงให้เห็นวิถีชีวิตรวมถึงวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชนไพรชานแด็ก แต่ว่าการบริหารจัดการของตลาดสดไพรชานแด็กยังขาดพื้นที่จอดรถมีความสะดวก และปริมาณเพียงพอ ในระดับมีปัญหาที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น การพัฒนาปรับปรุงด้านสถานที่ เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องแก้ไขวางแผนกลยุทธ์ของตลาดอันดับแรก โดยการจัดการพื้นที่จอดรถ และการจัดพื้นที่ตลาดให้ชัดเจน เพื่อสร้างดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชัยฤทธิ์ ทองรอด และวราภรณ์ สารอินมุล (2559) ได้ศึกษากรณีศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในเชิงธุรกิจของตลาดสด กรณีศึกษาตลาดสดใหม่ท่าเกวียน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีประเทศไทย พบว่า ปัจจัยความสำเร็จด้านสถานที่ เป็นเรื่องที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ สถานที่ต้องมีความปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่ดูแลตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ และสถานที่ต้องอยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่สามารถเดินทางไปได้สะดวก

2. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษพบว่า การบริหารจัดการของตลาดสดไพรชานแด็กด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.77$) ซึ่งหัวข้อที่มีการดำเนินการที่ดีที่สุด คือ หัวข้อสนับสนุนสินค้าที่ผลิตในชุมชนมาขาย ($\bar{x} = 3.37$) ส่วนปัญหาของการบริหารจัดการของตลาดสดไพรชานแด็กด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 2.85$) อยู่ในระดับปานกลาง และหัวข้อขาดสินค้าที่ผลิตในชุมชน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x} = 2.41$) นั้นแสดงว่า ผู้บริหารจัดการตลาดสดมีการสนับสนุนให้ผู้คนนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในท้องถิ่นมาจัดจำหน่าย มากที่สุด โดยผู้บริโภคชอบซื้อสินค้าที่ผลิตในชุมชนมากกว่าสินค้านำเข้า เพียงแต่ผู้จัดการมีแต่นโยบายการช่วยเหลือสนับสนุนพื้นที่ขายในตลาดน้อยอย่างเดียว ยังไม่มีนโยบายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้สวยงาม เป็นสิ่งดึงดูดใจผู้คนมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชัยฤทธิ์ ทองรอด และ วราภรณ์ สารอินมุล (2559) ได้กล่าวว่าปัจจัยความสำเร็จด้านผลิตภัณฑ์ด้วยว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องสินค้ามีรูปแบบใหม่ทันสมัย แตกต่างจากตลาดนัดอื่นๆ และการจัดร้านจำหน่ายสินค้า/บริการออกเป็นโซนๆ อย่างชัดเจน ไม่ปะปนกัน

3. ด้านราคา จากการศึกษพบว่า การบริหารจัดการของตลาดสดไพรชานแด็ก ด้านราคามีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.18$) และการบริหารจัดการตลาดสดด้านราคาที่มีน้อยที่สุดคือ ทุกสินค้าสามารถต่อรองราคาได้ ส่วนปัญหาของการบริหารจัดการของตลาดสดไพรชานแด็กด้านราคา ($\bar{x} = 3.88$) อยู่ในอันดับ มีปัญหามาก โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สินค้าขาดการตั้งป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิดและชัดเจน ($\bar{x} = 4.61$) รองลงมาคือ สินค้าไม่สามารถต่อรองราคาได้ ($\bar{x} = 4.27$) และหัวข้อ ราคาสินค้าไม่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.31$) นั้นแสดงว่า ราคาสินค้าที่วางขายในตลาดสดชุมชนไพรชานแด็กมีความเหมาะสม แต่สินค้ายังไม่มีการตั้งป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิดและชัดเจน

ผู้ซื้อต้องต่อรองราคาทุกครั้งและชนิดเมื่อไปซื้อของในตลาดสดไพรชานเด็ก ซึ่งจากการศึกษาของทศนา หงษ์มา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด: กรณีศึกษา ตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรี พบว่า ด้านราคา หัวข้อมีการให้ข้อมูลราคาสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ หัวข้อราคาลดทันทีใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน และข้อสามารถต่อรองราคาได้ ระดับมาก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดจากการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการของตลาดสดไพรชานเด็ก ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 1.56$) และการบริหารจัดการตลาดสดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีน้อยที่สุด คือ มีประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้คนมาชมซื้อสินค้าจากตลาดสดชุมชนไพรชานเด็ก เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายไวเนล ($\bar{x} = 1.06$) ส่วนปัญหาของการบริหารจัดการของตลาดสดไพรชานเด็กการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.14$) อยู่ในระดับมาก และหัวข้อขาดการส่งเสริมสินค้าจากชุมชนไปนำเสนอและจัดจำหน่ายในตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.08$) นั้นแสดงว่า ตลาดสดไพรชานเด็กมีนโยบายในการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าจากชุมชน รองลงมา คือ สินค้าของชุมชนได้รับการสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดจากหน่วยงานราชการในตำบลอย่างสม่ำเสมอในด้านการประชาสัมพันธ์และกระจายสินค้าจากท้องถิ่น ส่วนปัญหา คือ ตลาดสดไพรชานเด็กยังขาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้คนมาชมซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนไพรชานเด็ก เช่น ป้ายไวเนล เว็บไซต์ออนไลน์ ซึ่งจากการศึกษาของดลนัสม์ โพธิ์ฉาย (2562) ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ ได้แก่ มีการแสดงสินค้า/การทดลองชิมสินค้า ณ จุดขาย รองลงมาคือ มีการจัดรายการพิเศษแจกของแถม และของสมนาคุณตามจุดขายต่างๆ และมีการลดราคาในเทศกาลสำคัญ และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้า และมีการจัดทำสื่อโฆษณาในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน เช่น โบชัวร์ แผ่นพับ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านสถานที่ ตลาดสดชุมชนไพรชานเด็ก ควรมีการส่งเสริมใช้พื้นที่รอบข้าง ๆ ตลาดสดใช้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ขายอาหารสดหรือของใช้ใดๆ สามารถตั้งเป็นโต๊ะหรือซุ้มวางขายสินค้าในช่วงบ่ายจนถึงตอนเย็นเพื่อให้ผู้ขายที่มีสินค้าที่คงเหลือจากการทำการค้าขายในช่วงตอนเช้า หรือผู้คนในชุมชนทั่วไปที่อยากจะทำการค้าขายของที่ผลิตเองจากชุมชน โดยเฉพาะพื้นที่หน้าตลาดสดเป็นพื้นที่ติดถนนและมีผู้คนเดินทางไป-มา สามารถแวะจับจ่ายซื้อของได้สะดวก
2. ด้านผลิตภัณฑ์ ตลาดสดชุมชนไพรชานเด็ก ควรมีการติดต่อสื่อสารและส่งเสริมให้คำแนะนำให้คนมาลงทุนขายสินค้าที่ตลาดเพิ่ม เพื่อให้มีความหลากหลายประเภทของสินค้าสำหรับให้ลูกค้าได้คัดเลือก
3. ด้านราคา สินค้าที่วางขายควรจะมีป้ายปิดบอกราคาที่ชัดเจน และควรมีความรักภักดีต่อลูกค้าที่แท้จริง ดังที่ เชิง กักดา เป็นผู้จัดการดูแลตลาดสดได้กล่าวว่า ปัจจุบันในเรื่องของกำหนดราคาของสินค้าคือฝ่ายผู้ขายมีอิสระในการกำหนดราคาสินค้า ฝ่ายผู้บริหารจัดการตลาดสดยังไม่มีนโยบายต่าง ๆ เพื่อควบคุมหรือตรวจสอบการกำหนดราคาสินค้า เพียงแต่ให้คำแนะนำว่าไม่ให้กำหนดราคาสูงเกินไปและเหนือกว่าตลาดสดใกล้เคียง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการส่งเสริมให้มีประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์และการขายในรูปแบบอื่นๆ เนื่องจากผู้ขายส่วนใหญ่มีระดับในการศึกษาน้อยยังขาดความรู้เกี่ยวกับการตลาด เพราะฉะนั้นควรมีการช่วยจากกลุ่มผู้บริหารจัดการดูแลตลาดสด และผู้ที่มีส่วนร่วมในการดูแลตลาดสด หรือการผู้ที่มีประสบการณ์เพื่อนำแนะและให้ความรู้เพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบตลาด และความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อตลาดสดไพเราะชนแต่ก เพื่อร่วมสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นตั้งแต่การบริหารจัดการ การออกแบบสินค้าจากเกษตรกร
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ ด้านการบริหารจัดการสถานที่ เพื่อเป็นประโยชน์ สร้างอาชีพรายได้แก่ชุมชนของตำบลไพเราะชนหลัก อำเภอตรัง จังหวัดตาแก้ว ราชอาณาจักรกัมพูชา

เอกสารอ้างอิง

- ชัยฤทธิ์ ทองรอด และวราภรณ์ สารอินมูล. (2559) พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 21(3), 197-210.
- ดลนัสม์ โพธิ์ฉาย. (2562). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษา : ผู้บริโภค ในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทัศนาศ หงส์มา. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด กรณีศึกษา : ตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดนนทบุรี. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (2560). *ตลาด*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2562, จาก : <http://www.truelookpanya.com/blog/content/59833/>.
- Hallsworth, A. (2015). *Markets Matter Reviewing the evidence & detecting the market effect: The Reported Research of Manchester Metropolitan University* [Online]. Retrieved on April 7, 2020, Available : <https://www.highstreettaskforce.org.uk/resources/details/?id=d174affb-58bf-4043-beee-03a9e676260b>.
- Isoraite, M. (2016). Marketing mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research Granthaalayah*. 4(6), 1-13.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. (15th Global Edition). England : Pearson Education Limited.
- Makwana, A.K.. (2018). *MARKETING MANAGEMENT AND INTERNATIONAL TRADE*. [Online]. Retrieved on April 7, 2019, Available : <http://www.agrimoon.com/marketing-management-and-international-trade-pdf-book-free-download/>.
- Wikipedia. (23, July 2019). *Bazaar*. [Online]. Retrieved on August 26, 2022, Available : <https://en.wikipedia.org/wiki/Bazaar>.

การศึกษาความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ
การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา บริเวณจุดผ่านแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์
A Study of the Readiness of the Logistics, Products and Services of
Border Trade Thailand - Cambodia Surin Province

ลลนา สุขพิศาล^{1*} และ ภัทรารัตน์ ชิดชอบ²

Lalana Sookpisan^{1*} and Patrarat Chidchob²

Corresponding author, e-mail: sookpisan2533@gmail.com

Received: 19th October 2022. Revised: 17th July 2023; Accepted: 30th July 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ 2. ศึกษาศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ และ 3. จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ โดยมีการเก็บรวบรวมจาก ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าและบริการ ในด้านการค้าและบริการหรือผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในพื้นที่ของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา บริเวณจุดผ่านแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 254 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ใช้การวิเคราะห์สถิติขั้นพื้นฐานด้วยค่าความถี่ และร้อยละ ผลการศึกษาพบว่าการบริหารจัดการสินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การลดราคา กลยุทธ์ออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้าแบบปลีก การจัดเก็บสินค้าในร้านเพื่อจำหน่าย การศึกษาศักยภาพความพร้อมระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ โครงสร้างพื้นฐาน ผู้ให้บริการ ผู้รับส่งสินค้า และนโยบาย ทั้ง 4 ด้าน ยังไม่มีความพร้อม ต้องปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาและนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นตลาดที่มีมาตรฐาน เป็นที่ท่องเที่ยว รองรับการค้าเติบโตของเศรษฐกิจในอนาคต

คำสำคัญ: การค้าชายแดน ระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ

¹ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Program in Logistic Management, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Graduate School Surindra Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were: 1) to investigate the current situation of Problems and barriers in the logistics system of goods and services on the Thai- Cambodia border trade. 2) Investigate the potential and readiness of the logistics system for goods and services within the framework of Thai- Cambodia border trade. 3) Prepare recommendations on logistical management guidelines for border trade between Thailand and Cambodia in Surin Province. Collecting from entrepreneurs selling goods and logistics services in the market area of Chong Chom, Kap Choeng District, Surin Province. In terms of trade and services or logistics service providers within the Thai- Cambodia border area trade Chong Chom border area of Surin province. Using a specific sampling approach, 254 patients were analyzed using descriptive statistics. Using a baseline statistical analysis, the frequency, percent were obtained. The results of the study on logistics information, goods and services management Thai- Cambodia border trade mainly uses online reduction strategies. This is primarily a retail sale, the merchandise being stored in stores for resale. A study on the potential and preparedness of logistic systems for goods and services on Thai- Cambodia border trade in Surin province. Infrastructure, service providers, freight forwarders and policies in the four areas have not yet ready to improve, develop and implement the technology. In order to be ready to become a standardized market as a tourist support future economic growth.

Keywords: Cross-Border Trade, Logistics System of Goods and Services

บทนำ

ประเทศไทยมีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ ประกอบด้วย สหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กัมพูชา และมาเลเซีย มีจุดผ่านแดนถาวรเชื่อมโยงผ่านจังหวัดทั่วประเทศ 21 จังหวัด จึงเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจสามารถค้าขายกับประเทศอื่นๆ ได้เพิ่มขึ้น (กรมการค้าต่างประเทศ, 2562) จากข้อมูลศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน (2562) พบว่าภาวะการค้าขายแดนของไทยกับกัมพูชาในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2562 มีมูลค่าการค้ารวม 80,221.23 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 14.00 (%yoy) โดยการส่งออกมีมูลค่า 68,932.09 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 20.24 (%yoy) จากสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบสำคัญ เนื่องจากสินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในตลาดกัมพูชา ดังนั้นชาวกัมพูชาจึงนิยมใช้สินค้าไทยและนำเข้าสินค้าจากไทยมากขึ้น นอกจากนี้ด้านการค้าที่สำคัญที่มีมูลค่าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ด้านศุลกากรอรรถุประเทศ จังหวัดสระแก้ว มีมูลค่าการค้ารวม 50,413.06 ล้านบาท คิดเป็น 62.84 ของการค้าขายแดนไทยกัมพูชา รองลงมาคือ ด้านศุลกากรคลองใหญ่ จังหวัดตราด ด้านศุลกากรจันทบุรี และด้านศุลกากรช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ ทำให้ภาครัฐมีนโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการค้าขายแดน โดยส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้าไปลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมากขึ้น รวมถึงโครงการ

สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับเพื่อนบ้าน ที่มีการรวมกลุ่มประชุมเพื่อหารือกับประเทศเพื่อนบ้าน ในการผลักดันให้มีการอำนวยความสะดวกทางการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การเปิดด่านถาวรและจุดผ่อนปรนการค้า และขยายระยะเวลาการเปิดด่านชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากยิ่งขึ้น

จังหวัดสุรินทร์มีจุดการค้าบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา ณ จุดผ่านแดนถาวรช่องจอม หรือตลาดการค้าชายแดนช่องจอม เป็นเส้นทางข้ามแดนของจังหวัดสุรินทร์กับประเทศกัมพูชา จากสถิติการค้าผ่านจุดแดนถาวรช่องจอมประจำเดือนมกราคม-เมษายน 2562 มีมูลค่าการนำเข้า 1,387.66 ล้านบาท มูลค่าการส่งออก 1,656.54 ล้านบาท สินค้านำเข้ามูลค่าสูงสุด คือ ผักและของปรุงแต่งจากผัก 41.67% รองลงมาคือ ลวดและสายเคเบิล ที่หุ้มฉนวน 15.75 % สินค้าส่งออกมูลค่าสูงสุด คือ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ 11.24 % รองลงมาคือ รถยนต์อุปกรณ์และส่วนประกอบ 9.00% และอื่นๆ 52.41 % (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ, 2562) ซึ่งจุดผ่านแดนถาวรช่องจอม จังหวัดสุรินทร์เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการคมนาคมขนส่ง เป็นแหล่งการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สร้างมูลค่าการค้าระหว่างประเทศอย่างมาก ปัจจุบัน การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาเส้นทางขนส่ง พัฒนาอาคารและพื้นที่โดยรอบด่านถาวรช่องจอมให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่อง การศึกษาความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา บริเวณจุดผ่านแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ โดยศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรคของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ ศึกษาศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์ และจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ เพื่อเป็นการประเมินศักยภาพในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะพัฒนาเขตพื้นที่การค้าชายแดนให้มีศักยภาพในการค้า การลงทุน รวมถึงเป็นการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานราชการและผู้เกี่ยวข้องในเขตการค้าชายแดนไทยกัมพูชา จังหวัดสุรินทร์

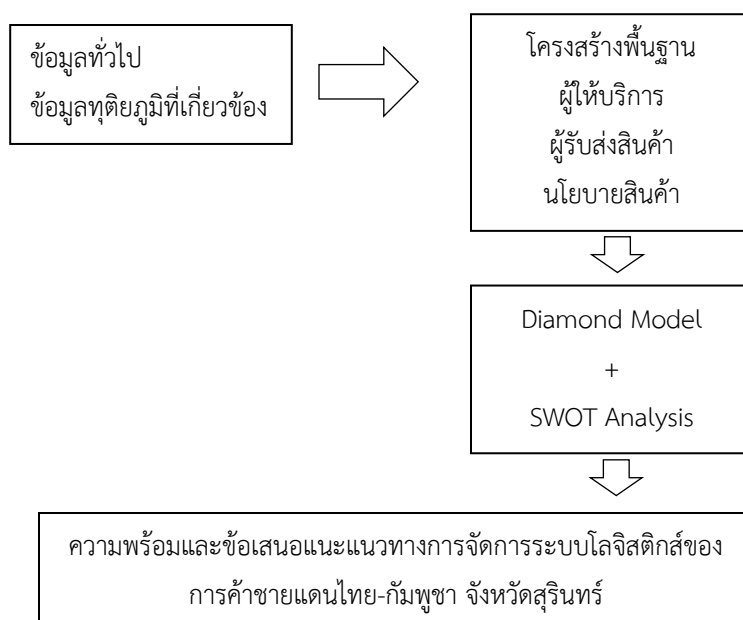
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยเริ่มจากการศึกษาแนวคิดและเก็บรวบรวมข้อมูลที่ข้องเกี่ยวกับความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ โดยทำการศึกษาและแบ่งตัวชี้วัดสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ด้าน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ผู้รับส่งสินค้า และกฎระเบียบ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ด้วยตัวแบบเพชร (Diamond Model) และ (SWOT Analysis) หลังจากได้ข้อมูลจากผู้วิจัยมีการ

จัดประชุมนำเสนอผลการศึกษาและรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ โดยผลจากการจัดประชุมดังกล่าว จะถูกนำมาสรุปการวิจัยและจัดทำข้อเสนอแนะต่อไป ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมการค้าและบริการด้านโลจิสติกส์ในพื้นที่เขตการค้าชายแดนไทย -กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ มีจำนวน 730 คน ซึ่งจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการให้บริการด้านกระบวนการข้ามแดนหรือผ่านแดน ของจุดผ่านแดนช่องจอม รวมถึงหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ของการค้า กลุ่มภาคเอกชนผู้ประกอบการด้านการค้าและบริการหรือผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในพื้นที่ของการค้าและกลุ่มผู้นำชุมชนหรือ ตัวแทนของชุมชนที่ปฏิบัติภาระหน้าที่ของตำแหน่งผู้นำ ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หรือตัวแทนกลุ่มต่างๆ ในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ของการค้า

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมการค้าและบริการด้านโลจิสติกส์ในเขตการค้าชายแดนไทย -กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 254 คน ซึ่งจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการให้บริการด้านกระบวนการข้ามแดนหรือผ่านแดน ของจุดผ่านแดนช่องจอม รวมถึงหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ของการค้า กลุ่มภาคเอกชนผู้ประกอบการด้านการค้าและบริการหรือผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในพื้นที่ของการค้าและกลุ่มผู้นำชุมชนหรือ ตัวแทนของชุมชนที่ปฏิบัติภาระหน้าที่ของตำแหน่ง

ผู้นำ ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หรือตัวแทนกลุ่มต่างๆ ในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ของการค้า โดยใช้สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) (Yamane, 1973 อ้างใน อีรุณี เอกกุล, 2543 : 170 - 174) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (1)$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

$$n = \frac{730}{1+730(0.05)^2}$$

$$n = 253.91 \text{ คน (ประมาณ 254 คน)}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Swot analysis) และแบบจำลองเพชร (Diamond model) หาจุดแข็งและจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา เพื่อประเมินศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ที่ศึกษา โดยการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลรวมไปถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งการรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลจากการลงพื้นที่เข้าร่วมการประชุมกลุ่มประชาคมรับฟังความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้เสียโดยการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ที่เข้าร่วมกิจกรรมและร่วมประเมิน รวมจำนวน 100 คน
2. ข้อมูลนโยบายแผนการพัฒนาและข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานทางด้านระบบโลจิสติกส์ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามโดยการเก็บด้วยตนเอง ผู้ช่วยนักวิจัยและนักศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 254 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์
3. การประเมินความพึงพอใจและความเป็นไปได้ตามแนวทางการจัดการระบบโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประเมินความพึงพอใจและความเป็นไปได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ ใช้วิธีใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าความถี่และร้อยละ (frequency and percentage)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ ใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วย Swot analysis และการวิเคราะห์แบบจำลองเพชร (Diamond model)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการของการค้าชายแดน-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ ผลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 254 คน ด้วยการจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานด้านระบบโลจิสติกส์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และประเมินประสิทธิภาพซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. การศึกษาศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 254 คน ส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบธุรกิจมาแล้ว 9-12 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,100-10,000 บาท สินค้าที่จำหน่ายมากที่สุดคือ สินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 14.96 รองลงมาคือ สินค้าอุปโภคอื่นๆ เช่น ผลไม้ ขนม ชา กาแฟ เครื่องเทศสมุนไพร สินค้าประเภทอาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ต่างๆ อาหารทะเล สินค้าประเภทจักรยาน สินค้าประเภทอาหารแห้ง เช่น ถั่วลิสง หอม กระเทียม สินค้าประเภทผ้า/อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน สินค้าประเภทกระเป๋า รองเท้า และอื่นๆ สินค้าประเภทแว่นตา สินค้าประเภทของเล่นเด็กและเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าประเภทเครื่องสำอางและเครื่องประดับ สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ และสินค้าประเภทโทรศัพท์ ตามลำดับ แหล่งที่มาของสินค้าส่วนใหญ่ที่ขายอยู่ในตลาดรับมาจากประเทศไทย รองลงมาคือแหล่งที่มาของสินค้าจากประเทศกัมพูชา ส่วนใหญ่เจ้าของกิจการเป็นผู้ขายสินค้าและใช้เงินทุนของตนเองในการลงทุน รองลงมาคือ กู้ยืมจากธนาคาร และกู้ยืมจากคนรู้จัก ฟั้นองตามลำดับ

2. ข้อมูลโลจิสติกส์การบริหารจัดการสินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย - กัมพูชา การวิเคราะห์ข้อมูลโลจิสติกส์การบริหารจัดการสินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย - กัมพูชา สรุปได้ดังนี้ กลยุทธ์การเพิ่มยอดขายผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การลดราคาสินค้า ร้อยละ 68.11 กลยุทธ์การขายออนไลน์ ร้อยละ 8.66 กลยุทธ์การแจก/แถม ร้อยละ 0.79 กลยุทธ์การสะสมยอด ร้อยละ 0.39 ตามลำดับ และไม่ได้ใช้กลยุทธ์ ร้อยละ 22.05 รูปแบบการขายสินค้าของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นการขายปลีก ความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าของผู้ประกอบการต่อเดือนส่วนใหญ่ มีการสั่งซื้อ 1-2 ครั้ง ความถี่ในการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการต่อเดือนส่วนใหญ่มีการขนส่งสินค้า 1-5 ครั้ง ส่วนใหญ่มี

การจัดเก็บสินค้าในร้าน มียอดการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้ง น้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีวิธีการวางจำหน่ายในร้าน ลักษณะของสินค้าที่วางจำหน่ายประเภทเดียว

3. การศึกษาศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาศักยภาพความพร้อมทั้งในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ผู้ให้บริการ ผู้รับส่งสินค้า และแผนนโยบาย สรุปได้ดังนี้

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ในส่วนของอาคาร สิ่งปลูกสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้างอื่นๆ รวมถึงลักษณะอาคารถาวรและอาคารชั่วคราว ระบบคมนาคมหลักเป็นถนนจราจร 4 เส้นทางจราจร ถนนเส้นรองเชื่อมต่อต่างๆ เป็นถนนคอนกรีตและลาดยาง มีไฟสัญญาณจราจร สามารถเดินทางสะดวกและปลอดภัย ระบบน้ำประปาปัจจุบันน้ำประปาขององค์การบริหารส่วนตำบลค่าน มีน้ำประปาใช้แต่ยังไม่เพียงพอ น้ำที่จะใช้น้ำบาดาล ปริมาณน้ำมีน้อย ทำให้น้ำประปาไหลน้อย ระบบไฟฟ้ามีไม่เพียงพอ ไฟดับบ่อย และระบบสื่อสาร และ อาคารสถานที่ จุดจำหน่ายสินค้า ที่จอดรถ ห้องน้ำ และระบบบำบัดน้ำเสีย ในภาพรวมแล้ว ระบบโครงสร้างยังไม่มีความพร้อม จะต้องพัฒนาในหลายๆ ด้านเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องทั้งภาครัฐ เอกชน และรวมถึงชุมชนต้องร่วมมือกัน เพื่อพัฒนาเป็นตลาดที่ใหญ่และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการค้าในตลาดช่องจอมมีสินค้าพร้อมจำหน่าย ผู้ให้บริการของภาครัฐในส่วนของบริการที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์และส่วนของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นชาวกัมพูชา มาเช่าเพื่อจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการบางร้านจ้างคนงานเพื่อช่วยจำหน่าย บางร้านใช้แรงงานในครัวเรือน ลักษณะของการขายส่วนใหญ่สินค้าที่จำหน่ายเป็นแบบซื้อมาขายไป ใช้ร้านเป็นที่เก็บสินค้า ผู้ให้บริการในส่วนของภาครัฐ หน่วยงานราชการ ผู้นำชุมชน ได้ให้บริการในส่วนของเอกสารการเดินทาง การให้บริการทางการแพทย์ การให้บริการด้านความปลอดภัย รวมถึงการเตรียมความพร้อม การพัฒนาโครงสร้างในด้านต่างๆ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ผู้รับส่งสินค้า สินค้าส่วนใหญ่ในตลาดเป็นสินค้ามือสอง นำเข้ามา กระบวนการรับส่งส่วนใหญ่ใช้รถบรรทุกสินค้า ของบริษัทขนส่งเอกชน ผ่านเข้ามาทางจุดผ่านแดนช่องจอม โดยการเสียภาษีนำเข้า สินค้ารองลงมาเป็นสินค้าเกษตร พืชผัก สินค้านี้จะมีทั้งรับมาจากทางประเทศเพื่อนบ้านโดยการขนส่งของพ่อค้าคนกลาง มาขายกระจายและขายในตลาด มีส่วนน้อยที่เป็นผลไม้ในตัวจังหวัดที่พ่อค้า แม่ค้า รายย่อยรับมาเพื่อจำหน่าย การรับส่งสินค้าเป็นการซื้อขายซื้อมาขายไปเป็นวัน เป็นอาทิตย์ และมีเป็นเดือน ระยะเวลาการขนส่งไม่นาน ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า และความต้องการสินค้านั้นๆ ปัจจุบันปริมาณการขนส่งได้จำกัดลง สามารถขนส่งเฉพาะสินค้าที่มีความจำเป็นเพื่อป้องกันและการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโคโรนา2019

ด้านนโยบาย ภาครัฐและผู้เกี่ยวข้องมีการทำเสนอโครงการเพื่อพัฒนา ส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากพื้นที่ของตลาดเป็นของธนารักษ์ กระบวนการในการขอใช้พื้นที่ที่ผ่านมาค่อนข้างใช้เวลา มีการพัฒนาโครงสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นศูนย์กลางการซื้อขายสินค้ามือสองที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดสุรินทร์และเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้วย SWOT Analysis

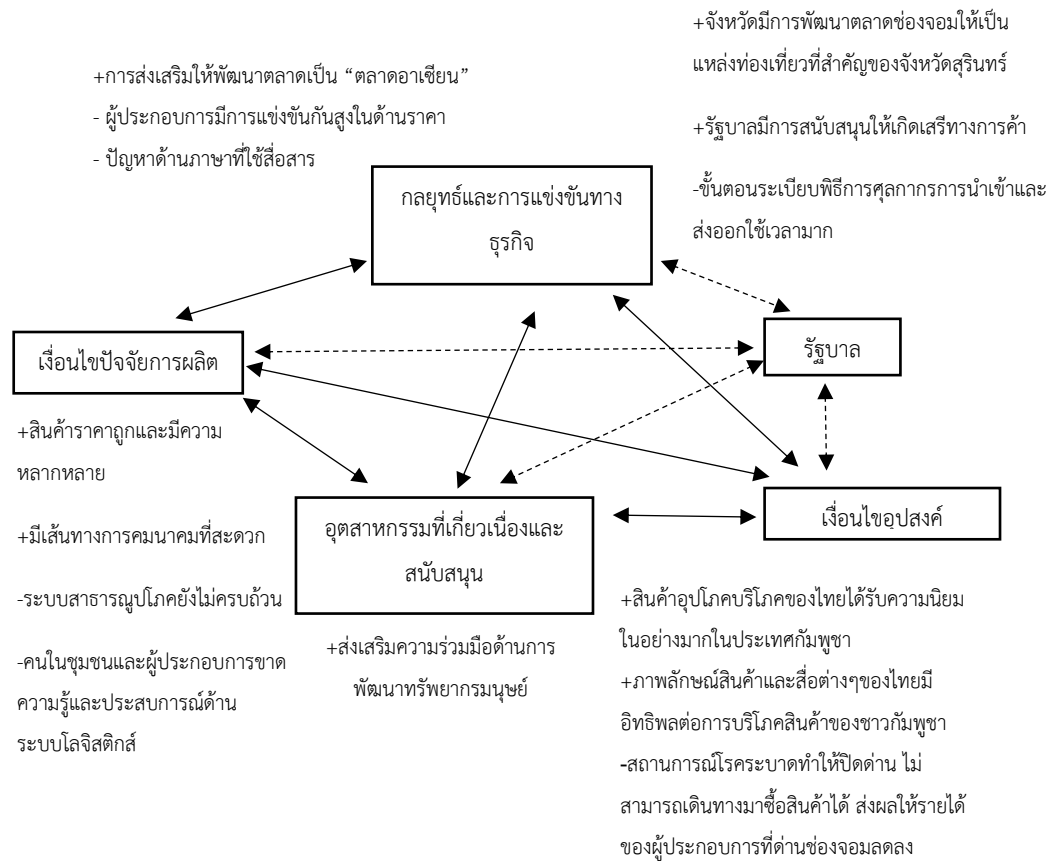
จากข้อมูลหัตถยภูมิที่เกี่ยวข้องและลักษณะทางกายภาพปัจจุบัน แนวโน้ม โอกาส ปัญหาและอุปสรรค ของระบบโลจิสติกส์ในพื้นที่ศึกษาสามารถหาข้อสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT ของระบบโลจิสติกส์ในของตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชาบริเวณจุดผ่านแดนถาวรช่องจอม

SWOT Analysis	
จุดแข็ง (Strength) 1. สินค้าราคาถูก 2. สินค้ามีความหลากหลาย 3. มีเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อการเดินทางและการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังด้านโอรเสม็ด จังหวัดอุดรธานี ประเทศกัมพูชาที่สะดวก	จุดอ่อน (Weakness) 1. ปัญหาด้านภาษาที่ใช้สื่อสาร 2. มีสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ค่อนข้างมาก 3. มีการแข่งขันด้านราคา 4. คนในชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และประสบการณ์ด้านระบบโลจิสติกส์ 5. ระบบสาธารณูปโภคยังไม่ครบถ้วน
โอกาส (Opportunity) 1. สินค้าอุปโภคบริโภคของไทยได้รับความนิยมในอย่างมากในประเทศกัมพูชา 2. ภาพลักษณ์สินค้าและสื่อต่างๆของไทยมีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้าของชาวกัมพูชา 3. จังหวัดมีการพัฒนาตลาดช่องจอมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ 4. การส่งเสริมให้พัฒนาตลาดเป็น “ตลาดอาเซียน” 5. รัฐบาลมีการสนับสนุนให้เกิดเสรีทางการค้า 6. ส่งเสริมความร่วมมือด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	อุปสรรค (Threat) 1. สถานการณ์โรคระบาดทำให้ปิดด่าน ไม่สามารถเดินทางมาซื้อสินค้าได้ ส่งผลให้รายได้ของผู้ประกอบการที่ด่านช่องจอมลดลง 2. ขั้นตอนระเบียบพิธีการศุลกากรการนำเข้าและส่งออกใช้เวลานาน 3. มีการเก็บภาษีนำเข้าสินค้าจากกัมพูชาสูงขึ้น

การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร

การศึกษาความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา บริเวณจุดผ่านแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้ตัวแบบเพชรในการวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการจากผลการศึกษา พบว่า



รูปที่ 2 การศึกษาความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้ตัวแบบเพชร

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่เข้าร่วมการประชุมกลุ่มประชาคมรวมจำนวน 100 คน เพื่อรับฟังความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้เสียโดยการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
	กลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ	กลุ่มภาคเอกชน/ประกอบการ	กลุ่มผู้นำชุมชน
1.ด้านสินค้าและบริการ	- ผู้ประกอบการควรมีทักษะด้านสินค้าและบริการมากขึ้น - จัดอบรมให้ความรู้กับผู้ประกอบการด้านกฎหมายสรรพสามิตพิธีการศุลกากร และข้อกฎหมาย ที่เกี่ยวกับการค้าเขตชายแดน - จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการส่งเสริมการขาย ให้กับผู้ประกอบการ มากขึ้น	- ควรมีการจัดอบรมสัมมนา ให้ความรู้เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านสินค้าและบริการแก่ผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ - ควรเข้ามาสนับสนุน และผลักดัน ด้านการนำเข้า-ส่งออก ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย - ควรมีการผ่อนผัน ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าเขตชายแดน	- ควรจัดหาหน่วยงานเข้ามาตรวจสอบคุณภาพสินค้าและบริการ - ควรจัดหาสินค้าที่มีความหลากหลายมาจำหน่าย -
2. ด้านสาธารณูปโภค	- ปรับปรุงถนนและระบบการขนส่งให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น	- ควรมีธนาคารสาขาย่อยเขตการค้าชายแดน เพื่อความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงิน	- ควรมีการเพิ่มระบบไฟฟ้า และ ระบบน้ำประปาให้เพียงพอต่อการใช้งาน ของคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะแนวทางการ จัดการโลจิสติกส์การค้า ชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
	กลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงาน ภาครัฐ	กลุ่มภาคเอกชน/ ประกอบการ	กลุ่มผู้นำชุมชน
	- ติดตั้งเสาไฟถนน และ โคมไฟสาธารณะ เพื่อเพิ่ม แสงสว่างตามถนน	- ควรมีเพิ่มช่องทางข้อมูล ข่าวสารที่หลากหลายและ สามารถเข้าถึงได้ง่าย	- ควรมีลานจอดรถ เพื่อ รองรับประชาชนที่เดินทาง มาซื้อสินค้า - ควรจัดทำระบบบำบัดน้ำ เสีย ที่ได้มาตรฐาน

ตารางที่ 2 ข้อเสนอแนะความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้เสียและข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ (ต่อ)

ข้อเสนอแนะแนวทางการ จัดการโลจิสติกส์การค้า ชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
	กลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงาน ภาครัฐ	กลุ่มภาคเอกชน/ ประกอบการ	กลุ่มผู้นำชุมชน
3. ด้านการบริหารจัดการ และสนับสนุนจากภาครัฐ		- ควรปรับปรุงแก้ไข กฎหมาย ระเบียบพิธีการ การนำเข้า-ส่งออกของ การค้าชายแดนไทย- กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ - ควรจัดการระบบเอกสาร การนำเข้าส่งออก ให้มี ความรวดเร็ว - ควรจัดหา จุดจอด รถบรรทุกสินค้า และรถ ขนส่งสาธารณะ	

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่สภาพปัจจุบัน แนวโน้ม โอกาส ปัญหาและอุปสรรคในพื้นที่ การวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการ การค้าชายแดนไทย-

กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชนได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทยชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ดังนี้

ด้านโครงสร้าง ด้านสาธารณูปโภค ควรมีการเพิ่มระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปาให้เพียงพอต่อความใช้งานของคนในพื้นที่ ปรับปรุงระบบการขนส่งให้มีความสะดวกสบาย มีลานจอดรถ เพื่อรองรับประชาชนที่เดินทางมาซื้อสินค้า ควรมีธนาคารสาขาย่อยเขตการค้าชายแดน เพื่อความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินและเพิ่ม

ด้านสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการควรมีทักษะด้านสินค้าและบริการ ด้านกฎหมายสรรพสามิต พิธีการศุลกากร และข้อกฎหมาย ที่เกี่ยวกับการค้าเขตชายแดนและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น ควรให้มีการจัดอบรมสัมมนา ให้ความรู้เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านสินค้าและบริการแก่ผู้ประกอบการ มีการสนับสนุนและผลักดันรวมถึงการผ่อนผัน ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก ให้กับผู้ประกอบการรายย่อยเขตการค้าชายแดน ควรจัดหาสินค้าที่มีความหลากหลายมาจำหน่ายและให้หน่วยงานเข้ามาตรวจสอบคุณภาพสินค้าและบริการ ช่องทางข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ด้านการบริหารจัดการและสนับสนุนจากภาครัฐ ควรปรับปรุงแก้ไขกฎหมายระเบียบพิธีการศุลกากร และการจัดการระบบเอกสาร นำเข้า – ส่งออก ของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ให้มีความรวดเร็ว ควรจัดหาจุดจอดรถบรรทุกสินค้า รถขนส่งสาธารณะ เพื่อให้สามารถใช้งานพื้นที่ได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุดและก่อให้เกิดความปลอดภัยกับรถที่เข้ามาใช้บริการ

อภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความพร้อมของระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ โดยทำการศึกษาศาสนาการณ์ ปัญหาอุปสรรค ศักยภาพความพร้อมของระบบโลจิสติกส์การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ จะเห็นได้ว่าโดยทั่วไปการค้าชายแดนไทย-กัมพูชามีรูปแบบการซื้อขายระหว่างคนในพื้นที่และนำเข้า-ส่งออก สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค มีความสอดคล้องกับเทพรักษ์ สุริยา และลำปาง แม่นมาตย์ (2561: 153) ที่ได้ศึกษา บทบาทการค้าชายแดนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนกรณีศึกษาจังหวัดหนองคายจังหวัดนครพนมและจังหวัดมุกดาหาร พบว่า การค้าชายแดนมีลักษณะการค้าทั่วไปทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ของพ่อค้าแม่ค้า หรือผู้ประกอบการที่อาศัยอยู่บริเวณชายแดน สินค้าที่นำมาจำหน่ายบริเวณชายแดนส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้า นำเข้า- ส่งออกระหว่างประเทศ ผู้ซื้อหรือลูกค้าที่เดินทางเข้ามาซื้อสินค้าบริเวณชายแดน ได้แก่ คนต่างชาติ คนในภูมิภาคอื่นของประเทศไทยและคนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งในภาพรวมพบว่าการค้าชายแดนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนด้านบวกทั้งด้านอาชีพและการจ้างงานด้านการเพิ่มรายได้ และด้านสังคมความเป็นอยู่และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านการส่งเสริมอาชีพการจ้างงานในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของจุดผ่านแดนถาวรช่องจอม เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ ศักยภาพความพร้อมของการจัดการระบบโลจิสติกส์สินค้าและบริการการค้าชายแดนไทยกัมพูชา โดยใช้ตัวแบบเพชรในการวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับณัฐธินัน เอื้อศิลป์ และยุทธภูมิ ขูลาหาล้า (2561 : 19) ที่ได้ศึกษา การศึกษาศาสนาการณ์การค้าของผู้ประกอบการบริเวณด่านช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ พบว่าจุดแข็งและโอกาสของธุรกิจคือสินค้านำเข้าไม่แพงมีความหลากหลาย ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ จุดอ่อนและอุปสรรค คือ ขาดประสบการณ์ในการค้า

ขาดทักษะด้านภาษา ผลการวิเคราะห์ตัวแบบเพชรซึ่งเกิดจากการรวบรวม ข้อมูล ทฤษฎีและแบบสอบถาม ในเงื่อนไข ด้านอุปสงค์พบว่าลูกค้าในประเทศมีความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นแต่ลูกค้าก็มา ลดลง ด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิตพบว่า สินค้า หลากหลายราคาถูกแต่ขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการแข่งขัน และกลยุทธ์พบว่าการรวมตัวกันในธุรกิจ เดียวกันแต่ยังมีการแข่งขันเน้นเรื่องราคาด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและด้านรัฐบาลพบว่าการสนับสนุนจากรัฐบาลทั้ง สองประเทศ และจังหวัดสุรินทร์ได้รับการส่งเสริมให้เป็นตลาดอาเซียน แต่รัฐ ก็เพิ่มมาตรการ จัดระเบียบการค้าและเพิ่ม อัตราภาษีนำเข้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ศึกษาศักยภาพความพร้อมของโลจิสติกส์สินค้าและบริการของการค้าชายแดน ไทย-กัมพูชาไปใช้ในการ ปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจบริเวณจุดผ่านแดนและให้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดูแลให้คำปรึกษา แนะนำ และประสานงาน ให้กับผู้ประกอบการที่สนใจทำการค้า เขตชายแดน เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการค้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาระบบโลจิสติกส์การค้าและการบริการที่เปลี่ยนแปลงไปช่วงสถานการณ์ COVID-19 เพื่อขยายผล การศึกษาและเป็นข้อเสนอแนะกับองค์กรหรือหน่วยงานอื่นๆ

2. ควรศึกษาระบบโลจิสติกส์การค้าและการบริการที่เปลี่ยนแปลงก่อนและหลัง COVID-19 ในเชิงลึกเป็นราย ด้านเพื่อนำผลมาเปรียบเทียบ ซึ่งนำผลที่ได้มาปรับใช้ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าต่างประเทศ. (2562). สถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนไทยของประเทศไทย ปี 2560-2562

[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2564, จาก : <https://www.dft.go.th/bts/trade-report>

กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน. (2563). คำนิยามที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทย [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22

มิถุนายน 2564, จาก : <https://www.dft.go.th/bts/bts-trader>

กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ. (2562) . สถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของ

ประเทศไทยปี 2560-2562 (มกราคม-เมษายน) [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2564, จาก :

<https://www.dft.go.th/Portals/3/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%81%E0%B8%94%E0%B8%99%20%E0%B9%80%E0%B>

- 8%94%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%99%20%E0%B9%80%E0%B8%A1.%E0%B8%A2%2062.pdf
- ณัฐธินันท์ เอื้อศิลป์ และยุทธภูมิ ชูลาหาล้า. (2561). การศึกษาสถานการณ์การค้าของผู้ประกอบการบริเวณด่านช่องจอม จังหวัดสุรินทร์. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 8(1), 19-27.
- เทพรักษ์ สุริฝายและลำปาง แม่นมัตย์. (2561). บทบาทการค้าชายแดนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร. *วารสารการเมืองเมืองการปกครอง*, 8(1), 153 - 176.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี. 445 หน้า.
- ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2562). การค้าชายแดน [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.gsbresearch.or.th/gsb/published-works/6713/>.

การพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด
หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอบรบพระ จังหวัดตาก
Development of E-Commerce System of Avocado Group Farm at Romklao Sahamit
Village, Khiri Rat Subdistrict

ศุภมาส ผกาคาศ^{1*}

Suphamart Phakakat¹

*Corresponding author, e-mail: Suphamart_p@kpru.ac.th

Received: April 28th, 2022 ; Revised: July 25th, 2023; Accepted: August 26th, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร 2. พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด และ 3. ประเมินความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด กลุ่มตัวอย่างของวิจัยนี้ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรเพาะปลูกอะโวคาโด ในหมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้ได้แก่ 1. แบบสอบถามความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร 2. ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด และ 3. แบบประเมินความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด ผลการวิจัยพบว่า 1. ผลความต้องการการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโด พบว่า มีความต้องการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.00, S.D. = 0.78) 2. ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโด ได้รับการพัฒนาระบบมาจากความต้องการของชุมชน 3. ผลการประเมินความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโด พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.06, S.D. = 0.81)

คำสำคัญ: ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ผลิตภัณฑ์อะโวคาโด, หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

Lecturer of Bachelor of Business Administration Program Digital Business Technology Major Kamphaeng Phet Rajabhat University, Mae Sot

Abstract

The research aimed to 1. study demands of e-commerce system of avocado products for cultivators in Romklao Sahamit village 2. development e-commerce system of avocado products for cultivators in Romklao Sahamit village and 3. evaluate satisfaction of e-commerce system of avocado products for cultivators in Romklao Sahamit village. Sample group in this research is 30 cultivators who usually grow avocado in Romklao Sahamit village; there are three different types of tools used, which are 1. demand questionnaire for e-commerce system of avocado products for avocado cultivators in Romklao Sahamit village 2. e-commerce system of avocado products for cultivators in Romklao Sahamit village and 3. satisfaction Assessment of e-commerce system of avocado products for cultivators in Romklao Sahamit village. The results of this research found that 1. avocado products are truly in great demand, with an arithmetic mean ($\bar{x} = 4.00, S.D. = 0.78$) 2. the consequence of e-commerce system of avocado products improvement is developed from community needs. and 3. satisfaction assessment of e-commerce system of avocado products indicates high level of satisfaction, with an arithmetic mean ($\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.81$).

Keywords: E-Commerce, Avocado Produce, Romklao Sahamit Village

บทนำ

ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบของออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตมนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลาการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์เป็นการบอกข่าวสารหรือการสื่อความหมายถึงข่าวสารข้อเท็จจริงต่างๆไปสู่กลุ่มประชาชน และสามารถแสดงถึงความเคลื่อนไหวของสินค้า และสามารถตรวจสอบสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และร้านค้าตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ได้มีการพัฒนาระบบสารสนเทศให้มีการดำเนินงานในด้านการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพซึ่งในปัจจุบันผู้คนทั่วโลกได้หันมาใช้เทคโนโลยีดังกล่าวเพิ่มทุกวัน (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2560)

ซึ่งในกลุ่มเกษตรกรอะโวคาโดหมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตรบุรีถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจดังนี้ จากปัญหาพบว่า ยังไม่มีช่องทางการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การตลาดออนไลน์ นอกจากนี้ ยังมีเรื่องของการกระจายข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับความรู้ของอะโวคาโดยังไม่มากพอต่อความต้องการ การเข้าใจลักษณะของการปลูกการรักษา การแนะนำสายพันธุ์ต่างๆ และการดูแลรักษา การสอนวิธีการเพาะพันธุ์ของต้นอะโวคาโด การปลูกอะโวคาโดให้ถูกวิธีการ การรู้การเข้าใจการปลูกอะโวคาโดที่ถูกต้องตามลักษณะของการปลูก การรับรู้การเข้าใจการเก็บรักษาอะโวคาโด การพิจารณาลักษณะความเหมาะสมของพื้นที่ที่ทำการเพาะปลูกอะโวคาโด การดูความเหมาะสมของอะโวคาโดในการปลูกแต่ละพื้นที่ของการเพาะปลูก เพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสารสินค้าที่มาจากการแปรรูปของสินค้าที่มาจากอะโวคาโด

ให้มีความน่าสนใจและมีความแปลกใหม่ และการทำให้การดำเนินงานที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น การเรียนรู้การเข้าใจการใช้การทำธุรกรรมซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต

จากปัญหาข้างต้นทางผู้จัดทำจึงเล็งเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นจึงมีความคิดที่จะทำการงานวิจัยเรื่องพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโด เพื่อสนับสนุนเกษตรกรอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศรีราษฎร์อำเภอบพพระ จังหวัดตาก
2. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศรีราษฎร์อำเภอบพพระ จังหวัดตาก
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศรีราษฎร์อำเภอบพพระ จังหวัดตาก

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเกษตรกรเพาะปลูกอะโวคาโดได้จากการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามความต้องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะการตอบข้อมูลส่วนตัวแบบเลือกตอบ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราวัดนามบัญญัติและมาตราวัดเรียงลำดับ

ตอนที่ 2 ความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นลักษณะแบบประเมินแบบตอบข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับความสำคัญ (Likert, 1970 : 275) ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ความต้องการมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ความต้องการมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ความต้องการปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ความต้องการน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ความต้องการน้อยที่สุด

แปลความหมายของค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 102-103) ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง ความต้องการมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง ความต้องการมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ความต้องการปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง ความต้องการน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ความต้องการน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นลักษณะแบบประเมินข้อเสนอแนะ การตอบคำถาม

2. แบบประเมินความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตมะม่วงหิมพานต์ ตำบลศรีราษฎร์ อำเภอบางบาล จังหวัดตาก ประกอบด้วย แบบประเมินความพึงพอใจ มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ เป็นลักษณะประเมิน แบบตอบข้อมูลส่วนตัว แบบเลือกตอบ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดนามบัญญัติและมาตรวัดเรียงลำดับ

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นลักษณะแบบประเมินแบบตอบข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับความสำคัญ (Likert, 1970 : 275) ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ความต้องการมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ความต้องการมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ความต้องการปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ความต้องการน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ความต้องการน้อยที่สุด

แปลความหมายของค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 102-103) ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง ความต้องการมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง ความต้องการมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ความต้องการปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง ความต้องการน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ความต้องการน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นลักษณะแบบประเมินข้อเสนอแนะ การตอบคำถาม

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการทดสอบคุณภาพเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อตรงตามกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence : IOC) เท่ากับ 0.33 และนำไปทดสอบกับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1990 : 202 - 204) ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.88

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัย ดังนี้

1. นำข้อมูลจากเครื่องมือแบบสอบถามความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร มาสรุปผลเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบและสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. วิเคราะห์ข้อมูลถึงความสามารถของระบบที่ต้องการเพื่อออกแบบการทำงาน
3. ทำการออกแบบแผนภาพบริบท (Context Diagram) และแผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) รวมถึงแบบจำลองที่ใช้อธิบายโครงสร้างของฐานข้อมูล (ER Diagram) โดยมีการออกแบบ
4. สร้างและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถทำงานได้สมบูรณ์
5. ทดสอบและปรับปรุงระบบก่อนรับการประเมินโดยคณะกรรมการและผู้ประเมิน
6. ประเมินความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก่อนนำไปใช้งาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมการคำนวณสถิติใช้ ข้อมูลมีดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก ผลการวิจัย พบว่า

1. ผลศึกษาความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก

ตารางที่ 1 ผลศึกษาความต้องการด้านการออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

ด้านความต้องการด้านการออกแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การออกแบบมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	4.33	0.84	มาก
2. ภาพ สี ตัวอักษร และการออกแบบมีความเหมาะสม	4.20	0.80	มาก
3. ความประณีตสวยงาม	4.13	0.77	มาก
4. ความน่าสนใจของหน้าเว็บเพจ	3.96	0.76	มาก
5. เมนูต่าง ๆ ในเว็บไซต์ใช้งานง่าย	4.06	0.82	มาก
6. ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	4.06	0.78	มาก
7. ผลของการสืบค้นตรงกับความต้องการ	3.93	0.73	มาก
8. การเชื่อมโยงสัมพันธ์ ภายในเว็บไซต์มีความสอดคล้องและเหมาะสม	3.80	0.76	มาก
9. ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	3.96	0.92	มาก
10. เนื้อหามีความถูกต้อง	4.13	0.68	มาก
รวมด้านการออกแบบ	4.05	0.78	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านการออกแบบ โดยภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยต้องการให้เรื่องของการออกแบบมีความเหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.84) รองลงมาคือเรื่องของเมนูต่างๆ ในเว็บไซต์ใช้งานง่าย ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.82) และต้องการในเรื่องของความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.78)

ตารางที่ 2 ผลศึกษาความต้องการด้านกระบวนการทำงานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

ด้านกระบวนการทำงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ระบบสมัครสมาชิก	3.80	0.71	มาก
2. ระบบการสั่งซื้อ	4.16	0.83	มาก
3. ระบบการชำระเงิน	4.00	0.87	มาก
4. ความสามารถในการ เพิ่ม ลบ ปรับปรุง แก้ไข ข้อมูลในระบบ	4.03	0.85	มาก
5. การแสดงผลข้อมูลได้อย่างถูกต้อง	3.80	0.71	มาก
รวมด้านกระบวนการทำงาน	3.95	0.79	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยต้องการให้เรื่องของการ

ระบบการสั่งซื้อ ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.83) รองลงมาคือเรื่องของความสามารถในการ เพิ่ม ลบ ปรับปรุง แก้ไข ข้อมูลในระบบ ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.85) และระบบการชำระเงิน ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.87)

ตารางที่ 3 ผลศึกษาความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคงของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัย	4.00	0.83	มาก
2. มีความปลอดภัยในการใช้งานของผู้ใช้งาน	3.96	0.76	มาก
3. มีระบบป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น	3.80	0.71	มาก
รวมด้านความปลอดภัยและความมั่นคง	3.92	0.76	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง โดยภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยต้องการให้เรื่องของการจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัย ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.83) รองลงมาคือเรื่องของความปลอดภัยในการใช้งานของผู้ใช้งาน ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.76) และระบบป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 0.76)

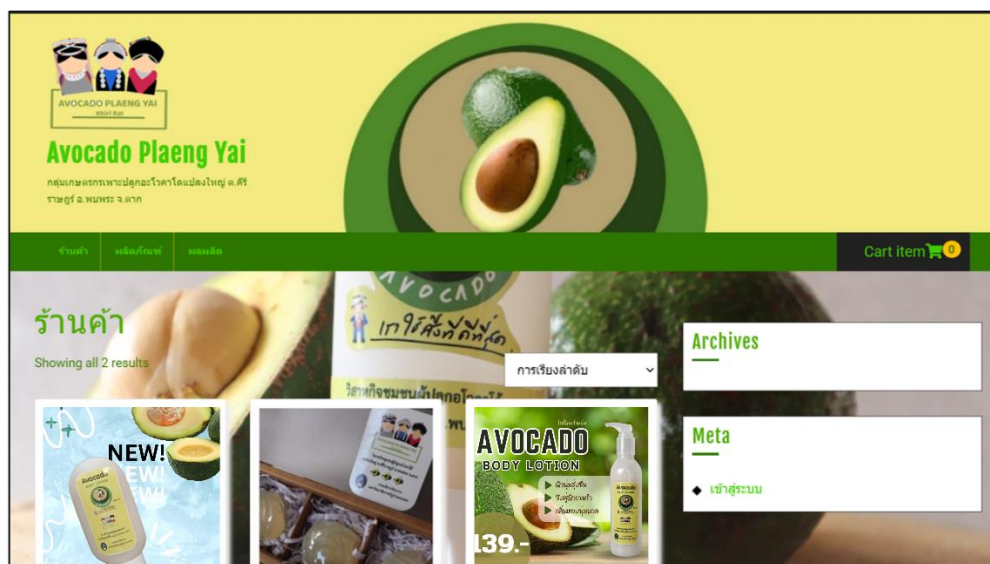
ตารางที่ 4 ความต้องการภาพรวมของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

ภาพรวมของความต้องการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการออกแบบ	4.05	0.78	มาก
2. ด้านกระบวนการทำงาน	3.95	0.79	มาก
3. ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง	3.92	0.76	มาก
รวม	4.00	0.78	มาก

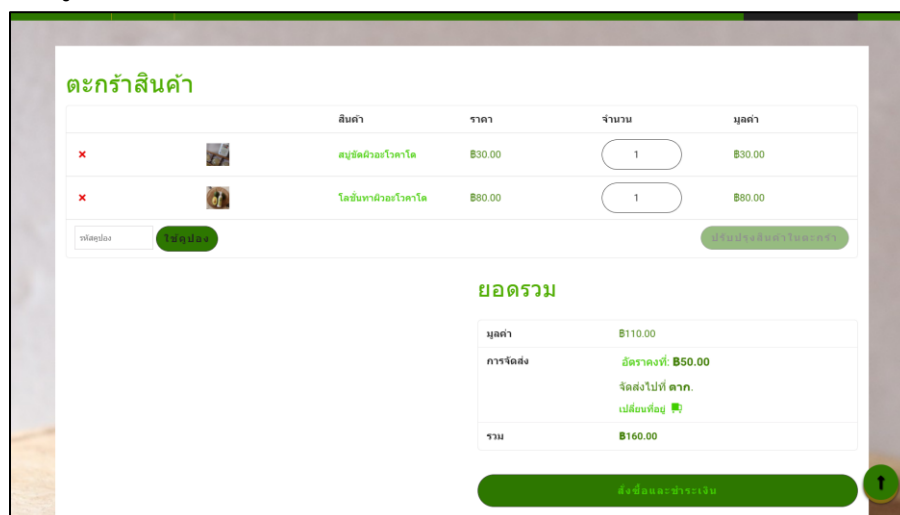
จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพรวมของความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการภาพรวมของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเรื่องของการออกแบบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.78) และเรื่องของกระบวนการทำงานของระบบ รวมไปถึงในเรื่องของความปลอดภัยและความมั่นคงของระบบ ตามลำดับ

2. ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก

การระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสมิตร ตำบลศรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก โดยได้มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโดที่ใช้ในการดำเนินการขายสินค้า และได้ทำการสร้างเพชบุ๊กแฟนเพจเพื่อใช้เป็นตัวกระจายสินค้าและข้อมูล เพื่อเป็นตัวช่วยในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้า



รูปที่ 1 ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโดสำหรับเกษตรกรอะโวคาโด



รูปที่ 2 ระบบตะกร้าสินค้า

3. ผลการศึกษาการประเมินความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโดเพื่อสนับสนุนเกษตรกรอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก

ตารางที่ 5 ผลศึกษาความพึงพอใจด้านการออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

ด้านการออกแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การออกแบบมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	4.07	0.87	มาก
2. ภาพ สี ตัวอักษร และการออกแบบมีความเหมาะสม	3.77	0.73	มาก
3. ระบบมีความประณีตสวยงาม	4.20	0.76	มาก
4. ความน่าสนใจของหน้าเว็บเพจ	4.03	0.85	มาก
5. เมนูต่าง ๆ ในเว็บไซต์ใช้งานง่าย	4.30	0.79	มาก
6. มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	4.00	0.87	มาก
7. ผลของการสืบค้นตรงกับความต้องการ	3.97	0.85	มาก
8. การเชื่อมโยงสัมพันธ์ ภายในเว็บไซต์มีความสอดคล้องและเหมาะสม	4.07	0.87	มาก
9. มีความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	3.97	0.81	มาก
รวมด้านการออกแบบ	4.04	0.82	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ด้านการออกแบบ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยต้องการให้เรื่องของเมนูต่าง ๆ ในเว็บไซต์ใช้งานง่าย ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือระบบมีความประณีตสวยงาม ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.76) ต่อมาในเรื่องของการออกแบบมีความเหมาะสมกับการใช้งาน และการเชื่อมโยงสัมพันธ์ ภายในเว็บไซต์มีความสอดคล้องและเหมาะสม ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.87)

ตารางที่ 6 ผลศึกษาความพึงพอใจด้านกระบวนการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

ด้านกระบวนการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ระบบสมัครสมาชิก	4.07	0.91	มาก
2. ระบบการสั่งซื้อ	4.13	0.73	มาก
3. ระบบการชำระเงิน	4.07	0.87	มาก
4. ความสามารถในการ เพิ่ม ลบ ปรับปรุง แก้ไข ข้อมูลในระบบ	4.20	0.71	มาก
5. การแสดงผลข้อมูลได้อย่างถูกต้อง	4.10	0.80	มาก
รวมด้านกระบวนการทำงาน	4.11	0.80	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยพึงพอใจในเรื่องของความสามารถในการ เพิ่ม ลบ ปรับปรุง แก้ไข ข้อมูลในระบบ ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.71) รองลงมาคือเรื่องของการสั่งซื้อ ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.73) และระบบสมัครสมาชิก กับระบบการชำระเงิน ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.71)

ตารางที่ 7 ผลศึกษาความพึงพอใจด้านความปลอดภัยและความมั่นคงของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัย	4.07	0.83	มาก
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.80	0.81	มาก
3. มีระบบป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น	4.17	0.75	มาก
รวมด้านความปลอดภัยและความมั่นคง	4.01	0.80	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีระบบป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.80) รองลงมาคือการจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัย ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.83) และความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 0.81)

ตารางที่ 8 ผลความพึงพอใจภาพรวมของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร

ผลความพึงพอใจภาพรวม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการออกแบบ	4.04	0.82	มาก
2. ด้านกระบวนการทำงาน	4.11	0.80	มาก
3. ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง	4.01	0.80	มาก
รวม	4.06	0.81	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลความพึงพอใจภาพรวมระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโดของเกษตรกรหมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.78)

สรุปและอภิปรายผล

1. การศึกษาความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก ในด้านการออกแบบมีความต้องการมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.05) และค่า (S.D. = 0.78) รองลงมา ในด้านความปลอดภัยและมั่นคงในภาพรวมมีความต้องการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.00) และค่า (S.D. = 0.79) และในด้านกระบวนการทำงานมีภาพรวมความความต้องการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 3.95) และค่า (S.D. = 0.79) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี สราญตระกูลไพร และอรุณญา คัมภีร์ศาสนรัตน์ (2560) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้านรุ่งระวี จิวเวอรี่ อำเภอมะสอ จังหวัดตากจากการศึกษา การซื้อขายสินค้าผ่านระบบเว็บไซต์ การบันทึกข้อมูลต่างๆนอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลและแก้ไขข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีความประณีตสวยงาม และการแสดงข้อมูลอย่างถูกต้อง การจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัย มีความปลอดภัยในการใช้งานของผู้ใช้งาน

2. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอะโวคาโด หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก ประกอบไปด้วย การนำข้อมูลที่รับจากเครื่องมือแบบสอบถามความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเกษตรกรเพาะปลูกอะโวคาโดหมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร มาสรุปผลเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบและสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์ข้อมูลถึงความสามารถของระบบที่ต้องการเพื่อออกแบบการทำงาน ทำการออกแบบแผนภาพบริบท (Context Diagram) และแผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) รวมถึงแบบจำลองที่ใช้อธิบายโครงสร้างของฐานข้อมูล (ER Diagram) สร้างและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถทำงานได้สมบูรณ์ ทดสอบและปรับปรุงระบบก่อนรับการประเมินโดยคณะ กรรมการและผู้ประเมิน ประเมินความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก่อนนำไปใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับ สิริณชา ชมชื่น และคณะ (2562) เป็นงานวิจัยการพัฒนาระบบจำหน่ายเสื้อผ้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใช้งานง่าย มีโมดูลเพียงพอต่อการใช้งาน

3) ประเมินความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโดของเกษตรกรหมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก ประกอบไปด้วย ความปลอดภัยและมั่นคงในภาพรวมมีความต้องการในระดับมาก มีกระบวนการทำงานมีภาพรวมความความต้องการ เมนูต่าง ๆ ในเว็บไซต์ใช้งานง่าย มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ผลของการสืบค้นตรงกับความต้องการ การเชื่อมโยงสัมพันธ์ ภายในเว็บไซต์มีความสอดคล้องและเหมาะสม สำหรับประเมินความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อะโวคาโดของเกษตรกร หมู่บ้านร่มเกล้าสหมิตร ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตากสำเร็จภายในระยะเวลาตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี สราญตระกูลไพร และอรุณญา คัมภีร์ศาสนรัตน์ (2560) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินความพึงพอใจของระบบการรุ่งระวีจิวเวอรี่อำเภอมะสอ สามารถนำไปใช้ในการจัดการข้อมูลของร้านรุ่งระวี จิวเวอรี่อำเภอมะสอจังหวัดตากได้เป็นอย่างดี การออกแบบเสร็จ การเขียนบทความสินค้า การซื้อขายสินค้าผ่านระบบเว็บไซต์ การบันทึกข้อมูลต่างๆนอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลและแก้ไขข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำไปใช้งานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ และยังช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของธุรกิจของร้านรุ่งระวี จิวเวอรี่อำเภอมะสอจังหวัดตาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการงานขายออนไลน์ทำให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น มีความเป็นตัวตนของแบรนด์ เช่น การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และสร้างระบบให้มีความปลอดภัย การทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การสร้างช่องทางที่หลากหลาย เช่น การใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการประชาสัมพันธ์ สนับสนุนงานขายร่วมกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เอกสารอ้างอิง

- ทุเช สุราษฎร์กุลไพร และอรรณญา คัมภีร์ศาสนรัตน์. (2560). ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้านระวีจิ๋วเวอร์รี่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น. 228 หน้า.
- สิรินณา ชมชื่น, อุษา สิทธิสงวน และรัตนา สิริสุนาวรัตน์. (2562). การพัฒนาระบบจำหน่ายเสื้อผ้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 7(1), 71 - 83.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2560). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Cronbach, L. J. (1990). Essentials of Psychological Test. (5th Edition). New York : Harper Collins.
- Likert, R. N. (1970). A technique for the measurement of attitude. Attitude Measurement. Chicago : Ronal McNally & Company.

สมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 The Essential Competencies of A Professional Accountant in the 21st Century

กาญจนา จินดานิล^{1*} และ ชิตพัทธ์ ชิตสกุล²
Kanchana Jindanil^{1*} and Chitipat Chitsakul²

*Corresponding author, e-mail: kanpnru@hotmail.com

Received: November 13th, 2022; Revised: May 18th, 2023; Accepted: May 25th, 2023

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 เพื่อค้นหาความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะหรือความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 นั้นว่าประกอบด้วยรายละเอียดอะไรบ้างในแต่ละด้านทั้งนี้ เพื่อนำผลจากการศึกษามาประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสมจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ด้านความรู้หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะที่จำเป็นสำหรับวิชาชีพบัญชี ได้แก่ ความเชี่ยวชาญด้านมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการสอบบัญชี การจัดทำรายงานตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและการวิเคราะห์ทางการเงิน การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี การใช้ระบบสารสนเทศทางบัญชี และความรู้ด้านประมวลรัษฎากร กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่เกี่ยวข้อง และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ด้านทักษะพื้นฐานที่จำเป็น ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการใช้ภาษา ทักษะการคำนวณและตัวเลข ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น และทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และด้านคุณลักษณะที่จำเป็น ได้แก่ การมีภาวะผู้นำ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม หลักธรรมาภิบาลและการปฏิบัติตามกฎหมาย และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษาในเรื่องนี้ องค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่และรับผิดชอบทางด้านบัญชีในองค์กร ทั้งในด้านการสรรหาและคัดเลือก ด้านการวางแผนการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และด้านการจ่ายค่าตอบแทนที่จูงใจให้แก่บุคลากรขององค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรขององค์กรมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานและมีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

คำสำคัญ: สมรรถนะ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ศตวรรษที่ 21

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และผู้สอบบัญชีภาษีอากร กรมสรรพากร

Assistant Professor in Bachelor of Business Administration in Human Resource Management, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University. And Tax Auditor, The Revenue Department.

² อาจารย์ ประจำหลักสูตร บัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Lecturer in Bachelor of Accountancy, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University.

Abstract

This paper aimed to study with essential competencies for accounting professionals in the 21st century are to explore the knowledge, skills, and attributes necessary for accountants in this era. This aims to identify what aspects comprise these competencies in each dimension. The findings from this study can be applied to accounting professionals in adapting to the changing environment of the present, based on relevant theoretical concepts, related research works, and data analysis obtained from the study. The aspect of knowledge & essential specialization such as specialization of accounting standards & accounting audit standards, preparation of financial reporting based on financial reporting standards, financial analysis, accounting digital software, accounting information system usage, knowledge of taxation and relevant commercial and trade laws, Personal Data Protection Act. (PDP) also, Regarding the necessary foundational skills, such as communication skills, language usage skills, digital & numerical and computational skills, critical thinking skills, problem resolution skill, team work, and digital technology literacy. As for the essential attributes, they consist of leadership qualities, ethics & social responsibility, good governance & legal compliance, and professional ethics in accounting. The new knowledge gained from this study can be applied by both public and private organizations in managing personnel involved in accounting roles within the organization. This applies to various aspects such as recruitment and selection processes, human resource development planning to enhance potential and effectiveness, performance evaluation, and motivating compensation systems for organizational personnel. These efforts aim to inspire and encourage employees to contribute to the organization's success in achieving its vision and established goals.

Keywords: Competence, Professional Accountant, The 21st Century

บทนำ

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจที่มีการเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจโลกมากขึ้น นับว่าทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศของไทยมีโอกาสขยายตัวไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยประเทศไทยได้ทำข้อตกลงว่าด้วยการเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) กับองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและการลงทุนกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งในปี 2558 ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ซึ่งทำให้เกิดการเปิดกว้างของธุรกิจอย่างไร้พรมแดนไม่มีกำแพงภาษี และนำไปสู่การสร้างประชาคมเศรษฐกิจของอาเซียนให้กลายเป็นตลาดหนึ่งเดียว อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินธุรกิจของประเทศไทยจำเป็นต้องอาศัยความสามารถจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์ที่นับว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจขององค์กรและของประเทศไปสู่ความสำเร็จตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

การพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งทางด้านความรู้ (knowledge) ด้านทักษะ (skills) และด้านคุณลักษณะ (attributes) (อัญชลี ชัยศรี, 2563 : 238) ให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น นับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เพื่อสร้างพลังในการขับเคลื่อนให้องค์กรและประเทศสามารถสร้างผลกำไรจากการทำธุรกิจและมีความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ นับเป็นกลยุทธ์ที่ทั้งผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติมักนำมาใช้ในองค์กร เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานทั้งในรูปแบบ กระบวนการ การบริหารจัดการ และโครงสร้างขององค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีศักยภาพในการทำงานที่สูงขึ้นและมีสมรรถนะพร้อมที่จะร่วมกันเปลี่ยนแปลงองค์กรและนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคของการแข่งขันด้านธุรกิจที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังที่ประชุมของผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจระดับโลกได้ร่วมกันสรุปเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับนักศึกษาที่จะต้องไปเป็นผู้ปฏิบัติงานในสายอาชีพต่าง ๆ ในศตวรรษที่ 21 หลังจากสำเร็จการศึกษา ไว้ดังนี้ ทักษะที่จำเป็น 16 ทักษะสำหรับนักศึกษาในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการคำนวณ ทักษะด้านการใช้วิทยาศาสตร์กับสิ่งรอบตัว ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี ทักษะด้านการเงิน ทักษะด้านการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม ทักษะด้านการคิดเชิงวิเคราะห์และการแก้ปัญหา ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ ทักษะด้านการสื่อสาร ทักษะด้านความร่วมมือในการทำงาน ทักษะด้านการฝึกศึกษาและเรียนรู้ ทักษะด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ทักษะด้านความพยายามมุ่งมั่นให้บรรลุเป้าหมาย ทักษะด้านความสามารถในการปรับตัว ทักษะด้านภาวะผู้นำ และทักษะด้านความตระหนักรู้ในสังคมและวัฒนธรรม (วิชญะ น้อยมาลา, 2564 : 4)

นักบัญชีนับว่าเป็นสายอาชีพหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับองค์กรในปัจจุบัน ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีซึ่งมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในการบันทึกบัญชี วางระบบบัญชี จัดทำงบการเงินเพื่อรายงานผลการดำเนินการให้กับผู้บริหารทั้งในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนได้อย่างถูกต้องแม่นยำและครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้งตรงต่อเวลา ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจำเป็นต้องมีสมรรถนะที่สำคัญขาดไม่ได้ในการปฏิบัติงานดังกล่าวให้สำเร็จลุล่วงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อช่วยสนับสนุนข้อมูลด้านการบัญชีในการตัดสินใจของผู้บริหารขององค์กรทั้งในด้านการลงทุนเพื่อก่อให้เกิดกำไร การศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกคนที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานในตำแหน่งงานนักบัญชีขององค์กรในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเหมาะสมและตรงกับสายงานที่รับผิดชอบให้แก่องค์กรและมีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพนักบัญชีได้อย่างเหมาะสมรวมทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการจ่ายค่าตอบแทนในการปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานและความมุ่งมั่นในการเป็นพลังร่วมกันขับเคลื่อนให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายต่อไป

อย่างไรก็ตามบทความนี้มุ่งเน้นนำเสนอประเด็น สมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้ผู้สนใจ มีความเข้าใจและสามารถนำไปใช้ในการประกอบการพิจารณาคัดเลือกบุคลากร การทำหลักสูตรในการส่งเสริมความรู้ความสามารถในองค์กร ให้ได้รับความรู้ อีกทั้งยังต้องเพิ่มทักษะให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเรื่องการวางแผนการทำงานให้รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ เพื่อทำให้ผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลทางบัญชีสำหรับการตัดสินใจท่ามกลางสภาวะที่มีการแข่งขันกันในโลกของธุรกิจที่ต้องมีข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจ เพื่อให้คุ้มค่ากับการลงทุน พร้อมกับผลตอบแทนที่คุ้มค่าสูงสุด และตอบสนองความต้องการของผู้บริหารนั่นเองด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้เขียนบทความมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 เพราะเป็นประเด็นใหม่ที่มีความน่าสนใจเป็นการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

ในแต่ละองค์กรได้อย่างเหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบจริง เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเตรียมข้อมูลด้านบัญชีให้แก่ผู้บริหารองค์กร ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งในการวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันด้านธุรกิจและรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในศตวรรษที่ 21 นั้นเอง

ในการศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 นั้น ผู้ศึกษาจำเป็นต้องมีความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับสมรรถนะ (competency) ได้แก่ ความหมายของสมรรถนะ ความสำคัญของสมรรถนะ องค์ประกอบของสมรรถนะ และประเภทของสมรรถนะ รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์หาสมรรถนะที่จำเป็นของนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

สมรรถนะ

ความหมายของสมรรถนะ

สมรรถนะ เป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่อยู่ภายในของบุคคล ได้แก่ แรงจูงใจ (motive) อุปนิสัย (trait) ทักษะ (skill) จินตภาพส่วนตัว (self-image) บทบาททางสังคม (social role) และองค์ความรู้ (body of knowledge) ที่บุคคลจำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลงานที่ดียิ่งขึ้น รวมถึงพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มคนที่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามความสามารถ คุณลักษณะที่อยู่ในแต่ละบุคคลใช้เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานให้ประสบความสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น (Boyatzis, 1982 : 21 ; ธีระพล เจริญสุข, 2564 : 24)

ความสำคัญของสมรรถนะ

สมรรถนะ มีความสำคัญและสอดคล้องกับกลยุทธ์ และทำให้เป้าหมายของการดำเนินงานขององค์กรสำเร็จ เป็นเครื่องมือในการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน ใช้เป็นแนวทางในการสร้างวัฒนธรรมในการทำงาน รวมถึงยังมีผลในการเชื่อมโยงกับคุณภาพ และการประเมินผลงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในยุคที่เทคโนโลยีถูกนำมาใช้ในองค์กร โดยการปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานโดยเฉพาะงานทางด้านบัญชี มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว มีความแม่นยำ ถูกต้องสามารถตรวจสอบแสดงความโปร่งใส ได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งเทคโนโลยีมีหลากหลาย จำเป็นต้องคัดเลือกที่บุคลากรที่ต้องทำงานให้มีความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี สมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานเหล่านี้ จึงต้องได้รับการกำหนด เพื่อให้สามารถค้นหาบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจในองค์กร และสามารถจัดทำรายงานผลการดำเนินการ เพื่อตอบสนองความต้องการและช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารในองค์กรนั่นเอง อีกทั้งสมรรถนะ ยังเป็นการผสมผสานการใช้ความรู้ คุณลักษณะ กลายเป็นความสามารถร่วมกับการบริหาร เพื่อช่วยเป็นเครื่องมือในการแปลงวิสัยทัศน์ พันธกิจ รวมถึงเป็นมาตรฐานการแสดงผลพฤติกรรมที่ดีของการทำงานของบุคลากร ซึ่งนำไปใช้ในการวัดและประเมินผลได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ด้วยตัวชี้วัดในการทำงานแต่ละประเภทนั่นเอง สมรรถนะ เป็นเครื่องมือช่วยในการประเมินผลการปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์กร และยังสามารถลดความขัดแย้งในองค์กร เนื่องจากมีตัวชี้วัดที่กำหนดให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินการได้อย่างชัดเจน

องค์ประกอบของสมรรถนะ

องค์ประกอบของสมรรถนะ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัว และแรงจูงใจ (McClelland, 1973 : 4)

1. ความรู้ (knowledge) หมายถึง ความรู้เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญเช่น ความรู้ด้านเครื่องยนต์ ความรู้ด้านบัญชี ความรู้ด้านภาษีอากร เป็นต้น

2. ทักษะ (skill) หมายถึง ความสามารถ หรือความชำนาญ หรือความถนัด ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องการให้ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นทักษะทางคอมพิวเตอร์ทักษะทางการถ่ายทอดความรู้เป็นต้นทักษะที่เกิดขึ้นมาจากพื้นฐานทางความรู้และสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องว่องไว

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (self – concept) หมายถึง เจตคติค่านิยมและความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนหรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็นเช่นความมั่นใจในตนเอง เป็นต้น

4. บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (traits) หมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในบุคคลนั้นเช่นคนที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้หรือมีลักษณะเป็นผู้นำ เป็นต้น

5. แรงจูงใจ/เจตคติ (motives/attitude) หมายถึง สิ่งที่เป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายในซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายหรือมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น

นักวิชาชีพบัญชียุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานีมีองค์ประกอบของสมรรถนะนักวิชาชีพบัญชีที่สำคัญ 17 องค์ประกอบ คือ 1) ความสามารถจัดทำ นำเสนอ และรายงานงบการเงิน 2) ความสามารถคิดวิเคราะห์ข้อมูลในงบการเงิน 3) จรรยาบรรณทางวิชาชีพบัญชี 4) ความสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น 5) ความสามารถในการปิดบัญชี 6) ความชำนาญทางตัวเลข 7) ความสามารถทำงานเป็นทีม 8) ความสามารถประเมินความเสี่ยงทางการเงิน 9) ความสามารถที่จะเข้าใจในข้อมูลที่ได้รับ 10) ความสามารถใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป 11) ความสามารถใช้โปรแกรมพื้นฐาน 12) ความสามารถใช้เทคโนโลยีสื่อสาร 13) ความสามารถในการตรวจสอบและซักถาม 14) ความสามารถระบุปัญหาและนำเสนอ 15) ความสุภาพอ่อนโยน 16) ความสามารถค้นหาคำตอบที่ถูกต้อง และ 17) ความสามารถในการพัฒนาความรู้วิชาชีพบัญชี (พิชชาพร ธรรมรัตน์และคณะ , 2564: 1)

ประเภทของสมรรถนะ

สมรรถนะ เป็นความรู้ ทักษะและคุณลักษณะที่มีความจำเป็นในการทำงานของบุคคลให้สามารถประสบความสำเร็จได้ โดยมีผลงานตามเกณฑ์หรือสูงกว่า แบ่งสมรรถนะเป็น 5 ประเภท (นิลรัตน์ นวกิจไพฑูรย์, 2555) คือ

1. สมรรถนะส่วนบุคคล (personal competencies) หมายถึง สมรรถนะที่แต่ละคนมีความสามารถเฉพาะตัวคนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ เช่น การต่อสู้ป้องกันตัวของจาพนม ความสามารถของนักดนตรี นักกายกรรม และนักกีฬา เป็นต้น ลักษณะเหล่านี้ยากที่จะเลียนแบบหรือต้องมีความพยายามสูงมาก

2. สมรรถนะเฉพาะงาน (job competencies) หมายถึง สมรรถนะของบุคคลกับการทำงานในตำแหน่งหรือบทบาทเฉพาะตัว เช่น อาชีพนักสำรวจก็ต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข การคิดคำนวณความสามารถในการทำบัญชีของนักบัญชี

3. สมรรถนะองค์การ (organization competencies) หมายถึง ความสามารถพิเศษเฉพาะองค์กรนั้นเท่านั้น เช่น บริษัท เนชั่นแนล(ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่มีความสามารถในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าหรือบริษัท ฟอร์ด (มอเตอร์) จำกัดมีความสามารถในการผลิตรถยนต์ เป็นต้น หรือ บริษัท ทีโอเอ(ประเทศไทย) จำกัด มีความสามารถในการผลิตสี

4. สมรรถนะหลัก (core competencies) หมายถึง ความสามารถสำคัญที่บุคคลต้องมีหรือต้องทำเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น พนักงานเลขานุการสำนักงานต้องมีสมรรถนะหลัก คือ การใช้คอมพิวเตอร์

ได้ติดต่อประสานงานได้ดี หรือผู้จัดการบริษัทต้องมีสมรรถนะหลัก คือ การสื่อสารการวางแผนและการบริหารจัดการและการทำงานเป็นทีม

5. สมรรถนะในงาน (functional competencies) หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่มีตามหน้าที่ที่รับผิดชอบตำแหน่งหน้าที่อาจเหมือนแต่ความสามารถตามหน้าที่ต่างกัน เช่น ข้าราชการตำรวจเหมือนกันแต่มีความสามารถต่างกันบางคนมีสมรรถนะทางการสืบสวนสอบสวนบางคนมีสมรรถนะทางปราบปราม

ความหมายของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (professional accountant) หมายถึง ผู้ประกอบวิชาชีพ 6 ด้าน คือ บัญชีด้านการทำบัญชี ด้านการสอบบัญชีด้านการบัญชีบริหาร ด้านการวางแผนระบบบัญชี ด้านการบัญชีภาษีอากร ด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี และบริการเกี่ยวกับการบัญชีด้านอื่น ๆ ตามที่กฎกระทรวงกำหนดให้เป็นวิชาชีพบัญชี รวมทั้งผู้ซึ่งขึ้นทะเบียนไว้กับสภาวิชาชีพบัญชี และรวมถึงหัวหน้าคณะบุคคลหรือสำนักงานผู้ประกอบวิชาชีพทั้ง 6 ด้าน ตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 ได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้ประกอบวิชาชีพที่ให้บริการสาธารณะ คือ ผู้ทำบัญชี ผู้สอบบัญชี ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอื่นๆ รวมถึงที่ปรึกษาทางวิชาชีพทั้งในส่วนของสำนักงานหรือบุคคลธรรมดาที่ให้บริการทางวิชาชีพ
2. ผู้ประกอบวิชาชีพในหน่วยงานธุรกิจ ได้แก่ ผู้บริหารสายงานบัญชี ผู้มีตำแหน่งสูงสุดสายงานบัญชีและการเงิน ซึ่งต้องเน้นและรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ ตำแหน่งงานในสายบัญชีทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบด้วยตำแหน่งงานที่สำคัญ คือ นักบัญชี ผู้จัดการฝ่าย ผู้อำนวยการฝ่าย ผู้ตรวจสอบภายใน สมุห์บัญชี คณะกรรมการตรวจสอบและผู้สอบบัญชี

วิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เป็นวิชาชีพเฉพาะด้าน ส่งผลให้นักบัญชีจำเป็นต้องมีการพัฒนาสมรรถนะของตนเองให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการนำเอาความรู้ ความสามารถทางด้านวิชาชีพมาบูรณาการ และประยุกต์ใช้เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานแบบมืออาชีพ ในการวางแผนปรับปรุงเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นตามมาตรฐานวิชาชีพที่กำหนดไว้สำหรับนักบัญชีแบบมืออาชีพจะต้องผ่านการประเมินความสามารถทางวิชาชีพ (professional capabilities) ซึ่งเป็นการประเมินความรู้และทักษะทางด้านวิชาชีพ จริยธรรม ทักษะคิดทางวิชาชีพ จัดได้ว่าเป็นวิชาชีพที่จะต้องมีการเข้ารับการอบรมตามที่สภาวิชาชีพบัญชีกำหนดและต้องมีการเรียนรู้อย่างไม่จบสิ้น (lifelong learning) โดยถือเป็นภาระหน้าที่ที่จะต้องพัฒนาและรักษาความสามารถด้านวิชาชีพอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมการเป็นผู้ทำบัญชีหรือการเป็นผู้สอบบัญชี จะต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อเงินที่ต้องจัดทำขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน คือ ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ถือหุ้น บุคคลภายนอก ได้แก่ เจ้าหนี้ นักลงทุน กรมสรรพากร (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ คุณพนชกิจ, 2555; รุ่งระวี มั่งสิงค์ และชุมพล รอดแจ่ม, 2564 : 105)

ดังนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพทางบัญชี นอกจากจะต้องสำเร็จการศึกษาด้านบัญชีแล้ว ควรมีความรู้ที่หลากหลาย และควรมีการเรียนรู้ไปพร้อมกับการสร้างเสริมประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในส่วนของสภาวิชาชีพบัญชีได้ออกมาตรฐานวิชาชีพบัญชีทั้งมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดทำงบการเงินอย่างมีคุณภาพ และจัดทำคู่มือช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ (วริยา ปานปรุง และคณะ, 2563 : 25)

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

วิชาชีพบัญชีมีความสำคัญต่อทุกองค์กร ทั้งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ผลงานของนักบัญชีที่จะต้องมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ ผู้ที่ประกอบวิชาชีพบัญชีควรเป็นผู้ที่มีความละเอียด รอบคอบ ขยัน อดทน และมีความซื่อสัตย์ สมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีควรประกอบด้วย ทักษะ ความรู้และความสามารถ จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี และด้านเทคโนโลยีและภาษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ทักษะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (professional accountant of skills)

ทักษะในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อให้ได้รับผลการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จ มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของสังคม ตลอดจนถึงประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ตามแนวคิดของคณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีควรมีทักษะ 5 ด้าน คือ 1) ทักษะทางปัญญา 2) ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน 3) ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล 4) ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และ 5) ทักษะการบริหารองค์การและการจัดการทางธุรกิจ ความเป็นวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 (ณัชชา คล้ายสุบรรณ และกุสุมา คำพิทักษ์, 2562 : 2; อัญฐวัฒน์ จันทสุโข, 2564 : 54) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีควรมีทักษะ 5 ด้าน ได้แก่

1.1 ทักษะทางปัญญา (cognitive skills) หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์แต่ละสถานการณ์ โดยใช้ความรู้ ความเข้าใจ หลักการ กระบวนการต่าง ๆ สำหรับในการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ความเข้าใจของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในการทำบัญชี การมีทักษะความเข้าใจในวิชาชีพบัญชีการนำความรู้ทางวิชาชีพบัญชีไปใช้ การวิเคราะห์และการสังเคราะห์งาน การแก้ไขในปัญหาที่มีทักษะในการตัดสินใจ สอบถาม อย่างเป็นระบบ รวมทั้งมีทักษะที่สามารถแก้ไขปัญหาที่ไม่เคยเจอมาก่อนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยการแสวงหาความรู้ ความเข้าใจจากแหล่งต่าง ๆ

1.2 ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (technical and functional skills) หมายถึง ความชำนาญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ความชำนาญที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ความชำนาญในการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงิน ความชำนาญในมาตรฐานการบัญชี มาตรฐานการสอบบัญชี ประมวลรัษฎากร ตลอดจนทักษะในการประเมินความเสี่ยง และทักษะในการวัดมูลค่าต่าง ๆ

1.3 ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (personal skills) หมายถึง ทศนคติหรือพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีการเรียนรู้และการปรับตัว เช่น มีทักษะในความคิดริเริ่ม การเรียนรู้ด้วยตนเอง ทักษะในการจัดระเบียบหรือสามารถบริหารงานที่รับผิดชอบให้เสร็จทันตามกำหนดเวลา ทักษะในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ทักษะในการสังเกตและการสงสัยของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ทักษะในการปรับใช้จรรยาบรรณ ทักษะในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยมีการเรียนรู้และยอมรับอย่างต่อเนื่องก้าวหน้า ทัศนมาตรฐานการบัญชี มาตรฐานการสอบบัญชี และประมวลรัษฎากรที่มีการปรับเปลี่ยน (ประสุตา นาดี และคณะ, 2564 : 3)

1.4 ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (interpersonal and communication skills) หมายถึง การทำงานร่วมกันของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีกับบุคคลอื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้ดี ซึ่งผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องมีทักษะในการจัดการตนเอง ควบคุมอารมณ์ตนให้ได้ ตระหนักรู้ในตนเอง (self-awareness) มีความเข้าใจในการปฏิบัติงานและตัดสินใจร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคคล ทำให้

เกิดการเรียนรู้ มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ มีระบบการทำงานเป็นทีม มีการสื่อสารที่ชัดเจน ตรงไปตรงมาเข้าใจง่าย ส่งผลให้การทำงานมีความสุข มีความสัมพันธ์ที่ดีและงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ได้ได้ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และความสามารถที่เป็นสากลของผู้สอบบัญชีและนักบัญชีในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับด้านบัญชี ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อเตรียมจัดทำหลักสูตรการสอนสำหรับผู้ที่จะเข้ามาประกอบอาชีพผู้สอบบัญชีและนักบัญชีให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและยังพบว่า ความรู้เบื้องต้นด้านธุรกิจและบัญชี ทักษะด้านการสื่อสาร ทักษะด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น ทักษะด้านการแก้ปัญหา ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ รวมทั้งคุณลักษณะและความสามารถส่วนบุคคลนั้น มีความจำเป็นสำหรับผู้สอบบัญชีและนักบัญชีอย่างยิ่ง (Palmer et al., 2004 : 889)

1.5 ทักษะการบริหารองค์การและการจัดการทางธุรกิจ (organizational and business management skills) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีเข้ามามีบทบาทกับหลายหน่วยงานมากขึ้นรวมถึงมีการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายตามแผนที่กำหนดไว้ มีทักษะในการมุ่งใจเพื่อให้เกิดการพัฒนาจัดคนให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานตามความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ มีการสอบทานงานเพื่อประเมินความถูกต้องของงาน การประยุกต์ใช้ทักษะของการเป็นผู้นำเพื่อพัฒนาองค์การให้บรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่รวดเร็วและมีความถูกต้องมากขึ้น นอกจากนี้ในการบริหารองค์การต้องตระหนักในเรื่องของคุณธรรม จริยธรรมและมีการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการทำงานที่มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ไม่เอาเปรียบสังคมและชุมชน (นุจรี อร่ามรัตน์พันธุ์, 2561 : 4)

2. ความรู้ (knowledge) และความสามารถ (ability) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องมีความรู้ภาคทฤษฎีทางบัญชีภาคปฏิบัติ ได้แก่ หลักการบัญชีขั้นต้น การบัญชีขั้นกลาง บัญชีขั้นสูง การบัญชีต้นทุน การสอบบัญชี รวมทั้งเนื้อหาด้านเศรษฐศาสตร์ การเงินธุรกิจ การตลาด สถิติ กฎหมายวิชาชีพทางบัญชี ภาษีอากรและบัญชีภาษีอากร การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี ระบบสารสนเทศทางบัญชี และในบางมหาวิทยาลัยอาจจะมีการสอนเพิ่มเติมในรายวิชาการกลยุทธ์ทางธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับนักศึกษาที่จะฝึกงานด้านบัญชีพบว่า เนื่องจากสภาพแวดล้อมด้านธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีอยู่เดิม หลังจากการศึกษาวิจัยพบว่า ความรู้ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ได้แก่ หัวข้อเรื่องต่อไปนี บัญชีการเงิน บัญชีบริหาร การบริหารทางการเงิน การสอบบัญชี และภาษีอากร และยังพบว่าทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการวิเคราะห์ ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น และทักษะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Barac, 2009 : 19)

สำหรับการเรียนการสอนภาคปฏิบัติของผู้สำเร็จการศึกษาในวิชาชีพบัญชีจะมีการบูรณาการในการใช้ทักษะทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อการประกอบวิชาชีพ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี รวมทั้งจัดสัมมนาโดยมีโครงการความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมสรรพากร สภาวิชาชีพบัญชี สำนักงานบัญชีคุณภาพมาจัดการอบรมเพื่อให้ความรู้ เพื่อให้ทักษะเพื่อเสริมประสบการณ์ให้ผู้จะสำเร็จการศึกษาและในที่สุดท้ายของการเรียน ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจะมีการออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพจากสถานประกอบการที่เป็นสำนักงานบัญชีหรือสำนักงานสอบบัญชี

ส่วนความรู้ ความสามารถนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะและความสามารถในการทำบัญชี ด้านการวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหา ความสามารถทางด้านภาษาอากร ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับการพิมพ์และเกี่ยวกับตารางการคำนวณ ซึ่งองค์ประกอบทางด้านคุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ ภายได้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควรจะมีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเยอรมัน รวมทั้งภาษาถิ่น ซึ่งจะต้องมีทักษะมากขึ้นเพราะถือเป็นส่วนหนึ่งของความจำเป็นต่อการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการปฏิบัติหน้าที่จะต้องนำความรู้ ความสามารถมาใช้ในการปฏิบัติงานด้วยความเอาใจใส่ให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ และกฎหมายหรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง (สรวิชชุ บัญญัติ และไพฑูรย์ อินตะชน, 2559 : 167)

3. จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี (accounting professional ethics) เพื่อให้การเงินมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อนักลงทุนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สภาวิชาชีพบัญชีมีความจำเป็นในการจัดทำข้อบังคับจรรยาบรรณใหม่ให้มีความเป็นสากล เพื่อให้ถูกต้องตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ รวมทั้งให้สอดคล้องกับประมวลจรรยาบรรณของสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IESBA) สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพที่ให้บริการสาธารณะและในหน่วยงานธุรกิจโดยแบ่งออกเป็น หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 หลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณ และหมวด 3 การนำหลักการพื้นฐานไปปฏิบัติ ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะหลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณเท่านั้น (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2559)

หลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณ (code of ethics) ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต ความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน การรักษาความลับ พฤติกรรมทางวิชาชีพ ความโปร่งใส ดังนี้

ความซื่อสัตย์สุจริต (integrity) หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่ตรงไปตรงมา มีความจริงใจต่อความสัมพันธทั้งทางวิชาชีพและทางธุรกิจ โดยข้อมูลที่ใช้ในการบันทึกบัญชีเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง มีการจัดทำด้วยความรอบคอบ สำหรับ ความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ (objectivity and independence) หมายถึง การไม่ยอมให้มีการขัดแย้งทางผลประโยชน์ และ ความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน (professional competence due care) หมายถึง เป็นการนำความรู้ความสามารถมาปฏิบัติงานโดยใช้เทคนิคหรือวิธีการด้วยความเอาใจใส่ ต้องใช้ความรู้ตามมาตรฐานวิชาชีพ วิธีปฏิบัติ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ด้วยความมีสติเอาใจใส่อย่างเต็มความสามารถและระมัดระวังรอบคอบ เช่น ในการพิจารณารับงาน ผู้สอบบัญชีจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจของลูกค้า หากมีความรู้เรื่องใดไม่เพียงพอ ควรรับคำแนะนำหรือใช้ผลงานของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ในการปฏิบัติงานต้องมีความระมัดระวัง รอบคอบและความชำนาญตามมาตรฐานวิชาชีพและมาตรฐานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น หากมีความแตกต่างในหนังสือยืนยันยอดกับยอดคงเหลือในบัญชีลูกหนี้จะต้องตรวจสอบเพื่อหาสาเหตุ การรักษาความลับ (confidentiality) หมายถึง ไม่นำข้อมูลที่ได้จากการเป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีไปเปิดเผยต่อบุคคลอื่น ยกเว้นเปิดเผยตามกฎหมายหรือเปิดเผยตามสิทธิทางวิชาชีพ

พฤติกรรมทางวิชาชีพ (professional behavior) หมายถึง เป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ต่อผู้ถือหุ้น ต่อผู้เป็นหุ้นส่วน และ ความโปร่งใส (transparency) หมายถึง การปฏิบัติงานตามระเบียบข้อบังคับ ตามกฎหมาย ไม่ตกแต่งข้อมูล ข้อมูลสามารถตรวจสอบได้จากหลักฐานที่เกิดขึ้นจริง

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้บริหารด้านบัญชีของบริษัทในประเทศไทย ในหัวข้อเรื่อง The impact of Accounting Ethics on Ethical Behaviours and

Decision Making of Accounting Firm Executives in Thailand พบว่าจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมด้านจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการ นักบัญชี ผู้จัดสรรงบประมาณ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเจรจาต่อรองด้านธุรกิจและพฤติกรรมด้านจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการ นักบัญชี ผู้จัดสรรงบประมาณ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเจรจาต่อรองด้านธุรกิจ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและพฤติกรรมด้านจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเอง มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการทำงานและการตัดสินใจในการทำงานของผู้บริหารด้านบัญชีในบริษัทโดยตรง หรือผู้บริหารด้านบัญชีในบริษัททำงานและตัดสินใจด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และเที่ยงธรรมมากขึ้นขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและพฤติกรรมด้านจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีนั่นเอง (Thipwiwatpotjana and Bootnoi, 2019 : 180 ; สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2561)

4. เทคโนโลยีและภาษา (language and technology) เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาททั้งในชีวิตประจำวันและการปฏิบัติงาน การใช้เทคโนโลยี (use of technology) ของนักบัญชีจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลตัวเลขที่มีปริมาณมากให้เสร็จในเวลาอันรวดเร็ว โดยผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเรียนรู้เพื่อเพิ่มพูนทักษะในการใช้ สามารถแก้ไขปัญหาในกรณีคอมพิวเตอร์ขัดข้องระหว่างปฏิบัติงาน สามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี เช่น โปรแกรม express หรือโปรแกรม module ได้ พัฒนาทักษะโดยการนำเทคโนโลยีมาบริหารจัดการระบบบัญชี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการรวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลอย่างมีระบบเพื่อให้สามารถจัดทำบัญชีได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความถูกต้องของข้อมูลด้านบัญชีมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยลดความผิดพลาดได้ เพราะมีความแม่นยำมากกว่าการทำงานของคน อีกทั้งเพิ่มความยืดหยุ่นในการใช้งานได้มาก ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เพิ่มระบบความปลอดภัยให้กับข้อมูลและเอกสารทางการเงินบัญชี ช่วยเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานเพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจึงต้องมีทักษะและความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น เพื่อนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้งานทางบัญชีได้ดี (นันทวรรณ บุญช่วย, 2563 : 22)

ผู้วางระบบบัญชี มีความสามารถในการใช้ภาษาจีนกลาง ภาษาอังกฤษ ภาษาฮินดู ภาษาสเปนหรือภาษาญี่ปุ่นฯ โดยมีทักษะในการสื่อสารที่ชัดเจน เข้าใจได้ง่าย ตรงไปตรงมาและตรงประเด็นจะช่วยลดอุปสรรคในปัจจุบันได้มีการนำระบบออนไลน์เข้ามาใช้ในการยื่นงบการเงินของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การยื่นแบบและชำระภาษีทุกประเภทของกรมสรรพากร ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีควรศึกษาหาความรู้ในระบบออนไลน์ดังกล่าวเพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการนำส่งงบการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ DBD e-Filing และ E-FILING ยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์

ปัจจุบันโลกไร้พรมแดน ภาษาและเทคโนโลยีนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง การใช้ทักษะในการสื่อสารทักษะในการร่วมมือหรือการร่วมลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งจะต้องให้ข้อมูล การพูดโน้มน้าว การพูดเสนอความคิดเห็น หากฝ่ายบัญชี ผู้ทำบัญชี ผู้สอบบัญชีหรือในการทำงานแต่กลับสามารถขยายฐานลูกค้าได้หลากหลายมากขึ้นโดยไม่ต้องให้ล้าเป็นคนกลางในการสื่อสาร ส่งผลให้ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจมากขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีและให้ประโยชน์ทั้งต่อตนเอง ทีมงานหรือองค์กร นอกจากนี้ การใช้ทักษะด้านเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร ประสานงาน และทำธุรกรรมต่าง ๆ โดยผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจนับเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในศตวรรษที่ 21 ด้วยเช่นกัน

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21

ในการศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 นั้น นอกจากจะศึกษาเกี่ยวกับความหมายของสมรรถนะ ความสำคัญของสมรรถนะ องค์ประกอบของสมรรถนะ และประเภทของสมรรถนะแล้ว ผู้ศึกษาจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นของผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์กรในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร รวมทั้งส่งผลกระทบต่อผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์กร ที่อาจจำเป็นต้องเพิ่มเติมทักษะการทำงานให้สูงขึ้นจากเดิม (upskills) หรือจำเป็นต้องเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ แทนทักษะเดิมที่มีอยู่ (reskills) ดังนั้นผู้ศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ปฏิบัติงานในองค์กรในศตวรรษที่ 21 ดังนี้

ทักษะที่จำเป็นของผู้ปฏิบัติงานในศตวรรษที่ 21

จากการศึกษาและการประชุมร่วมกันเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ปฏิบัติงานในองค์กรทุกสายอาชีพในศตวรรษที่ 21 ของผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจสาขาต่าง ๆ ระดับโลก (วิชญะ น้อยมาลา, 2564 : 98) ได้สรุปทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของทุกสายอาชีพในศตวรรษที่ 21 ดังนี้

1. ทักษะการเรียนรู้ (learning skills) เป็นทักษะที่ใช้ในการประมวลผลและสื่อสารข้อมูล ซึ่งรวมถึงความคิดสร้างสรรค์ความสามารถในการคิดวิเคราะห์การทำงานร่วมกันและการสื่อสาร ประกอบด้วยทักษะ 4 ทักษะ คือ ความคิดเชิงคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา (critical thinking) การทำงานร่วมกับผู้อื่นเป็นทีม (collaboration) ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) การสื่อสาร (communication)

2. ทักษะการอ่านออกเขียนได้ (literacy skills) เป็นทักษะที่ใช้ในการพัฒนานักวิจัยและนักคิดที่มีความรู้และรอบรู้ ซึ่งรวมถึงการรู้สารสนเทศ การรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันเทคโนโลยีซึ่งทั้งหมดนี้มุ่งเน้นไปที่ความสามารถของคนในการประเมินและประมวลผลข้อมูลใหม่โดยเฉพาะข้อมูลที่พบทางออนไลน์ประกอบด้วยทักษะพื้นฐาน 6 ทักษะ คือ การใช้ภาษา (literacy) การคำนวณ (numeracy) การใช้เทคโนโลยี (ict literacy)

การใช้วิทยาศาสตร์กับสิ่งรอบตัว (scientific literacy) การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม (cultural & civic literacy) และการจัดการด้านการเงิน (financial literacy)

3. ทักษะชีวิต (life skills) ทักษะที่จำเป็นเพื่อสร้างความรอบรู้ที่สามารถเจริญเติบโตได้ทั้งในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ประกอบด้วย 6 ทักษะ คือ ความอยากรู้อยากเห็นใฝ่เรียนรู้ (curiosity) การริเริ่มสร้างสรรค์ (initiative) ความพยายามในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (persistence/grit) ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อม (adaptability) ความเป็นผู้นำ (leadership) และความตระหนักรู้ถึงสังคมและวัฒนธรรม (social & cultural awareness)

ทักษะการรู้ดิจิทัล

ทักษะการรู้ดิจิทัล (digital literacy) สำหรับการเรียนในศตวรรษที่ 21 นั้นถือเป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากการเรียนในปัจจุบันได้ถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบไปด้วยการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยอย่างแล็ปท็อปแท็บเล็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ การส่งข้อมูลผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์การติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนผ่านสื่อสังคมออนไลน์สภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่เปลี่ยนไปทำให้ความรู้และทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ไม่ได้มีแค่ความรู้ในเนื้อหาเท่านั้นแต่ยังต้องรวมไปถึงทักษะด้านข้อมูลและการสื่อสารทักษะในการคิดและการแก้ปัญหาทักษะการมีกรู้ดิจิทัลเป็นทักษะในการค้นหา การประเมินผลการใช้ร่วมกันและการสร้างเนื้อหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตความสามารถสำหรับ

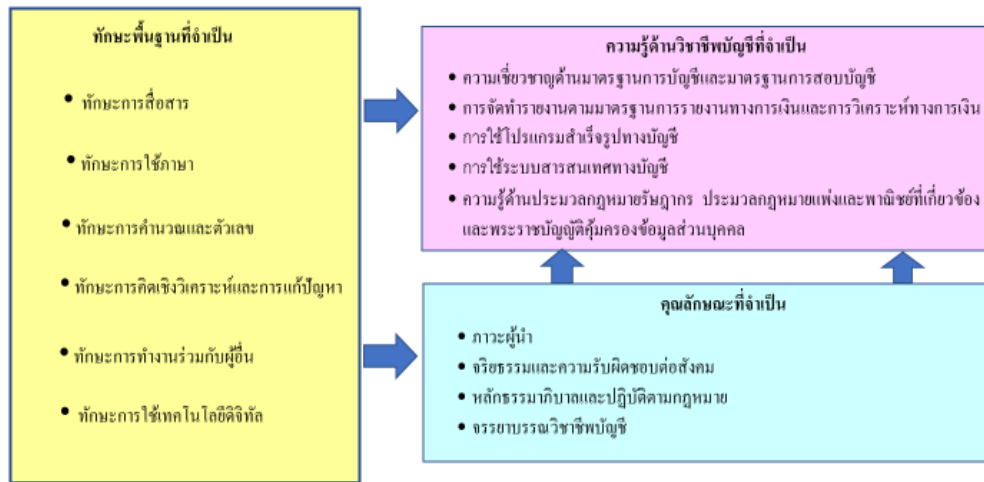
ทักษะการรู้ดิจิทัลสามารถแบ่งเป็นส่วนสำคัญ 3 ส่วนได้แก่ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2559)

1. การใช้ (use) หมายถึงทักษะมวลรวมในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่หลากหลายตั้งแต่พื้นฐานเช่นการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เบื้องต้นไปถึงเทคนิคขั้นสูงสำหรับการเข้าถึงและใช้ความรู้เช่นการใช้โปรแกรมค้นหา (search engine) รวมถึงเทคโนโลยีอุบัติใหม่เช่นคลาวด์คอมพิวติง (cloud computing)
2. การเข้าใจ (understand) หมายถึงทักษะที่ช่วยให้เกิดความคิดวิเคราะห์ประเมินสังเคราะห์สื่อดิจิทัลจนทำให้เข้าใจถึงบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาอันๆการพัฒนาทักษะการจัดการสารสนเทศและความรับผิดชอบต่อสิทธิความเป็นเจ้าของการมีส่วนร่วมในสังคมดิจิทัล
3. การสร้างสรรค์ (create) หมายถึงทักษะในการผลิตหรือสร้างเนื้อหาผ่านเทคโนโลยีที่หลากหลายอย่างถูกต้องและสร้างสรรค์การสื่อสารโดยใช้ความหลากหลายของสื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือโดยคำนึงถึงจริยธรรมการปฏิบัติทางสังคมและการสะท้อนสิ่งที่ฝังอยู่ในการเรียนรู้และการใช้ชีวิตประจำวัน

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับสมรรถนะ

ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล คนส่วนใหญ่จะนึกถึงทักษะที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เบื้องต้นทั้งเรื่องของฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ส่วนติดต่อผู้ใช้ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่นการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน รวมไปถึงการใช้อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ (peripherals) ต่าง ๆ ซึ่งทักษะของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นควรจะประกอบด้วยทักษะในการใช้ความหลากหลายของการใช้งานเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นทักษะด้านการทำงานของเทคโนโลยีที่ต้องรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และประเมินสารสนเทศดิจิทัลการทำงานร่วมกันทางออนไลน์ และการสร้างความตระหนักรู้ในการใช้เทคโนโลยีทั้งหมดนี้เราเรียกว่าเป็น “ทักษะการรู้ดิจิทัล” การรู้ดิจิทัลเป็นทักษะของบุคคลในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อที่จะเข้าถึงสามารถสื่อสารกันเพื่อใช้ในการจัดการ วิเคราะห์ประเมินผลสารสนเทศ นำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ และสื่อสารไปยังผู้อื่นได้ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใหม่ มีผลต่อสังคมโดยรวมในการสร้างโอกาสการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างสรรค์ เกิดนวัตกรรม ทักษะการรู้ดิจิทัลเป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับการรู้สารสนเทศ (information literacy) ผู้ใช้ควรมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อค้นหา ประเมิน สร้าง และสื่อสารสารสนเทศดิจิทัล โดยใช้ทั้งทักษะพุทธิพิสัยและทักษะทางเทคนิคโดยเป็นการใช้งานอย่างมีวิจารณญาณและมีความตระหนักรู้ทางสังคม (เด่นพงษ์ สุดภักดี, 2557 : 38 ; แวตา เตชาทวีวรรณ, 2559 : 22)

องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21



รูปที่ 1 สมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21

ที่มา : กาญจนา จินตานิล และชิตติพัทธ์ ชิตสกุล

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ได้พบองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 ที่นำมาสรุปเป็นแบบจำลอง (model) ได้ดังนี้ ด้านความรู้ด้านวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นความรู้ความสามารถหลักหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ความเชี่ยวชาญด้านมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการสอบบัญชี การจัดทำรายงานตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและการวิเคราะห์งบการเงิน การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี การระบบสารสนเทศทางบัญชี และความรู้ด้านประมวลกฎหมาย กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่เกี่ยวข้อง และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ด้านทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 ซึ่งช่วยสนับสนุนให้การปฏิบัติงานสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการใช้ภาษา ทักษะการคำนวณและตัวเลข ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น และทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และด้านคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในการทำงานได้อย่างยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือของผู้อื่นในสังคม ได้แก่ การมีภาวะผู้นำ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม หลักธรรมาภิบาลและการปฏิบัติตามกฎหมาย และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

สรุป

จากการศึกษาเพื่อค้นหาองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21 พบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจำเป็นต้องมีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นจำนวน 6 ด้าน ความรู้ด้านวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นจำนวน 5 ด้าน และคุณลักษณะที่จำเป็นจำนวน 4 ด้าน ซึ่งองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่ต้องการมารับเข้ามาปฏิบัติงานทางด้านบัญชีในองค์กรได้อย่างเหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบในตำแหน่งงาน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรทางด้านบัญชีขององค์กรให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้น สามารถนำไปเป็นแนวทางการตั้งเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรทางด้านบัญชีขององค์กรได้อย่างเหมาะสมและเที่ยงธรรม รวมทั้งยังสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการให้แก่บุคลากรทางด้านบัญชีขององค์กรได้อย่างเหมาะสมและจูงใจ ซึ่งเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานและช่วยสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และดนุชา คุณพนิกิจ, (2555). IES2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรปริญญาตรีทางการบัญชี. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 34(134) : 162
- ณัชชา คล้ายสุบรรณ และกฤษฎา คำพิทักษ์. (2562). คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการในยุคดิจิทัล. *วารสารมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 11(1), 1-14.
- เด่นพงษ์ สุดภักดี. (2557). แนวทางการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ดิจิทัลเนทีฟ, *Veridian E-Journal, Silpakorn University มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(2), 12, 1630-1642
- ธีระพล เจริญสุข. (2564). *การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรกรมสรรพสามิตในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นิลรัตน์ นวกิจไพฑูรย์. (2555). *ประเภทของสมรรถนะ*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2566, จาก : <http://www.gotoknow.org/posts/501771>.
- นุจรี อร่ามพันธ์. (2561). *ทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีองค์กรรัฐวิสาหกิจในศตวรรษที่ 21 : การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคกลาง)*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นันทวรรณ บุญช่วย (2563). ยุคพลิกผันทางเทคโนโลยีกับการพัฒนานักบัญชีนวัตกรรม. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(1), 15-26.
- ประสุตา นาดี, ธวัชพร โคนพันธ์, กมลลักษณ์ มาตราข, ทศนัย นาทัน, ดวัน ทศนบรรลือ, ปานชีวา กุลีสูงเนิน, ศุภาพิชญ์ ตรงวัฒนาวุฒิ, บุษยมาส เทียนกระจำง, พรพิมล หว่างพัฒน์, และ ศุภกัญญา ภูทองกิ่ง. (2564). สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล: ทักษะการปรับตัวในโลกที่เปลี่ยนแปลง. *วารสารศิลปศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 8(2), 3-18.
- พิชชาพร ธรรมรัตน์, สุวิมล ตีรกานันท์และกมลทิพย์ ศรีหาเศษ. (2564). การศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะนักวิชาชีพบัญชียุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 38 (103), 14 - 23.

- รุ่งระวี มั่งสิงห์ และชุมพล รอดแจ่ม. (2564). สมรรถนะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคดิจิทัลตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. 6(1), 100-119.
- วริยา ปานปรง, ทิวัตต์ มณีโชติ, ชัยสรล รอดยิ้ม และณัฐพงศ์ ส่งเนียม. (2563). การพัฒนารูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความรู้และทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อสมรรถนะของนักบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย*, 12(1), 22-35.
- วิษณุ น้อยมาลา. (2564). ทักษะจำเป็นของการทำงานในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิชาการรัตนบุศย์*, 3(1), 45-57.
- แววตา เตชาทวิวรรณ. (2559). *การรู้สารสนเทศสำหรับการเรียบเรียงโครงงาน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนเทศศาสตร์คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2559). *มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (ฉบับปรับปรุง Volume 2015)* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565, จาก <http://www.fap.or.th/มาตรฐานวิชาชีพบัญชี/มาตรฐานการศึกษาและเทคโนโลยี.html>.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2561). *ข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี ว่าด้วยจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 29 เมษายน 2566, จาก : <http://www.tfac.or.th/Article/Detai/66980>.
- สรันษ บัญญัติ และไพฑูรย์ อินตะขัน. (2559). การศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 9(1), 167-177.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2559). *การรู้ดิจิทัล (Digital Literacy)* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565, จาก : <https://www.nstda.or.th/th/nstda-knowledge/142-knowledges/2632>.
- อัญชลี ชัยศรี. (2563). การบริหารทรัพยากรมนุษย์บนพื้นฐานสมรรถนะ. *วารสารวิชาการ มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย บุรีรัมย์*, 5(2), 54-65.
- อัฐวัฒน์ จันทสุทโธ. (2564). การประเมินความต้องการจำเป็นของทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีในประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยธนบุรี*. 13(3) : 52-63.
- Barac, K. (2009). South African training offers 's perception of the knowledge and skills requirements of entry-level trainee accountants. University of South Africa.
- Boyatzis, R. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York : Wiley Inter-science.
- Mc Clelland, D. (1973). Testing for Competency Rather than for intelligence. *American Psychologist*. 28(1). 1-14.
- Palmer, K. N., Ziegenfuss, D. and Prinsker, R. (2004). *Intermotional Knowledge, skill, and abilities of auditor/accountant Evidence from recent competency studies*. Old Dominion University.
- Thipwiwatpotjana, S. and Bootnoi, N. (2019). *The impact of accounting ethics on ethical behaviors and decision making of accounting firm executives in Thailand*. MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences, 8(2), 180-194.

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 บทความที่จะได้รับลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง และเป็นบทความที่มีประโยชน์ในทางวิชาการโดยวารสารวิจัยวิทยาการจัดการรับพิจารณาบทความวิชาการ (academic article) และบทความวิจัย (research article) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศาสตร์การบริหารธุรกิจในสาขาต่างๆ อาทิเช่น การบัญชี การเงินและการธนาคาร การจัดการธุรกิจ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร ชีพพลายเซนและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวและโรงแรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และเศรษฐศาสตร์

นโยบายของวารสาร

1. การพิจารณาบทความตีพิมพ์ พิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 2 ท่านทั้งนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process) และได้รับความเห็นชอบจากบรรณาธิการกองบรรณาธิการของวารสาร
2. เนื้อหาในบทความเป็นความคิดเห็นและอยู่ในความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความ มิใช่เป็นความเห็นและความรับผิดชอบใดๆ ของวารสารและคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ทั้งนี้ไม่รวมความผิดพลาดอันเกิดจากการพิมพ์
3. บทความที่จะตีพิมพ์ในวารสาร ต้องไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความเอง

การพิจารณากลับกรองบทความ (Review Process)

บทความที่ส่งมายังกองบรรณาธิการวารสาร จะได้รับการแจ้งให้ผู้ส่งบทความทราบว่าได้รับแล้ว จากนั้นกองบรรณาธิการจะกลับกรองบทความโดยพิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสารประโยชน์ทางด้านวิชาการและการนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ บทความที่ผ่านขั้นตอนนี้จะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 2 ท่าน เพื่อพิจารณากลับกรองและตรวจสอบคุณภาพของบทความและความเหมาะสมในการตีพิมพ์ กองบรรณาธิการวารสารจะส่งบทความที่ผ่านการพิจารณาจากขั้นตอนนี้ให้กับผู้ส่งบทความนำกลับไปแก้ไขตามข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่งหรือปฏิเสธการลงตีพิมพ์

การติดต่อ (Contact)

กองบรรณาธิการวารสารวิจัยวิทยาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
เลขที่ 186 หมู่ 1 ถ.สุรินทร์ – ปราสาท
ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000
โทร.044512382 หรือโทร. 0887235944
อีเมล jmsr@srru.ac.th
เว็บไซต์ <https://jmsr.srru.ac.th>

คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ

วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ (Journal of Management Science Research) เป็นวารสารที่รับตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ โดยออกวารสารปีละ 3 ฉบับ ได้แก่ ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคมถึงเมษายน ฉบับที่ 2 ประจำเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม และฉบับที่ 3 ประจำเดือนกันยายนถึงธันวาคม ประเภทของผลงานทางวิชาการที่รับพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารมี 2 ประเภท ได้แก่ บทความวิชาการ และบทความวิจัย สำหรับสาขาที่เปิดรับ ได้แก่ การบัญชี การเงินและการธนาคาร การจัดการธุรกิจ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร ชีพพลายเซน และโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวและโรงแรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และเศรษฐศาสตร์

บทความที่ส่งเข้ามาจะได้รับประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน โดยพิจารณาแบบปกปิดรายชื่อทั้งผู้เขียนบทความ ผู้พิจารณาบทความ และผู้เกี่ยวข้อง (double-blinded review) นอกจากนี้บทความจะต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาจากที่อื่น หรือเป็นบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารอื่น หรือตีพิมพ์ในเอกสารสืบเนื่องจากงานประชุมวิชาการ (proceeding) มาแล้ว

1. การพิจารณาเบื้องต้น

1.1 ประเภทของบทความ วารสารรับพิจารณาประเภทผลงานทางวิชาการ ดังนี้

1) บทความวิชาการ เป็นบทความทางวิชาการที่มีเนื้อหาสาระทางวิชาการถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย มีแนวคิดและการนำเสนอที่ชัดเจนเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา (ส่วนที่ 1) พื้นฐานความรู้ในเรื่องที่จะกล่าวถึง 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 ชีพพลายเซนและโลจิสติกส์ 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 หรือมีความจำเป็นต้องใช้สัญลักษณ์หรือตัวพิมพ์พิเศษจากคอมพิวเตอร์ก็สามารถทำได้ 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 รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง)

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 และถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ จำนวนคำที่ปรากฏจะต้องไม่เกิน 400 คำ 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 ให้ระบุวิธีการจัดการกระทำกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ ว่ามีหลักเกณฑ์อย่างไร อธิบายถึงสถิติที่ใช้ในการวิจัย ว่าวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติอย่างไร ใช้หลักเกณฑ์อะไรในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน

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 และงบประมาณที่ได้รับ 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 (2560 ก : 12) วิจิตรา โพธิสาร (2560 ข : 102) เป็นต้น

3.2 ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงในเรื่องจากเอกสารต่างๆ

1. กรณีที่ผู้แต่งมี 1 คน

ภาษาไทย	กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:
	วิจิตรา โพธิสาร (2560 : 121) กล่าวว่า
ภาษาอังกฤษ	กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:
	 (วิจิตรา โพธิสาร, 2560 : 121)
ภาษาไทย	กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:
	Potisarn (2017 : 121) รายงานว่า
ภาษาอังกฤษ	กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:
	 (Potisarn, 2017 : 121)

2. กรณีที่ผู้แต่งมี 2 คน

ภาษาไทย	กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:
	วิจิตรา โพธิสาร และนางนุช มะลิทอง (2560 : 121) กล่าวว่า
ภาษาอังกฤษ	กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:
	 (วิจิตรา โพธิสาร และนางนุช มะลิทอง, 2560 : 121)
ภาษาไทย	กรณีอ้างอิงหน้าประโยค:
	Potisarn and Malithong (2017 : 121) รายงานว่า
ภาษาอังกฤษ	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:

..... (ธีรวัตร 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. กรณีอ้างอิงแหล่งอ้างอิงอื่นเนื่องจากไม่สามารถอ้างอิงจากแหล่งเดิมได้

ภาษาไทย

กรณีอ้างอิงท้ายประโยค:

..... (จอห์น บุท, 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 (,) กันระหว่างชื่อ

ภาษาไทย วิจิตรา โพธิสาร, จักรพงษ์ เจือจันทร์, สุริย์ฉาย สุคันธรัตน์, 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, สุริย์ฉาย สุคันธรัตน์, ประภาพร บุญปลอด, มัญญา จำปาเทศ, เสาวนีย์ ปรารค์ชัยกุล, 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 อัมพู และวิจิตรา โพธิสาร. (2061). การออกแบบและพัฒนาสื่อประสมเรื่องประชาคมอาเซียนของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน. วารสารวิชาการศิลปศึกษาบัณฑิตศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 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 การประชุมวิชาการระดับชาติราชชมงคลสุรินทร์วิชาการ 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 และพิมพ์ชิดขอบกระดาษด้านซ้าย ตามด้วยเครื่องหมายทวิภาค (:) แล้วเว้นระยะห่าง 1 ตัวอักษร จึงบอกแหล่งที่มาของข้อมูล

2. การใช้เลขกำกับตาราง ให้ใช้เลขอารบิก เรียงลำดับต่อเนื่องกันไป เช่น ตารางที่ 1 ตารางที่ 2 เป็นต้น

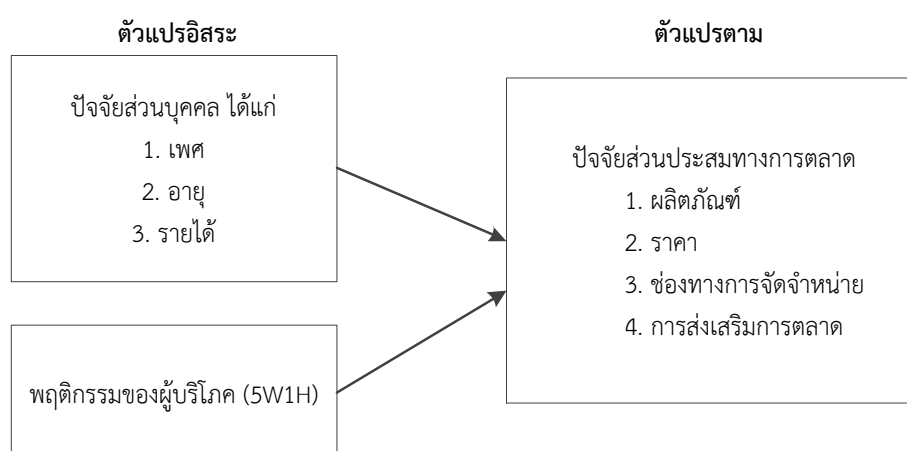
ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

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

2. กรณีที่บทความไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ วารสารขอแจ้งว่า วารสารจะไม่คืนเงิน

ค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์

3. ช่องทางการชำระค่าธรรมเนียม กำหนดให้โอนเงินค่าธรรมเนียมผ่านทางบัญชีธนาคาร ดังนี้

ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ธนาคาร กรุงเทพ สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

เลขที่บัญชี 644-0-30330-0

(ให้ชำระเงินค่าธรรมเนียมหลังจากได้รับแจ้งจากวารสารเท่านั้น)

8. ช่องทางการติดต่อสื่อสาร

อีเมล jmsr@sru.ac.th

เว็บไซต์ <https://jmsr.sru.ac.th>

ที่อยู่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

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

โทรศัพท์ 044 – 512382

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ผศ.ทรงกลด พลพวก โทร. 091-834-2830 และผศ.พัชรภรณ์ เกลียวแก้ว โทร 096-6696245 (วันและเวลาราชการ)

ตัวอย่างเทมเพลต
บทความวิจัย

[ชื่อเรื่องภาษาไทย]
[ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ]

[ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่1] ^{1*} [ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่2] ² [ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่3] ³
[ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่1] ^{1*} [ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่2] ² [ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่3] ³
*Corresponding author, e-mail: [ใส่อีเมลผู้เขียนหลัก]

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)

[ดับเบิลคลิกเพื่อเพิ่มกรอบรูปภาพ]

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]

ตัวอย่างเทมเพลต
บทความวิชาการ

[ชื่อเรื่องภาษาไทย]
[ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ]

[ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่1] ^{1*} [ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่2] ² [ชื่อภาษาไทยผู้เขียนคนที่3] ³
[ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่1] ^{1*} [ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่2] ² [ชื่อภาษาอังกฤษผู้เขียนคนที่3] ³
*Corresponding author, e-mail: [ใส่อีเมลผู้เขียนหลัก]

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]

[ดับเบิลคลิกเพื่อเพิ่มกรอบรูปภาพ]

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 บทความนี้ไม่เคยลงพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอ เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้า และข้าพเจ้าได้รับทราบและยอมรับข้อกำหนดและนโยบายการพิจารณาตีพิมพ์บทความของวารสารวิจัยวิทยาการจัดการแล้ว

โปรดระบุ

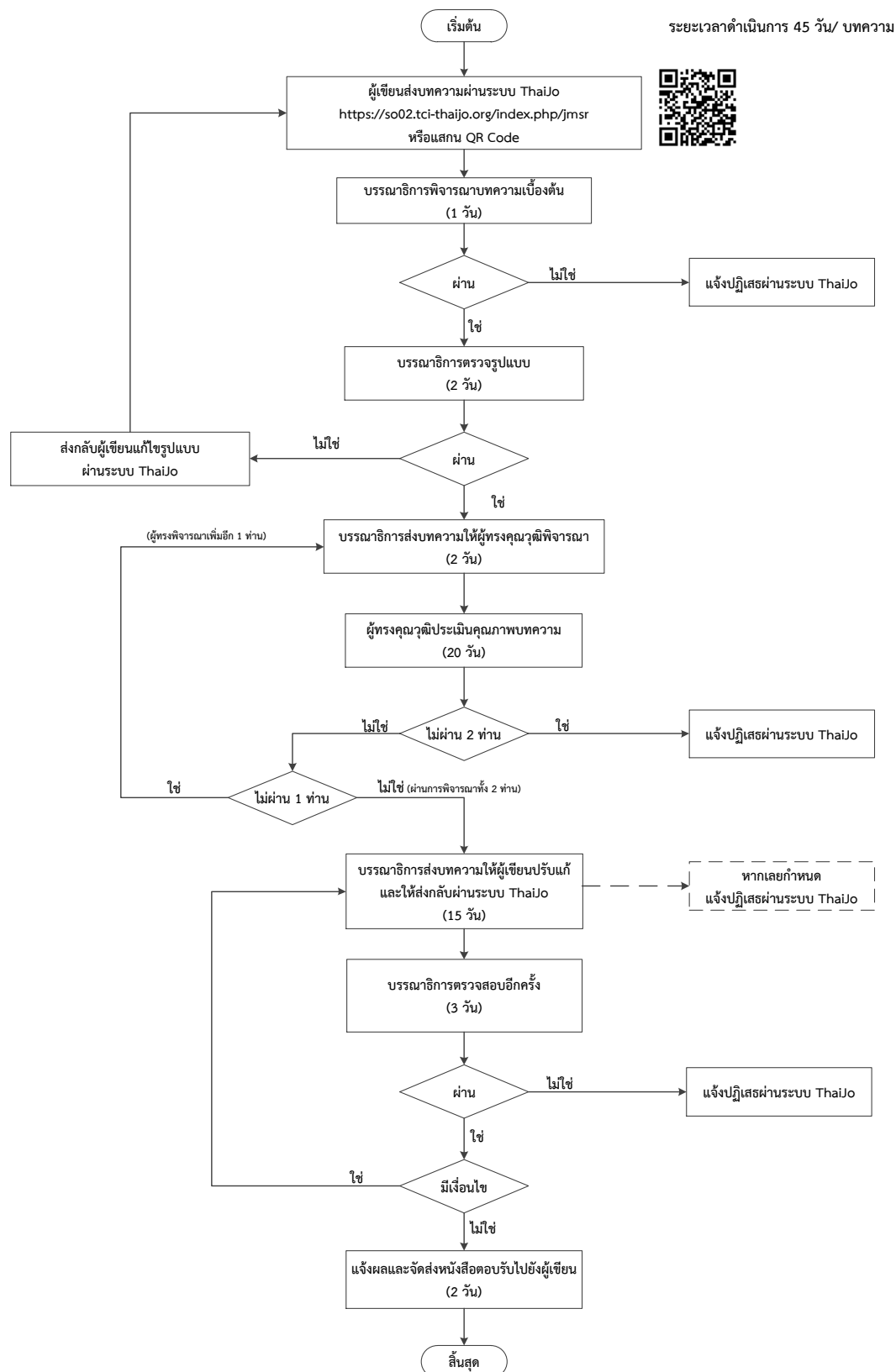
☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามชื่อที่ระบุในบทความจริง

ลงนาม.....

(.....)

ขั้นตอนการทำงานของวารสาร



จริยธรรมการตีพิมพ์

บทนำ

จริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics) เป็นการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ แนวทาง และมาตรฐานการตีพิมพ์ วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ได้กำหนดจริยธรรมการตีพิมพ์ สอดคล้องกับมาตรฐานทางจริยธรรมของคณะกรรมการจริยธรรมการตีพิมพ์ (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) และหากเป็นบทความวิชาการจะต้องมีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และให้เหตุผลตามหลักทางวิชาการ

3. ละเว้นและหลีกเลี่ยงการดำเนินงานที่เป็นผลประโยชน์ทับซ้อน ทั้งผลประโยชน์ที่เกิดจากบรรณาธิการและผู้แต่ง บรรณาธิการและผู้ประเมิน บรรณาธิการและผู้อ่าน และผู้ประเมินและผู้แต่ง

4. พิจารณาเสนอรูปแบบการเขียนบทความ ความครบถ้วนสมบูรณ์ และคุณภาพของบทความ พร้อมทั้งเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์

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

6. พิจารณารับตีพิมพ์จากกองบรรณาธิการที่ตรงกับสาขาวิชาของบทความ

7. พิจารณาบทความและส่งมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงตามสาขาวิชาของบทความ

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

9. ตรวจสอบบทความให้ถูกต้อง ครบถ้วนของบทความก่อนจัดทำเล่มและเผยแพร่

10. ให้ความสำคัญกับผู้สนับสนุนบทความ ทั้งแหล่งทุน และผู้เกี่ยวข้องทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบว่าบทความนี้มีหน่วยงาน หรือบุคคลใดมีส่วนร่วมและเกี่ยวข้อง

11. ควบคุมและให้ความสำคัญต่อการตีพิมพ์เป็นรูปเล่มและการเผยแพร่ทางเว็บไซต์วารสาร ให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ และออกตรงตามกำหนดเวลา อย่างเคร่งครัด

12. หากเกิดความผิดพลาดในการดำเนินการบรรณาธิการจะต้องแสดงความรับผิดชอบ ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมการตีพิมพ์

2. บรรณาธิการประจำเรื่อง และกองบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการประจำเรื่องจะต้องดูแลกระบวนการประเมินคุณภาพของบทความในแต่ละเรื่องที่ได้รับมอบหมาย ร่วมกับบรรณาธิการ 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 และไม่ใช่ความคิดเห็นส่วนตัวพิจารณาโดยไม่มีข้อมูลทางวิชาการรองรับ
4. ให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้แต่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านบทความของวารสาร
5. ประเมินบทความตามระยะเวลาที่กำหนด
6. สรุปผลการประเมินคุณภาพบทความ ได้แก่ 1) ยอมรับการตีพิมพ์บทความ 2) ขอให้มีการแก้ไข 3) ส่งใหม่เพื่อประเมินอีกครั้ง 4) ส่งไปยังวารสารอื่น 5) ปฏิเสธการรับตีพิมพ์บทความ

บทบาทหน้าที่ผู้แต่ง (Authors)

1. พิจารณาขอบเขตงานวิจัยว่าอยู่ในขอบเขตของวารสารหรือไม่ โดยขอบเขตของวารสาร สำหรับสาขาที่เปิดรับ ได้แก่ การบัญชี การเงินและการธนาคาร การจัดการธุรกิจ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร ชีพพลายเซนและโลจิสติกส์ 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 และหากมีหลักฐานอย่างชัดเจน สามารถนำเสนอและอธิบายต่อบรรณาธิการเพื่อพิจารณาตัดสินผลการพิจารณาบทความอีกครั้งได้
8. ผู้แต่งจะต้องปฏิบัติตามจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด

บทบาทหน้าที่ผู้อ่าน (Readers)

1. ผู้อ่านทั่วไปสามารถอ่านบทความย่อ ดาวนโหลบทความวิจัย บทความวิชาการ ได้ทันทีโดยไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิกเพื่ออ่านบทความ บทความที่อยู่ในวารสารนี้เป็นบทความของนักวิจัย นักวิชาการที่สังกัดทั้งในมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย
2. หากมีการใช้ประโยชน์จากบทความ หรือมีการเผยแพร่บทความไปยังแหล่งข้อมูลอื่นขอให้ผู้อ่านทำการอ้างอิงผู้แต่งและวารสารให้ครบถ้วน

การประเมินคุณภาพของบทความ

1. บทความที่ส่งเข้ามาจะได้รับประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน 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) และการปฏิเสธจะต้องมีผู้ประเมินปฏิเสธการตีพิมพ์ 2 ท่าน