

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่

Perception of International Tourists Towards Health Tourism, Chiang Mai Province

ชูเกียรติ ศิริวงศ์(Chukiat Siriwong)^{1*} รชวดี พันธุ์นิติภูมิ(Rachawadee Phandunitiphum)^{2*}

หลักสูตรการท่องเที่ยวและบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

¹ Corresponding Author. E-mail: smartjoe2000@hotmail.com

² Corresponding Author. E-mail: rachawadee@rmutl.ac.th

บทคัดย่อ

ในการวิจัยเรื่อง การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจบริการด้านสุขภาพ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 คน จากกลุ่มประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม ทำการศึกษาระหว่างช่วงเดือนเมษายน 2560 ถึง มิถุนายน 2561

โดยมีผลการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่รู้จักการนวดแผนไทยมากที่สุด และนิยมใช้บริการการนวดแผนไทย มากที่สุด มีระดับความพึงพอใจในระดับสูง สำหรับการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับบริการด้านสุขภาพของประเทศนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจการให้บริการในประเทศไทยมากกว่าประเทศของตนเป็นจำนวนมากที่สุด ด้านระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการใช้บริการธุรกิจบริการสุขภาพ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อความคาดหวังของการบริการ เป็นจำนวนมากที่สุด สำหรับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการด้านสุขภาพ ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการด้านสุขภาพเพราะพนักงานมีทักษะ เป็นจำนวนมากที่สุด

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การรับรู้ เชียงใหม่ ธุรกิจสุขภาพ นักท่องเที่ยว

Abstract

The research on the Perception of International Tourists towards Health Tourism, Chiang Mai province. The purpose of the study are 1) To study of tourists' perception on health tourism city. ChiangMai Province. 2) To study tourist satisfaction in health service business. The sample size was 248 persons. Accidental sampling and quantitative research were used. Study conducted between April 2017 to June 2018.

The results found that most tourists who come to Chiang Mai know the most traditional Thai massage. They satisfied with Thai Massage in highest level of satisfaction in service. Comparison of health service satisfaction in Chiang Mai compared to health services of foreign tourists country. It is found that tourists who come to Chiang Mai are more satisfied with the service in Thailand than their own country. The level of expectation of foreign tourists from using the health service business in Chiang Mai have a high level of satisfaction with their service expectations. The factors that make foreign tourists choose health services. Most have a reason to choose health services cause of their skilled staff.

Keywords: Health tourism, Perception, Chiang Mai, wellness business, Foreign Tourism.

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยในปัจจุบัน แผนการตลาดของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2560 จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560 และแผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2560-2564 ผนวกกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้ได้แผนที่เกิดประโยชน์ ต่อประเทศชาติและมีประสิทธิภาพสูงสุด มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวควบคู่กับการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยเน้นสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศ แล้วจึงเชื่อมต่อเศรษฐกิจไทยเข้ากับเศรษฐกิจโลกอย่างมีประสิทธิภาพด้วยวิถีไทยผ่านการส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Experience) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ที่สามารถเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย อันจะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและ

กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เพื่อให้คนในท้องถิ่นเกิดความรู้สึก เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กองกลยุทธ์การตลาด ททท, 2559)

การท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) มีการท่องเที่ยวอยู่ 7 ประเภทได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและที่สำคัญคือ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (วารัชต์ มัธยมบุรุษ, ม.ป.ป.) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและหรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาลและอื่นๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป ทั้งนี้ในปี 2560 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาใช้จ่ายเงินเพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านสุขภาพในประเทศไทย เป็นจำนวนเงินถึง 16,589 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จะมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนผลกำไรให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล และภายหลังการท่องเที่ยวก็สามารถนำกลับไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ (กองอนุรักษ์, 2544) ทั้งนี้จากรายงานมูลค่าการตลาดธุรกิจสุขภาพและความงามปี 2560 พบว่า ธุรกิจด้านการนวดไทยมีมูลค่าถึง 31,155 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23 ด้านธุรกิจบริการการแพทย์มีรายได้ 102,926 ล้านบาท คิดเป็นรายได้ 75% และธุรกิจสินค้าสปา 2,419 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2 (Spaborn, 2561)

เชียงใหม่ได้วางยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล โดยมีแนวทางการพัฒนาที่เป็นจุดเน้น (Focus) และทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Direction) สำคัญในระยะยาวหวังผลักดันให้เชียงใหม่เป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการสุขภาพ (Tourism and Health Hub) เชื่อมโยงสู่เมืองท่องเที่ยวในภูมิภาค เนื่องจากเชียงใหม่มีความหลากหลายทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการเป็นศูนย์กลางการส่งเสริมธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ทั้งการแพทย์แผนปัจจุบันและการแพทย์ทางเลือกซึ่งจะสามารถรักษาและต่อยอดภูมิปัญญาการแพทย์พื้นถิ่นสู่รูปแบบการบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมีอัตลักษณ์โดดเด่น (มดิชน, 2560)

ทั้งนี้การท่องเที่ยวในเชียงใหม่เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาเป็นระยะเวลายาวนานทั้งจากการส่งเสริมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทั้งนี้การ

พัฒนาเมืองเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จักในบทบาทของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ถูกกำหนดขึ้นในปัจจุบันนั้น ต้องได้รับการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจด้านสุขภาพของเชียงใหม่เป็นอย่างไร และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธุรกิจด้านสุขภาพ เพื่อจะได้พัฒนาธุรกิจสุขภาพให้ตรงกับความต้องการรวมถึงสร้างการรับรู้ในธุรกิจที่ยังไม่เป็นที่นิยมแก่นักท่องเที่ยวต่อไป จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเปรียบเทียบธุรกิจสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตศึกษา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาในเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่ พื้นที่ศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการวิจัยระหว่าง เดือน เมษายน พ.ศ. 2560 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ.2561

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ระหว่าง ปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2561 โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling)

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้จำนวน 248 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ

ส่วนที่ 2 ระดับการรับรู้ด้านธุรกิจสุขภาพของจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 ชุด และ 2) เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้จากการค้นหาข้อมูล เช่น หนังสือ ตำรา รายงานผลการศึกษา วิจัย บทความ ทั้งจากห้องสมุด และออนไลน์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนมากมีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นจำนวน 78 คน หรือร้อยละ 31.50 รองลงมาคืออายุ 16-25 ปี มีจำนวน 74 คน หรือร้อยละ 29.80 และอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ตามลำดับ

สำหรับสถานภาพนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนมากมีสถานภาพโสด คิดเป็นจำนวน 154 คน หรือร้อยละ 62.10 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 50 คน ร้อยละ 20.20 และไม่ระบุสถานภาพ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

2. ผลการวิจัยด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่

ด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก่อนมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่รู้จักนวดแผนไทยจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือสปาและสถาบันความงามจำนวน 104 คน ร้อยละ 23.4 และการรักษาทางการแพทย์จำนวน 70 คน ร้อยละ 15.8 ศัลยกรรม จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 และบริการด้านสุขภาพอื่น ๆ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

สำหรับธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่นักท่องเที่ยวมักนิยมใช้บริการโดยเลือกจากสถานประกอบการ พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ใช้บริการการนวดแผนไทยจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือสปาและสถาบันความงามจำนวน 62 คน ร้อยละ 11.8 โรงพยาบาลเอกชนจำนวน 52 คน ร้อยละ 9.9 คลินิกทำฟันและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 คลินิกทั่วไปจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 สปาในโรงแรม จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 บริการประเภทอื่น ๆ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 โรงพยาบาลของรัฐจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 คลินิกเสริมความงามจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ คลินิกเฉพาะทาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเปรียบเทียบธุรกิจสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ด้านระดับความพึงพอใจต่อการบริการธุรกิจบริการสุขภาพ พบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 80-100 จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือระดับความพึงพอใจ ร้อยละ 60-79 จำนวน 74 คน ร้อยละ 29.8 มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 40-59 จำนวน 36 คน ร้อยละ 14.5 มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 20-39 จำนวน 4 คน ร้อยละ 1.6 และมีระดับความพึงพอใจร้อยละ 0-29 จำนวน 2 คน ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

สำหรับการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับบริการด้านสุขภาพของประเทศนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจ 202 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมาคือไม่มีข้อมูลจำนวน 38 คน หรือร้อยละ 15.3 และไม่พึงพอใจ 8 คน ร้อยละ 3.2 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับการให้บริการในประเทศของตนเอง

ด้านระดับพึงพอใจต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการใช้บริการธุรกิจบริการสุขภาพ พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อความคาดหวังต่อการบริการ เกณฑ์ 80-100 จำนวน 141 คน คิดเป็น ร้อยละ 56.9 รองลงมาคือ เกณฑ์ 60-79 จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และเกณฑ์ 40-59 จำนวน 32 คน ร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการด้านสุขภาพ พบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการด้านสุขภาพจากพนักงานมีทักษะจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการบริการ (Service Expenses) จำนวน 98 คน หรือร้อยละ 16.2 และพนักงานสามารถพูดภาษาอังกฤษได้จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ค่าใช้จ่ายระหว่างพำนักรับในไทย จำนวน 54 คิดเป็นร้อยละ 8.9 มีใบรับรองการบริการ จำนวน 50 คิดเป็นร้อยละ 8.3 อื่นๆ จำนวน 48 คิดเป็นร้อยละ 7.9 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ จำนวน 48 คิดเป็นร้อยละ 7.9 มีการคมนาคมที่สะดวก จำนวน 24 คิดเป็นร้อยละ 4.0 มีโปรโมชั่น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และมีบริการรับ – ส่ง จำนวน 8 คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

ทั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนมากมีอายุ 26-35 ปี ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของเชียงใหม่สอดคล้องกับ กันต์กนิษฐ์ วรทัตพิสิฐ และ ปาณิสรา ธรรมจักร (2559) พบว่าอายุของผู้ใช้บริการสปาอยู่ที่ 21- 30 ปี ส่วนมากมีสถานภาพโสด ด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก่อนมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็น

เช่นนี้อาจเนื่องมาจากการบริการด้านสุขภาพของไทยมีเอกลักษณ์โดยเฉพาะนวดไทยมีชื่อเสียงและเป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่รู้จักนวดแผนไทยมากที่สุด นิยมใช้บริการการนวดแผนไทย มีระดับความพึงพอใจระดับสูง สอดคล้องกับ สิบปศิณี บาเรย์ (2555) ที่กล่าวว่า “นักท่องเที่ยวนิยมการบริการนวดตัวมากที่สุด” สำหรับการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับบริการด้านสุขภาพของประเทศนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยงที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจการให้บริการในประเทศไทยมากกว่าประเทศของตนเป็นจำนวนมากที่สุดที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากอัตราค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินต่างประเทศมีความแตกต่างกันทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินได้มากขึ้นเมื่ออยู่ในประเทศไทย ด้านระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการใช้บริการธุรกิจบริการสุขภาพ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อความคาดหวังต่อการบริการเป็นจำนวนมากที่สุดที่เป็นเช่นนี้อาจมีเหตุผลจากหลายปัจจัยเช่น อัตราค่าใช้จ่าย ผลลัพธ์ที่มีความแตกต่าง การให้บริการของบุคลากร ความมีเอกลักษณ์และการออกแบบที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ เป็นต้น สำหรับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกใช้บริการด้านสุขภาพ ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการด้านสุขภาพเพราะพนักงานมีทักษะเป็นจำนวนมากที่สุด ไม่สอดคล้องกับ สิบปศิณี บาเรย์ (2555) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักท่องเที่ยว แต่สอดคล้องกับ สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงศิริโรจน์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่กล่าวว่า “นักท่องเที่ยงมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมผู้ให้บริการในระดับมาก โดยส่วนใหญ่พึงพอใจด้านกิจกรรม มีความพึงพอใจด้านอาบน้ำแร่เพื่อสุขภาพ มีสปาและนวดแผนไทยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว” และสอดคล้องกับ วรณา วงษ์วานิช (2545) ที่กล่าวว่า “นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการศูนย์สุขภาพเนื่องจากมีบุคลากรที่มีความรู้และทักษะด้านสุขภาพ”

ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐควรเน้นการพัฒนาารูปแบบหรือกิจกรรมทางสุขภาพแก่นักท่องเที่ยวที่ยังไม่แต่งงานหรือมีสถานภาพโสดเนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของเชียงใหม่ ซึ่งจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างมาก
2. ภาครัฐและธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านนวดแผนไทยต้องพยายามรักษามาตรฐาน เพื่อเป็นการรักษาจำนวนกลุ่มลูกค้าที่มีมากที่สุดและพยายามไม่ใช้กลยุทธ์ทางราคามาเป็นเครื่องมือซึ่งไม่ส่งผลดีต่อรายได้ของประชาชน และภาษีภาครัฐในระยะยาว
3. ธุรกิจสปา และสถาบันความงาม จะต้องพัฒนาการรับรู้ให้มากขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่าย เช่นอาจจะเพิ่มการโฆษณาหรือโปรโมชั่นในกลุ่มตลาดหลัก

4. ทั้งนี้นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจทักษะของผู้ให้บริการมากที่สุด ดังนั้นควรมีการพัฒนาและรักษามาตรฐานของผู้ให้บริการให้มีมาตรฐานอย่างคงที่สม่ำเสมอ ทั้งนี้อาจจะต้องระวังในส่วนของราคาแพคเกจ ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังมองว่าประเทศไทยมีค่าแรงใช้จ่ายด้านสุขภาพสูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

ในการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ที่ให้โอกาสและทุนในการนำเสนอบทความวิชาการครั้งนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และลูกสาวที่เป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าฝ่าฟันการศึกษานี้จนสำเร็จ ทั้งยังเป็นแรงสนับสนุนและกำลังใจอย่างยิ่ง ข้าพเจ้าขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาที่ให้พื้นที่ในการทำงานและทุนสนับสนุน ข้าพเจ้าขอขอบคุณเพื่อร่วมงานหลักสูตรการท่องเที่ยวและบริการที่ให้ความช่วยเหลือ ชี้แนะ และทำให้เกิดผลงานวิชาการตลอดมา ข้าพเจ้าขอขอบคุณนักศึกษาทุกคนที่มีส่วนในการลงพื้นที่เพื่อสำรวจและเก็บแบบสอบถามตลอดเวลาของการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กนกภรณ์ บุญมาพิชัยกรณ์. (2552). *ธุรกิจสปาไทย*. กรุงเทพฯ:ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่าย (Jan - Dec 2016)*. สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2559. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองกลยุทธ์การตลาด, (2559). *เป้าหมายองค์กรปี 2561 กลยุทธ์ด้านการตลาด*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองอนุรักษ์ (2544) *แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ* เข้าถึงได้จาก : <http://uc.thailis.or.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00171276> (สืบค้นเมื่อ : 27 สิงหาคม 2560)
- กัณฑ์วิชฐ์ วรทัตพิสิฐ และปาณิสรา ธรรมจักร (2559). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) *แผนการตลาดการท่องเที่ยวไทย* เข้าถึงได้จาก : <https://thai.tourismthailand.org/> (สืบค้นเมื่อ : 26 สิงหาคม 2560)
- ชลตรงค์ ทองสง และคณะ. (2553). *โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำร้อนถ้ำเขาพลู*. เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์. (2557). *ร่างยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. กรุงเทพฯ
วรรณ วาษณานิซ (2545). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วาริชต์ มัธยมบุรุษ (ม.ป.ป.). *รูปแบบการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก :

<https://tourismatbuu.wordpress.com/> (สืบค้นเมื่อ : 26 สิงหาคม 2560)

ศศิพงศ์ บุญยงค์. (2558). *MEDICAL TOURISM: เทียวเทรนดี้ใหม่ เทียวเชิงสุขภาพ*. กรุงเทพฯ
ศิริวรรณ เชื้อผู้ดี. (2558). “*ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*” โอกาสของไทยและอาเซียนที่ไม่ควรมองข้าม.
กรุงเทพฯ

สำนักงานภูมิภาค (2560) *เชียงใหม่โซยุทธ์ศาสตร์ มุ่งสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ-เมืองสร้างสรรค์*.
กรุงเทพฯ:หลังสื่อพิมพ์มติชน.

ลีปศิณี บาเรย์, (2555). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของ
นักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต*. ภูเก็ต:มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์ (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

หทัยรัตน์ สิทธิโชค. (2552). *ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย
แบบสปาที่ Health Land ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อริศรา ห่องทรัพย์ และกุลทิพย์ โภไคยอุดม. (2558). *แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
แหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ:คณะวิทยาศาสตร์การ
กีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Spaborn. (2561). *แนวโน้มธุรกิจสปา ปี2561 ของผู้ประกอบการสปาไทย*. กรุงเทพฯ

**การพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก:
ศึกษากรณีตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี**
**Operational Skill Development of Child Development Center
Committees: A Case Study of Thakhanun Subdistrict,
Thongphaphum District, Kanchanaburi Province**

ณรัชชอร์ ศรีทอง(Naratton Sritong)^{1*} ธง บุญเรือง(Thong Boonrueng)²

บรรจบพร อินดี(Bunjobporn Indee)³

^{1,2} สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

³ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัราชภัฏกาญจนบุรี

*Corresponding author. E-mail:naratton_sritong@hotmail.com, narachaonsritong@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในเทศบาลตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี 2. เพื่อพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานให้แก่คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้ถูกต้อง ตรงต่อปัญหา และความต้องการของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้ครบถ้วนตามท้องครปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดให้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และ 3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม รวมประชากรในการทำวิจัย 241 คน และพัฒนาทักษะคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กโดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ รวม 4 ครั้ง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้คอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean)

ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก พบว่า ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ร้อยละ 99.17 ระบุว่าไม่มีปัญหา เรื่อง การจัดประชุมคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ส่วนใหญ่ร้อยละ 69.71 ระบุว่า ส่งรายงานการประชุมคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้เทศบาลตำบลทุกครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.34 ระบุว่าคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กตามนโยบายของเทศบาลตำบลทุกครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 99.16 ระบุว่าคณะกรรมการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานพัฒนาศูนย์ต่อเทศบาลตำบลเป็นประจำ ส่วนใหญ่ร้อยละ 92.53 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดตั้ง

ยุบเลิก หรือย้ายรวมศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเมื่อมีโอกาส ส่วนใหญ่ร้อยละ 97.10 ระบุว่าได้เสนอต่อเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลท่าขนุนเกี่ยวกับการบริหารงานด้านครูผู้ดูแลเด็กเล็กบ้างเหมือนกัน ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.75 ระบุว่าคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้เสนอต่อเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลเกี่ยวกับแผนงาน โครงการ และงบประมาณเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้างเหมือนกัน ผู้ให้ข้อมูล ทั้งหมด ร้อยละ 100 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้เชิญชวนประชาชน ชุมชน และหน่วยงานทุกภาคส่วนเข้าไปมีส่วนร่วมจัดการศึกษา และพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และให้ความร่วมมือกับครูผู้ดูแลเด็กในการพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กทุกครั้งและประชากรผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 100 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ทำหน้าที่ของตนเองตามหนังสือที่กระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และจังหวัดกาญจนบุรีกำหนดทุกครั้ง

การพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กดำเนินการ รวม 4 ครั้ง ระหว่างเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2561

ข้อเสนอแนะเพื่อให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง พบว่าประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.95 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้จัดประชุมร่วมกันภาคเรียนละไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 37.76 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กส่งรายงานการประชุมให้เทศบาลตำบลทุกครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.34 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้การสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กตามนโยบายและแผนของเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่ร้อยละ 96.68 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.86 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดตั้งยุบเลิกหรือย้าย รวมศูนย์ในการประชุมต่อเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่ ร้อยละ 94.60 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กดูแลการปฏิบัติงานของผู้ดูแลเด็กโดยเสนอให้ผู้บริหารเทศบาลตำบลได้เพิ่มหรือลดเงินเดือน เป็นต้น ส่วนใหญ่ ร้อยละ 96.68 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเสนอแผนงานโครงการและงบประมาณเพื่อพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อเทศบาลตำบลเป็นประจำ ส่วนใหญ่ร้อยละ 96.68 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้สนับสนุนผู้ปกครอง ชุมชน และหน่วยงาน ทุกภาคส่วนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาศูนย์ ส่วนใหญ่ร้อยละ 97.92 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ร่วมมือกับครูผู้ดูแลเด็กเล็ก ในการพัฒนาเด็กเล็ก และประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ร้อยละ 97.51 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่กฎหมาย ระเบียบ หนังสือกระทรวงมหาดไทยกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และจังหวัดกาญจนบุรีกำหนด

คำสำคัญ: การพัฒนาทักษะ การปฏิบัติงาน คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

Abstract

The present study aimed at 1) exploring problematic issues in work operations of child development center committees, Thakhanun Subdistrict, Thongphaphum District, Kanchanaburi Province, 2) developing operational skills of the committees in particular to accuracy, problem-solving, need, effectiveness, and completeness as assigned by subdistrict administrative organization, and 3) gathering suggestions provided by all informants for further operational development. A questionnaire assessed for validity and reliability was used to collect data from a total number of 241 informants. And, frequency, percentage, and mean were used for data analysis.

According to problematic issues in work operations of child development center committees, it was reported by the informants that problems in meeting arrangement were not found (99.17%), all minutes were submitted to the subdistrict municipality (69.71%), the committees supported all work operations according to the policy launched by subdistrict municipality (98.34%), the committees frequently provided suggestions on work operations of the center (99.16%), provided suggestions on an establishment, dissolution, and merger of the center (92.53%), provided suggestions on personnel management of child development center teachers (97.10%), provided suggestions on planning, project conduction, and budget management for center development (98.75%), all organizations were regularly invited to participate in educational activities and development of the center (100.00%), and all work operations were conducted as required by Ministry of Interior, Department of Local Administration, and Kanchanaburi Provincial Administrative Organization (100.00%).

The process of operational skill development, child. Development center committees participated in 4 developmental stages during May – June 2018.

In this study, it was found that suggestions were provided to the committees for more effective work operations in the following areas: the committees should have at least 2 or above meeting arrangements per semester (92.95%), all minutes should be submitted to the subdistrict municipality (37.76%), the committees should support all work operations according to the policy launched by subdistrict

municipality (98.34%), should provide suggestions on work operations of the center (96.68%), should provide suggestions on an establishment, dissolution, and merger of the center (73.86%), should provide suggestions on personnel management of child development center teachers in terms of salary raising or reduction (94.60%), should provide suggestions on planning, project conduction, and budget management for center development (96.68%), should provide participation opportunities in educational activities and development of the center (96.68%), should cooperate with the teachers in childcare and development (97.92%), and should conduct all work operations as assigned by Ministry of Interior, Department of Local Administration, and Kanchanaburi Provincial Administrative Organization (97.51%).

Keywords: skill development, operating, child development center's committees, child development center

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

นโยบายการพัฒนาประเทศของรัฐบาลไทยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) และยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560-2564) ล้วนแต่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนนั้น จำเป็นต้องเริ่มตั้งแต่อยู่ในครรภ์มารดา และการพัฒนาเด็กแรกเกิดเป็นต้นไป ซึ่งเป็นช่วงอายุปฐมวัย และเป็นช่วงชีวิตของคนที่มีความสำคัญมากที่สุดของชีวิตมนุษย์ เนื่องจากสิ่งที่เกิดขึ้นกับเด็กในช่วงวัยนี้จะมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาการด้านต่างๆ ของเด็กเป็นอย่างมาก และเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเด็กในช่วงวัยต่อไป ดังนั้น การจัดการศึกษาให้กับเด็กเล็กในระดับนี้ จึงควรส่งเสริมพัฒนาการและประสบการณ์ของเด็กเล็กให้มีความพร้อมให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ (เยาวภา เดชะคุปต์, 2542, หน้า 16)

ในปัจจุบันมีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นสถานศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 18 และมาตรา 4 ซึ่งรับเด็กเล็กวัย 3-5 ปี เข้ารับการเลี้ยงดูในศูนย์และมีครู ผู้ดูแลเด็กเล็ก ทำหน้าที่จัดการศึกษา เลี้ยงดูเด็ก และจัดอาหารที่มีประโยชน์ตามหลักโภชนาการ เพื่อให้เด็กเล็กมีพัฒนาการด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาอย่างเหมาะสมตามวัยและที่สำคัญคือ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่อาศัยในชุมชน ซึ่งเป็นที่ตั้งของอาคารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จำนวน 9-15 คน ให้ทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้มีประสิทธิภาพในการดูแลเด็กเล็กในศูนย์ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2559, หน้า 8-9) ซึ่งคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีวาระ

การดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี และอาจได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งติดต่อกันได้ไม่เกิน 2 วาระจากการ

ดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในระยะเวลาที่ผ่านมาพบว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีปัญหาในการปฏิบัติงานหลายประการ ปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (กันยารัตน์ พรหมทอง, สงวน ทรงวิวัฒน์ และประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์, 2556, หน้า 51-57) ปัญหาด้านโครงสร้างการบริหารงานด้านวิชาการ การจัดกิจกรรมตามหลักสูตร ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ด้านการมีส่วนร่วม และการสนับสนุนจากชุมชน (สุพัฒน์ ทองจันทร์ และเสาวณี ตรีพุทธรัตน์, 2554, หน้า 152) นอกจากนี้ประชาชนในชุมชนยังขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (ทองลักษณ์ ทัดทา, กาญจน์ เรืองมนตรี และพงษ์ศักดิ์ ภูภาบขาว (2559, หน้า 88) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ยังขาดการมีส่วนร่วมจากคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ประชาชนในชุมชนและหน่วยงานภาคเอกชน และขาดการสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ จากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประชาชนและชุมชน (ศิริวรรณ หล้าเทียน และพฤษภูมิพล พฤษภูมิพล, 2558, หน้า 14-15) ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น เป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จำเป็นต้องทำการวิจัย เพื่อพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้มีการปฏิบัติงานอย่างครบถ้วน และอย่างมีประสิทธิภาพตามหน้าที่ที่กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นกำหนดให้ด้วยความเชี่ยวชาญแบบมืออาชีพเพื่อให้ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้พัฒนาเด็กเล็กช่วงปฐมวัยให้มีพัฒนาการที่เหมาะสมเติบโตขึ้นเป็นพลังสำคัญในการพัฒนาชุมชน สังคม ท้องถิ่น และประเทศชาติสืบไปอย่างยั่งยืน

ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดเทศบาลตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี เปิดทำการสอนและดูแลเด็กเล็ก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีเด็กเล็กอายุระหว่าง 3-5 ปี เข้าไปรับการเลี้ยงดูในศูนย์ จำนวน 210 คน มีครูผู้ดูแลเด็ก จำนวน 13 คน สภาพทางภูมิศาสตร์ของอาคารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่สำคัญๆ ได้แก่ ด้านหลังศูนย์พัฒนาเด็กเล็กติดภูเขา ส่วนด้านหน้าติดวัดท่าขนุน และสามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประโยชน์ต่อการพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ แต่ยังขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่สำคัญ ได้แก่ ขาดงบประมาณในการจัดประสบการณ์ให้แก่เด็กเล็ก การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในศูนย์ของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กค่อนข้างน้อย (สัมภาษณ์ ครูผู้ดูแลเด็กเล็ก เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2561) ส่งผลให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กไม่สูงเท่าที่ควร ฉะนั้นจึงเป็นประเด็นปัญหาซึ่งทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในปัจจุบัน เพื่อทำการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้ถูกต้อง ตรงต่อปัญหา และความต้องการของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และตามที่ต้องการปกครองส่วน

ท้องถิ่นกำหนดให้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อให้
คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด

1. แนวคิดเรื่อง การพัฒนาทักษะที่สำคัญ คือ ทักษะเป็นการปฏิบัติงานที่เกิดจาก
กระบวนการเรียนรู้เมื่อมีสิ่งเร้า และมีการปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่างเป็นกระบวนการอย่าง
ต่อเนื่องกันไป (Cronbach, 1997, p. 393 และภุชญา ศักดิ์ศรี, 2530, หน้า 313-314) สำหรับ
กระบวนการเกิดทักษะ จำเป็นต้องผ่านขั้นตอนที่สำคัญๆ รวม 3 ขั้นตอน ดังนี้ขั้นตอนที่ 1 การสร้าง
ความรู้ความเข้าใจ (cognitive phase) ซึ่งเป็นขั้นตอนของการเกิดความรู้ ความเข้าใจถึงข้อมูล
สถานการณ์ วิธีการ และแนวทางการปฏิบัติงานด้วยความถูกต้อง แม่นยำ และชัดเจนขั้นตอนที่ 2
การเชื่อมโยงระหว่างการทำงานกับผลงานที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน (associative phase) ซึ่ง
เป็นการนำผลที่ได้จากการปฏิบัติงานในครั้งนี้ไปเปรียบเทียบกับผลงานที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว ว่ามีความ
เหมือนกัน หรือแตกต่างกันอย่างไร จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างไรบ้าง เพื่อให้การปฏิบัติงานครั้ง
ต่อไป มีคุณภาพดียิ่งขึ้นขั้นตอนที่ 3 ขั้นอัตโนมัติ (autonomous phase) เป็นขั้นตอนของการ
ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว และไม่มี ข้อผิดพลาดเลยแม้แต่น้อย ซึ่งการได้ลงมือ
ปฏิบัติงานซ้ำๆ กัน หลายๆ ครั้ง จนเกิดเป็นความเก่ง ความชำนาญ และความคล่องแคล่วนี้ เรียกว่า
เกิดทักษะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานในหน้าที่ 9 ประการที่กรม
ส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นกำหนดให้ผู้ดำรงตำแหน่งคณะกรรมการ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กดำเนินการให้
ครบถ้วน และมีคุณภาพมากขึ้นกว่าเดิมโดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม รวม 4 ครั้ง
ระหว่างเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2561 เพื่อให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก มีความรู้ ความ
เข้าใจตอบทบทวนหน้าที่ของตนเอง มีเจตคติที่ดีต่อการพัฒนาเด็กเล็กในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และมี
ทักษะในการปฏิบัติงานจนทำให้การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีคุณภาพ มากขึ้นจากสภาพ
เดิมที่เป็นอยู่ และผ่านเกณฑ์การประเมินจากสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพ
การศึกษา (สมศ.) สำนักงานรัฐมนตรีในทุกรอบของการประเมินเพื่อเป็นต้นแบบที่ดีต่อการ
ดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กทั้งในจังหวัดกาญจนบุรี และนอกจังหวัดกาญจนบุรีอีก จำนวน 76
จังหวัดของประเทศไทยต่อไป

2. แนวคิดเรื่องคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเป็นบุคคล
จำนวน ไม่เกิน 15 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชนซึ่งเป็นที่ตั้งของอาคารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ได้รับการแต่งตั้ง
จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบของเทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบลให้ปฏิบัติหน้าที่

ตามที่กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นกำหนด โดยมีวาระการดำรงตำแหน่ง คราวละ 2 ปี และอาจได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งติดต่อกันได้ไม่เกิน 2 วาระ

สำหรับหน้าที่ของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก มี 9 ข้อ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2559, หน้า 8-9) มีดังนี้ 1. ดำเนินการประชุมคณะกรรมการภาคเรียนละไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง หรือปีการศึกษาละไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง และรายงานผลการประชุมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทราบ 2. ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามนโยบายและแผนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3. เสนอแนะ ให้ข้อคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพศูนย์พัฒนาเด็กเล็กแก่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4. เสนอแนะให้ข้อคิดเกี่ยวกับการจัดตั้ง ยุบ เลิก ย้าย หรือรวมศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 5. พิจารณาสั่งผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับการบริหารงานด้านบุคลากรในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 6. พิจารณาสั่งแผนงานโครงการ และงบประมาณในการส่งเสริม และพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก แก่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 7. ส่งเสริมให้ผู้ปกครองเด็กเล็ก ชุมชน และสังคมทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 8. ส่งเสริม สนับสนุนความร่วมมือกับหัวหน้าศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ครู ผู้ดูแลเด็กในการพัฒนาเด็กเล็กในศูนย์ และระหว่างศูนย์และ 9. ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่กฎหมาย ระเบียบ หรือตามหนังสือกระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และจังหวัดกำหนด

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จำนวน 15 คน ของเทศบาลตำบลท่าขนุนโดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ และมอบหมายภารกิจให้ปฏิบัติงานตามหน้าที่ ทั้ง 9 ข้อ รวม 4 ครั้ง เพื่อให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ทั้ง 15 คนสามารถทำหน้าที่ได้อย่างครบถ้วน และอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. แนวคิดเรื่องการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงาน หมายถึง ภารกิจ หน้าที่ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาควบคู่กับการดำรงตำแหน่งทางสังคม ซึ่งบุคคล ซึ่งดำรงตำแหน่งใดก็ตาม จำเป็นต้องปฏิบัติงานให้เป็นไปตามภารกิจ หน้าที่ที่ได้กำหนดไว้เป็นการเฉพาะสำหรับตำแหน่งนั้นๆ และจำเป็นต้องหมั่นศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการทำงานในหน้าที่ ให้ถูกต้อง มีความชัดเจน โดยมีเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่มีความผิดพลาด นอกจากนี้ผู้ดำรงตำแหน่งจำเป็นต้องอุทิศตนเพื่อความสำเร็จในการทำงาน ให้บรรลุเป้าหมายของการทำงานร่วมกัน (Hambilton, 2007, pp. 171-173, Hambilton, 2009, pp. 145-147 and Buford & Lindner, 2002, pp. 410-420)

4. แนวความคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน

ในปัจจุบันหน่วยงานทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน ต่างให้ความสำคัญต่อกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นอย่างยิ่ง เพื่อมุ่งเน้นให้ประชาชนในชุมชนมี

ศักยภาพในการพึ่งตนเอง และการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เป็นการเพิ่มพลังความสามารถให้แก่ชุมชนในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน และรับผลกระทบที่ได้จากการทำกิจกรรมนั้นๆ ร่วมกัน (Dye, 2007, p. 317) และจินตวีร์ เกษมสุข, 2559, หน้า 7-8)

หลักการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นหลักการที่ช่วยให้การทำกิจกรรมต่างๆ ในชุมชนประสบผลสำเร็จได้อย่างมีคุณภาพเกิดความรอบคอบ มีการเชื่อมโยงกันได้อย่างสมดุล (Beierle & Cayford, 2002, p. 6 & Narayanasamy, 2009, p. 2) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาคนที่ถูกทาง และอย่างยั่งยืน (ธนากร สังเขป, 2555, หน้า 44-45 และพัชรินทร์ สิริสุนทร, 2556, หน้า 410)

ทฤษฎี

1. ทฤษฎีพฤติกรรม-สิ่งแวดล้อม (environmental behavioral theory) โดยจอห์น ล็อก (John Lock, 1965) เชื่อว่า เด็ก คือ ผ้าขาวสะอาดที่ผู้ใหญ่ต้องจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมให้ ซึ่งประสบการณ์เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความพร้อมและความสามารถของเด็ก ไม่ใช่กรรมพันธุ์แต่อย่างใด ฉะนั้นความรู้จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและอยู่ในสิ่งแวดล้อมและถูกถ่ายทอดสู่ตัวเด็กทีละเล็กทีละน้อย จนกระทั่งเกิดความคิดสะสมมากขึ้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการทำประสบการณ์ขั้นต้นให้ง่าย และจัดลำดับขั้นตอนเป็นอย่างดี โดยการแบ่งความรู้ออกเป็นทักษะย่อยๆ แล้วนำมาจัดลำดับขั้นตอนใหม่ เพื่อสอนเด็กเล็กในครั้งเดียว บทบาทของครูผู้ดูแลเด็ก คือ การสอนแนะ สังเกต และเตรียมสิ่งแวดล้อม เพื่อปรับพฤติกรรมเด็กเล็กให้เป็นไปในทางที่ต้องการ เพื่อให้เด็กเล็กได้รับการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อม

2. ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาหรือปฏิสัมพันธ์ (cognitive-development or interactionist theory) นักทฤษฎีคนสำคัญ คือ จอห์น ดิวอี้ (John Dewey, 1929) ซึ่งเชื่อว่าเด็กจะเกิดการเรียนรู้ และความคิดรวบยอดเกี่ยวกับโลกที่อาศัยอยู่จากการสำรวจ และการคิดผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ทำให้เด็กสามารถพัฒนาไปในแต่ละขั้นได้ ตามแนวคิดของทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาหรือปฏิสัมพันธ์ เชื่อว่า จุดมุ่งหมายของการศึกษา คือ ความเจริญงอกงาม และประสบการณ์ทางด้านบวกเท่านั้นที่จะช่วยให้คนมีความเจริญงอกงาม การเรียนโดยการลงมือปฏิบัติจริง หรือมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้โดยตรงบทบาทของครู คือ การนำโลกภายนอกมาสู่ห้องเรียนให้มากที่สุด ให้ความช่วยเหลือ และแนะแนวเด็กตามที่เขาต้องการและร้องขอ รับฟังเด็กอย่างตั้งใจเมื่อเขาต้องการพูด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

ผลการวิจัยของกันยารัตน์ พรหมทอง, สงวน ทรงวิวัฒน์ และประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์ (2556, หน้า 152-153) เรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์พบว่า ความต้องการของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่สำคัญๆ ได้แก่ 1. ต้องการให้มีการจัดอบรมศึกษาดูงาน เพื่อพัฒนาบุคลากรเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม (ความถี่ = 12) 2. ต้องการให้มีการปรับเงินเดือนให้แก่ผู้ดูแลเด็กเล็กให้ตรงตามวุฒิการศึกษา เพิ่มค่าครองชีพ และสวัสดิการอื่นๆ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน (ความถี่ = 10) 3. ต้องการให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ของบุคลากรของแต่ละศูนย์เพื่อนำจุดเด่น และจุดด้อยมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน 4. ต้องการให้มีการปรับปรุงอาคารศูนย์ให้เพียงพอเอื้อประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน (ความถี่ = 14) 5. ต้องการให้รวมศูนย์พัฒนาเด็กเล็กภายในตำบลให้เป็นแหล่งเดียวกัน เพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการ (ความถี่ = 13) และ 6. ต้องการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาด้านการศึกษาอย่างทั่วถึง (ความถี่ = 10)

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญ ดังนี้ 1. ผู้ดูแลเด็กเล็กควรพัฒนาศักยภาพตนเองโดยการศึกษาต่อในสาขาวิชาที่ตนเองปฏิบัติอยู่ และผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเข้มงวดในการสรรหาบุคลากรผู้ดูแลเด็กให้มากขึ้น โดยยึดหลักเกณฑ์การสรรหาบุคลากรตามมาตรฐานการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และมีการวางแผนการพัฒนาศักยภาพของผู้ดูแลเด็กอย่างต่อเนื่อง 2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดสรรงบประมาณในการปรับปรุง หรือต่อเติมอาคารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้มีสภาพดีขึ้น มีจำนวนห้องเรียนเพียงพอกับจำนวนเด็กและวางแผนจัดตั้งงบประมาณในการปรับปรุงหรือซ่อมแซมอาคารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเป็นประจำทุกปี 3. ผู้ดูแลเด็ก และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ควรหาแนวทางการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างหลากหลาย เพื่อให้เด็กเกิดความสนใจ อยากรู้ และอยากปฏิบัติกิจกรรมนั้นๆ จัดประสบการณ์เรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาปฐมวัยให้เหมาะสมกับบุคลิกและระดับพัฒนาการเพื่อให้เด็กเล็กทุกคนได้พัฒนาตนเองเต็มตามศักยภาพ มีการนำสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัยไปใช้ในการเรียนการสอน สร้างสิ่งเร้าให้เด็กสนใจ และมีการบรรจุแผนพัฒนาเด็กเล็กก่อนวัยเรียนไว้เป็นแผนเร่งด่วน เพื่อพัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยของศิริวรรณ หล้าเทียน และพฤษภูมิพล พฤษภูมิกุล (2558, หน้า 141-142) พบว่า 1. การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบึงบ้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.48$) 2. การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบึงบ้าน ด้านการมีส่วนร่วม และการสนับสนุน จากทุกภาคส่วนในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.46$) และ 3. การ

บริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบึงบ้าน ด้านส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.50$)

ปัญหาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบึงบ้าน ที่สำคัญ มีดังนี้

1. คณะผู้บริหาร ชุมชน และผู้ปกครองเด็ก ขาดความรู้ ความเข้าใจ และขาดงบประมาณในการจัดตั้ง ย้ายศูนย์ และยุบศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
2. ผู้ปกครองเด็กเล็ก และชุมชน ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของการเป็นคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
3. ผู้ปกครองเด็กเล็กและชุมชน ไม่เห็นความสำคัญของการเสนอแผนและโครงการต่างๆเพื่อพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
4. การคัดเลือกบุคลากรในการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กใช้ระบบอุปถัมภ์มากกว่าระบบคุณธรรม ทำให้ขาดคนดี มีความรู้ และมีประสบการณ์เข้าไปทำงาน
5. ผู้ปกครองเด็กเล็กไม่มีเวลาในการประเมินพัฒนาการของเด็กเล็ก ขาดงบประมาณในการเชิญวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถไปให้ความรู้ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
6. ขาดบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และการติดต่อประสานงาน การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญๆ ดังนี้

1. ควรจัดเวทีประชาคมเพื่อสำรวจความต้องการ และการสนับสนุนงบประมาณจากชุมชนในการจัดตั้ง ยุบ เลิก และย้ายศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
2. ควรส่งเสริมให้ผู้ปกครองเด็ก ชุมชน และสังคมทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
3. ควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานหัวหน้าศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ครูผู้ดูแลเด็ก และผู้ช่วยครูผู้ดูแลเด็ก เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา การเลื่อนขั้นค่าตอบแทน และการต่อสัญญาจ้าง เป็นต้น
4. ส่งเสริมสนับสนุนงบประมาณในการจัดตั้งเครือข่ายศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

กล่าวได้ว่า การดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบของเทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งกระจายไปในทุกจังหวัดของประเทศไทยนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานเพิ่มเติมจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากชุมชน และผู้ปกครองเด็ก ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่อาศัยในพื้นที่ที่ตั้งศูนย์ และมี

ความรู้ ความเข้าใจในบริบทของชุมชน ปัญหา และความต้องการในการดำเนินงานศูนย์ พัฒนาเด็ก เล็กอย่างชัดเจน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

ดีลานีย์ (Delaney, 2000, p. 2349-A) ได้ศึกษาถึงความร่วมมือของผู้ปกครองเด็กและสมาชิกชุมชน เพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เกี่ยวกับการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับท้องถิ่น ภายใต้ระบบการบริหารจัดการในระบบโรงเรียนแห่งรัฐ โดยเน้นการศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ปกครองเด็กเกี่ยวกับการมีบทบาทในฐานะเป็นตัวแทนที่อยู่ในตำแหน่งคณะกรรมการของโรงเรียน โดยใช้หลักประชาธิปไตย ผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างของการมีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับบทบาทในการตัดสินใจ ของผู้ปกครองเด็กนักเรียน มีผลทำให้เกิดความตึงเครียดระหว่างกลุ่มคนได้ ฉะนั้น ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมจะต้องเกี่ยวข้องกับเด็กและสถานการณ์ที่ไม่ก่อให้เกิดความโต้แย้งระหว่างกัน ต้องเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารแบบสองช่องทางอย่างเปิดเผย ชัดเจน และอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ปกครองเด็กนักเรียน ได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนได้มากขึ้น และที่สำคัญก็คือ ช่วยลดการโต้แย้ง และการประท้วงได้มาก จากการไม่เข้าใจกัน

มิลเลอร์ (Miller, 1998, p. 475) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการโรงเรียนประถมศึกษาในมลรัฐสโตเจียน ผลการศึกษาพบว่า การติดต่อประสานงานระหว่างคณะกรรมการโรงเรียนกับโรงเรียนมีความสำคัญมากต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการโรงเรียน กล่าวคือ หากมีการติดต่อประสานงานดี ชัดเจน สะดวก รวดเร็ว จะทำให้คณะกรรมการโรงเรียนสามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของตนได้อย่างครบถ้วน ถูกต้อง อย่างเหมาะสม และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้เป็นอย่างดี

บาบารา (Barbara, 2007, p. 185) ได้ศึกษาความพึงพอใจของพยาบาลในหน่วยงานนิเวศบำบัด แลนด์ และลาบราดอร์ พบว่า พยาบาลส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในงานของตน เนื่องจากมีความอิสระ และมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ปฏิสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการทำงานมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในเทศบาลตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิจังหวัดกาญจนบุรี ในปัจจุบัน
2. เพื่อพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานแก่คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้ถูกต้องตรงต่อปัญหา และความต้องการของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอย่างครบถ้วนตามที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดให้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วิธีดำเนินการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย

กำหนดทำวิจัยในตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 241 คน ซึ่งประกอบด้วย

1. คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 15 คน
2. ผู้ปกครองเด็กเล็กซึ่งนำเด็กเล็กเข้ารับการเลี้ยงดูในศูนย์ 210 คน
3. ครูผู้ดูแลเด็กเล็กในศูนย์ 13 คน
4. นายกเทศมนตรีตำบลท่าขนุน 1 คน
5. ปลัดเทศบาลตำบลท่าขนุน 1 คน
6. เจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลท่าขนุน 1 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากประชากร ได้แก่ แนวคำถาม
แบบมีโครงสร้างที่ผ่านการทดสอบความตรง (validity) ความเชื่อถือได้ (reliability) จากผู้ทรงคุณวุฒิ
และผู้ชำนาญการเฉพาะ และการทดสอบ (pre-test) แล้ว จำนวน 1 ชุด ซึ่งมีข้อความ จำนวน 3
ตอน รวมคำถาม 25 ข้อ

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและคณะกำหนดรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจนครบ จำนวน 241 คนระหว่างวันที่ 10-30
เมษายน 2561

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่
(frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean)

ผลการวิจัย

ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 62.25 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ร้อยละ 39.83 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่ร้อยละ 81.14 เป็นผู้ปกครองเด็กในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.28 ได้เข้าไปในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เมื่อมีกิจกรรมในศูนย์ส่วนใหญ่ร้อยละ 37.34 จบการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และประชากรผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่ร้อยละ 37.36 ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง ผลการวิจัย มีดังนี้

1) ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ตำบลท่าขนุน อำเภอดงพญาณี จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิจัย พบว่า ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 99.17 ระบุว่าคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กไม่มีปัญหาเรื่องการจัดประชุม ส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.71 ระบุว่า เรื่องการรายงานผลการประชุมคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กไม่มีปัญหาใดๆ เพราะรายงานผลการประชุมส่งให้เทศบาลตำบลท่าขนุนทุกครั้งส่วนใหญ่ ร้อยละ 98.34 ระบุว่าคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กไม่มีปัญหาในการส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กตามนโยบาย และแผนพัฒนาของเทศบาลตำบลท่าขนุน ส่วนใหญ่ร้อยละ 99.16 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อเทศบาลตำบลท่าขนุน ส่วนใหญ่ร้อยละ 92.53 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้ง ยุบ เลิก หรือย้ายรวมศูนย์บ้าง เมื่อมีโอกาส ส่วนใหญ่ร้อยละ 97.10 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้พิจารณาเสนอเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลท่าขนุนเกี่ยวกับการบริหารงานด้านครูผู้ดูแลเด็กเล็กในศูนย์บ้างเหมือนกัน ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.75 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้เสนอเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลท่าขนุนเกี่ยวกับแผนงาน โครงการและงบประมาณในการส่งเสริม และพัฒนาศูนย์บ้างเหมือนกัน ประชากรผู้ให้ข้อมูล 100 เปอร์เซ็นต์ ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้ปกครองเด็ก ประชาชนในชุมชน และหน่วยงานต่างๆ ทุกภาคส่วนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอย่างครบถ้วน ประชากรผู้ให้ข้อมูล 100 เปอร์เซ็นต์ ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้ความร่วมมือกับครูผู้ดูแลเด็กเล็กในการพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กทุกครั้ง และประชากรผู้ให้ข้อมูล 100 เปอร์เซ็นต์ ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ทำหน้าที่ตามหนังสือกระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และจังหวัดกาญจนบุรีทุกครั้ง

2) ข้อเสนอแนะเพื่อให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัย พบว่า ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.95 เสนอแนะให้
คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจัดประชุมร่วมกันภาคเรียนละไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง หรือปีการศึกษา
ละไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.76 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก รายงาน
ผลการประชุมให้เทศบาลตำบลท่าขนุนทราบทุกครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.34 เสนอให้คณะกรรมการ
ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ร่วมให้การสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานของเทศบาลตำบลท่า
ขนุน ส่วนใหญ่ร้อยละ 96.68 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก แสดงความคิดเห็น
เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อเทศบาลตำบลท่าขนุนอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่ร้อยละ
73.86 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้ง ยุบ เลิก
หรือย้าย รวมศูนย์

พัฒนาเด็กเล็กในการประชุมต่อเทศบาลตำบลท่าขนุน ส่วนใหญ่ร้อยละ 94.60 เสนอแนะให้
คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ได้ดูแลการปฏิบัติงานของผู้ดูแลเด็ก เช่น การเพิ่มเงินเดือน และการ
ลดเงินเดือน เป็นต้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 96.68 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ได้เสนอ
แผนงาน โครงการ และงบประมาณเพื่อพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อผู้บริหารเทศบาลตำบลท่าขนุน
เป็นประจำและอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่ร้อยละ 96.68 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
ได้สนับสนุนผู้ปกครองชุมชน และหน่วยงานทุกภาคส่วนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และ
พัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ส่วนใหญ่ร้อยละ 97.92 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
ร่วมมือกับครูผู้ดูแลเด็กเล็กในศูนย์และระหว่างศูนย์ และประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 97.51
เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่กฎหมาย ระเบียบ หนังสือ
กระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และจังหวัดกาญจนบุรีกำหนด

นักวิจัยได้จัดสนทนากลุ่มย่อย (focus group) กับนายกเทศมนตรีตำบลท่าขนุน
ปลัดเทศบาลตำบลท่าขนุน เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของเทศบาลตำบลท่าขนุน
ครูผู้ดูแลเด็กเล็ก จำนวน 13 คน และคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม
2561 ณ ที่ทำการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและขอมติในสถานที่จัด
สนทนากลุ่มย่อยเพื่อกำหนดประเด็นและกิจกรรมในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาทักษะใน
การปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก รวม 4 ครั้ง ในเดือนมิถุนายน 2561 ดังนี้ ครั้งที่
1 เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2561 เป็นการเปิดโอกาสให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ร่วมทบทวน
บทบาท หน้าที่ของตนเอง ซึ่งกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นกำหนดให้ และร่วมกันแสดงความคิดเห็น
สร้างสรรค์ในการนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ครั้งที่ 2 วันที่ 14 มิถุนายน 2561 เป็นการ
อธิบายเกณฑ์การประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาของศูนย์พัฒนา เด็กเล็ก โดยวิทยากรจากสำนัก

มาตรฐานการจัดการศึกษา (สมศ.) การจัดกิจกรรมร้องเพลงพื้นบ้าน การเล่านิทานประกอบสื่อและ การทำขนมบัวลอยเลี้ยงเด็กในศูนย์ฯ ครั้งที่ 3 วันที่ 18 มิถุนายน 2561 อธิบายหลักเกณฑ์การจัด กิจกรรมเพื่อพัฒนาเด็กเล็กในศูนย์ฯ โดยวิทยากรจากสำนักมาตรฐานการจัดการศึกษา (สมศ.) และ กิจกรรมปรับภูมิทัศน์รอบๆ อาคารศูนย์ฯ และครั้งที่ 4 วันที่ 25 มิถุนายน 2561 เป็นการสรุปการจัด กิจกรรมในศูนย์ฯ เพื่อให้มีความพร้อมต่อการประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาของศูนย์ฯ โดยวิทยากร จากสำนักงานมาตรฐานการจัดการศึกษา (สมศ.) และการจัดทำสื่อประกอบการเรียนการสอนเด็กเล็ก ในศูนย์ฯ ซึ่งทำให้คณะกรรมการศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็กซึ่งเข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการทั้ง 15 คน มีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนเองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยให้การ ดำเนินงานของศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็กมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นจากสภาพเดิมที่เป็นอยู่ทั้งในด้าน สภาพแวดล้อมอาคารศูนย์ฯ ให้มีความสวยงาม เป็นระเบียบมากขึ้น ผู้ปกครองเด็ก ชุมชน และ หน่วยงานทุกภาคส่วนได้เข้ามาร่วมกิจกรรมพัฒนาเด็กเล็กในด้านการจัดการศึกษา การจัดอาหาร เสริมเลี้ยงดูเด็กเล็กในศูนย์ฯ การจัดหา และร่วมมือกันผลิตสื่อประกอบการเรียนการสอนเด็กเล็ก การ จัดหาอุปกรณ์เครื่องเล่นเด็กกลางแจ้งให้มีความหลากหลายชนิดตรงตามความต้องการของเด็กเล็ก การเข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็กบ่อยครั้งยิ่งขึ้น การสร้างขวัญ กำลังใจแก่ครูผู้ดูแลเด็กเล็กใน การทำงานมากขึ้น และการร่วมกันเสนอแผนงาน โครงการและกิจกรรมต่างๆ ต่อเทศบาลตำบลท่า ขนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เด็กเล็กซึ่งเข้ารับการเลี้ยงดูในศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็กวัย 3-5 ขวบ มีพัฒนาการ ด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมได้อย่างเหมาะสมตามวัย เพื่อให้เติบโตใหญ่เป็นกำลังสำคัญใน การพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศชาติสืบไป

สรุปและอภิปรายผล

1. ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 99.17 ระบุว่าคณะกรรมการศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็ก ตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี มีการจัดประชุมตามที่กรมส่งเสริมการปกครอง ท้องถิ่น (2559, หน้า 8-9) กำหนดให้ส่วนใหญ่ร้อยละ 69.71 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์ฯ พัฒนาเด็ก เล็ก รายงานผลการประชุมส่งให้เทศบาลตำบลท่าขนุนทุกครั้ง ซึ่งเป็นไปตามหน้าที่ที่กรมส่งเสริมการ ปกครองท้องถิ่น (2559, หน้า 8-9) กำหนดไว้ในข้อที่ 1 เช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.34 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็กได้ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็กตาม นโยบาย และแผนพัฒนาของเทศบาลตำบลท่าขนุนทุกครั้ง ซึ่งเป็นไปตามหน้าที่ที่กรมส่งเสริมการ ปกครองท้องถิ่น (2559, หน้า 8-9) กำหนดไว้ในข้อที่ 2 ส่วนใหญ่ร้อยละ 99.66 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็กให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานพัฒนาศูนย์ฯ พัฒนา เด็กเล็กต่อเทศบาลตำบลท่าขนุน ซึ่งเป็นไปตามหน้าที่ที่กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2559, หน้า 8-9) กำหนดไว้ในข้อที่ 3 ส่วนใหญ่ร้อยละ 92.53 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์ฯ พัฒนาเด็กเล็กได้ให้

ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้ง ยุบ เลิก หรือย้าย รวมศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้างเมื่อมีโอกาส ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดหน้าที่ให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2559, หน้า 8-9) ข้อ 4 ส่วนใหญ่ ร้อยละ 97.10 ระบุว่าคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้พิจารณาเสนอเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลท่าขนุน เกี่ยวกับการบริหารงานด้านครู ผู้ดูแลเด็กในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้างเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2559, หน้า 8-9) ที่ระบุหน้าที่คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กไว้ในข้อที่ 5 ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.75 ระบุว่าคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้เสนอเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบล ท่าขนุนเกี่ยวกับแผนงาน โครงการ และงบประมาณในการส่งเสริมและพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเหมือนกัน ซึ่งตรงกับกรมการปกครองท้องถิ่น (2559, หน้า 8-9) ที่กำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กไว้ในข้อ 6 ประชากรผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 100 ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้ปกครองเด็ก ประชาชนในชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ทุกภาคส่วนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอย่างครบถ้วน นอกจากนี้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้ให้ความร่วมมือกับครูผู้ดูแลเด็กเล็กในการพัฒนาศูนย์ทุกครั้ง และได้ทำหน้าที่ตามหนังสือกระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และจังหวัดกาญจนบุรีกำหนดทุกครั้ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2559, หน้า 8-9) ที่กำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กไว้ในข้อที่ 7, 8 และข้อที่ 9 ตามลำดับ

2. ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.95 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจัดประชุมร่วมกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Hambileton (2007, pp. 171-173), Hambileton (2009, pp. 145-147) และ Buford & Lindner (2002, pp. 410-420) ที่ระบุว่าการปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละบุคคล ให้ได้ผลงานที่ดีนั้นควรมีการสร้างเสริมพลังและความรู้สึกที่ดีต่อกันด้วยการจัดประชุมร่วมกัน และช่วยให้บุคคลผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งอธิบายโดย Dunphy&Stace (1999, p. 317) Lipitt & Lafferty (1984, pp. 59-62) และ Maslow (1970, pp. 89-91) และมีความสอดคล้อง กับผลการวิจัยของ Barbara (2007, p. 185) ที่พบว่า พยาบาลส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในงานของตน เนื่องจากมีความอิสระ มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมาก และที่สำคัญก็คือ ปฏิสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการทำงานมากที่สุด

3. ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 98.34 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กร่วมให้การสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบาย และแผนงานของเทศบาลตำบลท่าขนุน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการมีส่วนร่วมของ Dye (2007, p. 317), Beierle & Cayford (2002, p. 6 & Narayanasamy (2009, p. 2) จิตตวิทย์ เกษมสุข (2559, หน้า 7-8), ธนากร สังเขป (2555, หน้า 44-45) พชรินทร์ สิริสุนทร (2556, หน้า 410) ซึ่งอธิบายถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชุมชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกัน ช่วยสร้างพลังในการ

พัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง และต้องอยู่บนเงื่อนไขของความร่วมมือสระ มีความสามารถในการเข้าร่วม และมีความเต็มใจที่จะเข้าร่วม (ปาริชาติ วลัยเสถียร, พระมหาสุทิตย์ อบอุ่น, สหทัยา วิเศษ, จันทนา เบญจทรัพย์ และชลกาญจน์ ฮาชันนารี (2553, หน้า 153-156)

4. ประชากรผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่ร้อยละ 96.68 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อเทศบาลตำบลท่าขนอยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถทำได้โดยการจัดสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมเพื่อช่วยให้เด็กได้รับประสบการณ์ที่ดีในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรม-สิ่งแวดล้อม ซึ่งอธิบายโดย John Lock (1965) นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญา หรือปฏิสัมพันธ์ของ John Dewey (1929) ซึ่งอธิบายว่าเด็กจะเกิดการเรียนรู้ และความคิดรวบยอดเกี่ยวกับโลกที่เขาอาศัยอยู่จากการสำรวจ และการคิดผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ทำให้เด็กสามารถพัฒนาไปใน แต่ละขั้นได้

5. ด้านการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก หลังจากการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคจากแบบสอบถามแล้ว เนื่องจากผู้วิจัยมีความเชื่อว่าจะช่วยพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานให้แก่คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้เป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องแนวความคิดเรื่องการพัฒนาทักษะของ Cronbach (1997, p.393) และกฤษณา ศักดิ์ศรี (2530, หน้า 313-314) และผลการวิจัยของกันยารัตน์ พรหมหอม, สงวน ทรงวิวัฒน์ และประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์ (2556, หน้า 152-153) ซึ่งพบว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต้องการให้มีการจัดอบรม ศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานของตนเองให้ดีขึ้น

6. ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 96.68 เสนอให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้สนับสนุนผู้ปกครอง ชุมชน และหน่วยงานทุกภาคส่วนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยของศิริวรรณ หล้าเทียน และพฤษภูมิพล พฤษภูมิกุล (2558, หน้า 141-142) ที่เสนอแนะให้ส่งเสริมผู้ปกครองเด็ก ชุมชน และหน่วยงานทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาคุณภาพเด็กเล็ก นอกจากนี้ผลการวิจัยที่ได้ยังมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Delaney (2000 p.2349-A) ซึ่งพบว่า การสื่อสารแบบสองช่องทางอย่างเปิดเผย ชัดเจน และอย่างต่อเนื่อง ช่วยให้ผู้ปกครองเด็กได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนได้มากขึ้น และที่สำคัญ คือ ช่วยลดการโต้แย้ง และการประท้วงได้จากการไม่เข้าใจกัน

7. ประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 97.92 เสนอแนะให้คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ร่วมมือกับครูผู้ดูแลเด็กในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และระหว่างศูนย์ในการพัฒนาเด็กเล็ก ซึ่งเข้ารับการเลี้ยงดูในศูนย์ มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Miller (1998, p. 475) ซึ่งพบว่า การติดต่อประสานงานระหว่างคณะกรรมการโรงเรียนกับโรงเรียนมีความสำคัญมากต่อการปฏิบัติงานตาม

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการโรงเรียน กล่าวคือ หากมีการติดต่อประสานงานดี ชัดเจน สะดวก รวดเร็ว จะทำให้คณะกรรมการโรงเรียนมีความสามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของตนเองได้อย่างครบถ้วน ถูกต้อง และอย่างเหมาะสม และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

1.1 เนื่องจากประชากรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ระบุว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ตำบลท่าขุน อำเภอลำปางไม่มีปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กำหนดให้ทั้ง 9 ข้อแต่อย่างใด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กคณะนี้มีความรู้ ความเข้าใจ มีเจตคติที่ดีต่อการพัฒนาการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และมีความสามารถทำหน้าที่ของตนเองได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดียิ่งต่อการปฏิบัติหน้าที่ให้แก่คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในพื้นที่อื่นๆ ทั้งในจังหวัดกาญจนบุรี และนอกพื้นที่จังหวัดอีก 76 จังหวัดของประเทศไทยได้ดี ฉะนั้นจึงน่าจะประชาสัมพันธ์เชิญชวนทางสื่อต่างๆ เพื่อจัดให้เป็นสถานที่ในการศึกษาดูงานด้านการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอย่างกว้างขวางต่อไป

1.2 เนื่องจากการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของตำบลท่าขุน อำเภอลำปางอยู่ในระดับดีอยู่แล้ว ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารของเทศบาลตำบลท่าขุนในการบำรุงขวัญกำลังใจให้แก่คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กตามโอกาสอันควร เช่น การประกาศเกียรติคุณ การจัดงานมอบโล่ประกาศคุณงามความดี การยกย่อง ชมเชย และการประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยทั่วกัน การให้ของขวัญรางวัล และค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานบ้างตามสมควร

1.3 คณะผู้บริหารของเทศบาลตำบลท่าขุน อำเภอลำปาง ควรนำคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เดินทางไปศึกษาดูงานด้านการพัฒนาเด็กเล็กที่ได้มาตรฐาน ทั้งในจังหวัดกาญจนบุรี และนอกจังหวัดกาญจนบุรีบ้างในบางโอกาสเพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้แก่คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กชุดนี้ได้ปฏิบัติงานได้ดี

1.4 คณะผู้บริหารของเทศบาลตำบลท่าขุน ควรให้ความสนใจต่อแผนงาน โครงการ กิจกรรม และข้อเสนอแนะต่างๆ ของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอย่างจริงจัง และอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ต้องใช้งบประมาณในการดำเนินงานควรให้ความสนใจ และพิจารณาจัดสรรให้ตามความเหมาะสมด้วยเพื่อเป็นขวัญ กำลังใจในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กยิ่งขึ้น

1.5 คณะผู้บริหารของเทศบาลตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ ควรทำการประชาสัมพันธ์ ธารรงค์ เชิญชวน และเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองเด็ก ชุมชน และหน่วยงานภาคเอกชน ต่างๆ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในทุกรูปแบบ เช่น การจัดหาอาหารเสริมที่มีประโยชน์ และมีคุณค่าทางโภชนาการให้แก่เด็กเล็กใน ศูนย์ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยต่อเนื่อง

2.1 ผู้สนใจที่จะทำวิจัยต่อเนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้ ควรทำการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของคณะผู้บริหารของเทศบาลตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิว่าได้มีการดำเนินงานตาม ข้อเสนอแนะของผู้วิจัยตามข้อ 1.2-1.5 อย่างไรบ้าง ผลการดำเนินงานมีปัญหา อุปสรรคอย่างไร และมีแนวทางในการแก้ไขปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมอย่างไรบ้าง

2.2 ผู้สนใจที่จะทำการศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยเรื่องนี้ควรติดตาม ผลการประเมิน คุณภาพภายนอก จากสำนักรับรองมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ ว่าผ่านเกณฑ์การประเมินหรือไม่ และมีตัวชี้วัดใดบ้างที่ต้อง ดำเนินการพัฒนาให้มีคุณภาพและมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้นต่อไปด้วย

เอกสารอ้างอิง

กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2530). **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ: นิยมวิทยา.

กันยารัตน์ พรหมทอง, สงวน ทรงวิวัฒน์ และประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์. (2556). **สภาพปัญหาและความต้องการในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (2559). **มาตรฐานการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2559**. กรุงเทพฯ:ผู้แต่ง.

จินตวีร์ เกษมสุข. (2559). **หลักการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทองลักษณ์ ทัดทา, กาญจน์ เรืองมนตรี และพงษ์ศักดิ์ ภูภาบขาว. (2559). **แนวทางการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. ปีที่ 35 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน) 2559. 88-92.

ธนากร สังเขป. (2555). **การพัฒนาที่ยั่งยืน**. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

- ปาริชาติ วลัยเสถียร, พระมหาสุทิตย์ อบอ่น, สหทัยา วิเศษ, จันทนา เบญจทรัพย์ และชลกาญจน์ ฮาชัน
นารี. (2553). **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2556). **แนวคิด ทฤษฎี เทคนิค และการประยุกต์เพื่อการพัฒนาสังคม**. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เยาวพา เดชะคุปต์. (2542). **การศึกษาปฐมวัย**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- ศิริวรรณ หล้าเทียน และพฤษพิพล พฤษพิกุล. (2558). แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของ
ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบึงบ้าน สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงสามัคคี อำเภอบึงสามัคคี
จังหวัดกำแพงเพชร. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาวิชาการ นำเสนองานวิจัยระดับชาติ
และนานาชาติ (proceedings). เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 15.
หน้า 1415.
- สุพัฒน์ ทองจันทร์ และเสาวณี ตรีพุทธรัตน์. (2554). บทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการ
ดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก. **วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (เมษายน – มิถุนายน) 2554. 152.
- Barbara, M.E. (2007). **Exploring job satisfaction of nursing faculty in Newfoundland and
Labrador**. Dissertation, Walden university.
- Beierle, T. C. & Cayford, J. (2002). **Democracy in practice: Public-Participation in
environmental decision**. Washington, D.C.: Resources for the future.
- Buford Jr. James, A. & Lindner, J. R. (2002). **Human resource management in local
government and applications for HRM student and practitioners**. Australia: South-
Western Thomson Learning.
- Cerne, M.M. (1991). **Putting people first**. London: Oxford University Press.
- Cronbach. (1997). **Education psychology**. New York: Harcourt Brace, Jevanovich.
- Delaney. (2000). "A case study of curriculum development process in nutrition education".
Dissertation Abstract International, January. 57(7): 2349-A.
- Dewey, J. (1929). **The quest for certainty: A study of the relation of knowledge and action**.
New York: Minton, Balch and Co.
- Dunphy, C & Stace, A. (1999). Transformational and corrective strategies for planned
organizational change beyond the CD Model. **Organizational Studies**. 3, 317, (June,
1998): 317.
- Dye, T. R. (2007). **Policies in states and communities**. New Jersey-Prentice-Hall.

- Hambileton, R. (2007). **Governing cities in a global era**. New York: Palgrave Macmillan.
- Hambileton, S. (2009). **Public management and governance**. New York: Rutledge.
- Lipitt, R & Lafferty, C. (1984). Cutting edge trends in organization development. **Training and Development**. 7.59-62.
- Lock, J. (1965). **Two treatises of government**. New York: The American Library, Inc.
- Maslow, A. (1970). **Motivation and personality**. New York: Harper and Row Publishers.
- Miller E. (1998). **The reality and the dream**. Dissertation Abstract International, (April 34(2)): 475.
- Mitchel, J.C. (1986). **Social networks in urban situation**. Manchester: Manchester University Press.
- Narayanasamy, N. (2009). **Participatory rural appraisal: Principles methods and application**. California: Sage Publications.
- The Nordic Alternative Group. (1979). **Educational for self-reliance**. New York: UNICEF.
- World Commision on Environment and Development. (1987). **Our common future**. New York: Oxford University Press.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของตัวแทนย่อย ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

Factors Influencing of Purchase Decision Making of Chang Beer Sub- agents in Mae Tang District, Chiang Mai Province

ตะวัน วาทกิจ(Tawan Watakit)¹, ศิวพร นาดี(Siwaporn Nadee)²

ไพรพันธ์ ธนเลิศโสภิต(Paipan Thanalerdsopit)³

¹สาขาศิลปศาสตร์ กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ^{2/3}สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

Corresponding author: Tawan Watakit. E-mail : dr.tawan@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของตัวแทนย่อยซึ่งทำหน้าที่ในการขยายช่องทางจัดจำหน่ายแก่ร้านค้าปลีก ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ระเบียบวิธีการวิจัย ได้แก่ 1) การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sample selection) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth interview) และ 3) การสังเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) โดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล ด้านนักวิจัย และด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล สำหรับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก 3 หลักเกณฑ์ ได้แก่ 1) ประกอบกิจการไม่น้อยกว่า 10 ปี 2) มีเงินหมุนเวียนในกิจการไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาทต่อเดือน และ 3) มีพื้นที่การเก็บสินค้าไม่ต่ำกว่า 100 ตารางเมตร กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของกิจการที่เป็นตัวแทนย่อย (Sub-agent) ในอำเภอแม่แตง จำนวน 3 ราย ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของตัวแทนย่อย มีปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) เงินลงทุนของร้านค้าปลีก 2) จำนวนพนักงานปฏิบัติงานขนส่ง 3) พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า นอกจากนี้ส่วนประสมทางการตลาดก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างมาจำหน่ายของตัวแทนย่อยเพื่อการจำหน่ายแก่ร้านค้าปลีก ประกอบด้วยทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านส่งเสริมการตลาด

ABSTRACT

The objective of this research was to investigate the fundamental factors influencing the decision of buying Chang beer of Sub-agents which had the duty to distribution to retailers in Mae Taeng District, Chiangmai Province. Research methods include 1) Sample selection, 2) Indepth interview, and 3) Data analysis for conceptual

frameworks and checking data validation by Triangulation methods using Data, Investigator and Methodology. The samples were selected by purposive sampling, there were 3 important criteria: 1) Operating activities not less than 10 years. 2) The revolving money not less than 50 million baht per month and 3) The storage area not less than 100 square meters. The samples were 3 Sub-agents in Mae Tang District. The research found that the factors influencing the purchase decision making of Chang beer Sub-agent had 3 important factors: 1) Money investment of Sub-agent 2) Number of transportation employees and 3) Sizing of storage space. Moreover, the marketing mix also affected the decision making to buy Chang beer had 4 factors: 1) the product 2) the price 3) the place and 4) the promotion.

Keyword: Conceptual framework, Purchase decision making, Chang beer sub-agents.

ความสำคัญและปัญหา

การดำรงชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่โดยทั่ว ๆ ไปจะมีความเกี่ยวข้องกับสินค้าต่างๆเพื่อใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม มีสินค้าฟุ่มเฟือยประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในการบริโภคที่สูงขึ้น อันเนื่องมาจากสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทยที่นิยมจัดเลี้ยงสังสรรค์ในทุกเทศกาลและมีการบริโภคเครื่องดื่มเหล่านี้ในงานเฉลิมฉลองต่างๆ ทำให้อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่า ประชาชนชาวไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงถึงร้อยละ 32.3 ในปี พ.ศ.2557 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 34.5 ในปี พ.ศ. 2558 (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2559) สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คนไทยนิยมดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ ซึ่งมีสถิติการดื่มเบียร์ของคนไทยเฉลี่ยสูงถึง 8-10 ลิตร ต่อคนต่อปี (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2557) นอกจากนี้ยังพบว่า ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนในปี 2556 ที่ใช้ในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงถึง 145 บาท ต่อคนต่อเดือน (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2556)

เบียร์ ถือได้ว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดแรกของโลก ผลิตโดยชาวบาบิโลเนียนในยุค 6,000 ปี ก่อนคริสตกาล เบียร์อาจเรียกได้อีกอย่างว่า สุราแช่ เป็นเครื่องดื่มที่ปรุงแต่งมาจากวัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ เนื่องจากแอลกอฮอล์ของเบียร์เกิดจากส่วนผสมที่เกิดจากการหมักบ่ม เป็นการหมักน้ำตาลที่ได้จากการเปลี่ยนแปลงแป้งของเมล็ดพืชหรือธัญชาติประเภทมอลต์ เบียร์จึงเป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์น้อยที่สุด เมื่อเทียบกับเหล้า วิสกี้ หรือบรั่นดี นอกจากนี้การดื่มเบียร์ในระดับปานกลาง มีส่วนช่วยในการลดความเสี่ยงในการเป็นโรคหัวใจและหลอดเลือด (Kondo Kirin, 2004) การดื่มเบียร์ปริมาณพอดีนั้นทำให้มีสุขภาพที่ดีทำให้เกิดคุณค่าแก่ร่างกาย เนื่องจากเบียร์มี

ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ที่ช่วยกระตุ้น การหมุนเวียนของโลหิตจึงเหมาะสำหรับผู้ที่มีความดันโลหิตต่ำ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่มีอยู่ในเบียร์ยังช่วยกระตุ้นน้ำย่อยจากกระเพาะอาหารซึ่งช่วยในการย่อยอาหาร ส่วนประกอบจากดอกฮ็อพและเกลือโพแทสเซียมยังช่วยในการขับถ่ายปัสสาวะและชะล้างไต นอกจากนี้เบียร์ยังมีโปรตีนเป็นส่วนประกอบอยู่ด้วย รวมทั้งเกลือแร่ต่างๆ เช่น แคลเซียมซึ่งช่วยป้องกันโรคหัวใจ แมกนีเซียม ซึ่งช่วยควบคุมระดับคอเลสเตอรอลและเสริมสร้างการทำงานของกล้ามเนื้อหัวใจ (Sara Arranz, Gemma Chiva-Blanch, Palmira Valderas-Martínez, Alex Medina-Remón, Rosa M. Lamuela-Raventós, and Ramón Estruch, 2012) สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า การบริโภคเบียร์ในปริมาณที่เหมาะสมนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย ดังนั้น เบียร์จึงนับเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประโยชน์ และเบียร์ยังได้รับความนิยมในการบริโภคอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้ตลาดเบียร์ในประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา มียอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จาก ปริมาณการบริโภคเบียร์ในประเทศไทย กล่าวคือ ยอดรวมการบริโภคเบียร์ภายในประเทศไทยสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี พ.ศ. 2554-2556 พบว่า มีการบริโภคเบียร์สูงถึง 1,928 ล้านลิตร, 2,067 ล้านลิตร และ 2,191 ล้านลิตร ตามลำดับ (กรมสรรพสามิต, 2558) และยังพบอีกว่า เบียร์ภายในประเทศไทยมีมูลค่าการตลาดสูงถึง 1.8 แสนล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ, 2560 : ออนไลน์)

สำหรับเบียร์ช้างได้ถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2538 เบียร์ช้างได้จำหน่ายเบียร์ที่มีรสชาติที่คนไทยชอบจนกลายเป็นหนึ่งในแบรนด์ของเบียร์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย และโด่งดังไปไกลถึงต่างประเทศ (ปาริชาติ ศรีคชาคม, 2544) เบียร์ช้างได้คัดสรรวัตถุดิบชั้นเลิศจากแหล่งน้ำบริสุทธิ์ในประเทศไทย ยีสต์และดอกฮ็อพส์จากแหล่งผลิตที่ได้คุณภาพระดับโลก ทำให้เบียร์ช้างเต็มเปี่ยมไปด้วยรสชาติอันกลมกล่อมจากความหอมของผลไม้และดอกฮ็อปปิ้งมอเบรสสัมผัสอันนุ่มนวลและดื่มง่าย (บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด, 2557: ออนไลน์) สภาพการแข่งขันของตลาดเบียร์ในประเทศไทยยังคงมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างมีความพร้อมทั้งทางด้านเงินทุน รวมทั้งด้านช่องทางจำหน่าย โดยทุกค่ายต่างนำกลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบมาใช้ แต่ในสภาพการแข่งขันนี้เองผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการที่ผู้ผลิตต้องแข่งขันกัน ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพและรสชาติของสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายและที่สำคัญช่วยให้คนไทยดื่มเบียร์ที่มีคุณภาพในราคาที่ไม่สูงจนเกินไปซึ่งสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย มีพื้นที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับหนึ่งของภาคเหนือ และมีพื้นที่ในอำเภอเมืองเพียง 152.36 ตารางกิโลเมตร ทำให้มีพื้นที่นอกเขตอำเภอเมืองมีขนาดใหญ่มาก จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าคนในภาคเหนือมีอัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศ และยังพบว่า คนในพื้นที่ชนบทมีอัตราการ

ดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าในเมือง (จักรกฤษณ์ สุขยิ่ง, 2556) อำเภอแม่แตงตั้งอยู่นอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ประมาณ 1,362.78 ตารางกิโลเมตร โดยมีพื้นที่ขนาดใหญ่เป็นอันดับ 5 จาก อำเภอทั้ง 25 อำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนประชากรประมาณ 72,922 คน และมีร้านค้าปลีก ประมาณ 811 ร้านค้า

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบจำนวนร้านค้าปลีกประมาณ 811 ร้านค้า ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ กลับมีตัวแทนย่อย (Sub agent) ซึ่งทำหน้าที่ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเบียร์ช้าง ให้แก่ ร้านค้าปลีกในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ เพียง 4 ร้านค้าเท่านั้น ตลอดจนเมื่อสอบถาม สภาพคล่องทางการเงินของตัวแทนย่อย พบว่า มีเงินหมุนเวียนยอดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 50 ล้านบาทต่อเดือน และมียอดการสั่งเบียร์ช้างไว้ในสต็อกสินค้ามากกว่าเบียร์ยี่ห้ออื่น ทำให้ คณะผู้วิจัยมีคำถามในการวิจัย คือ อะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของ ตัวแทนย่อยในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของตัวแทนย่อยในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยคณะผู้วิจัยใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ เฉพาะเจาะจง โดยมีขอบเขต ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัย พบว่า ประชากรในการวิจัยมีเพียง 4 ร้านค้าเท่านั้น คณะผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการ คัดเลือกประชากรเข้ามาเป็นกลุ่มตัวอย่าง 3 หลักเกณฑ์ ได้แก่ 1) ประกอบกิจการไม่น้อยกว่า 10 ปี 2) มีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาทต่อเดือน 3) มีพื้นที่การเก็บสินค้าไม่ต่ำกว่า 100 ตารางเมตร ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้เหลือเพียง 3 ตัวอย่าง เท่านั้น

ขอบเขตด้านพื้นที่

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะตัวแทนย่อย ในเขตอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของเวลาเป็น 4 เดือน โดยเริ่มทำการเก็บตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2561 รวมเป็นระยะเวลา 4 เดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลของตัวแทนย่อยและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth interview) ซึ่งมีข้อคำถามหลักในการสัมภาษณ์อยู่ 3 ข้อคำถาม คือ
 - (1) อะไรเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เบียร์ช้างมาเก็บไว้ในโกดังเป็นจำนวนมาก
 - (2) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เบียร์ช้างมีจุดแข็ง/จุดเด่น อะไรบ้าง ที่ทำให้ท่านสามารถจำหน่ายให้แก่ร้านค้าปลีกทั่วไปได้โดยง่าย
 - (3) มีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ท่านสามารถเป็นตัวแทนย่อยเพื่อจำหน่ายสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีกในเขตอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
3. การถอดเทปการสัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลแบบคำต่อคำ (Verbatim)
4. การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างกรอบโมทัศน์ โดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล ด้านนักวิจัย และด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของตัวแทนย่อยในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. แนวคิดการบริหารสินค้าคงคลัง
2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
3. ปัจจัยการผลิต

1. แนวคิดการบริหารสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลัง (Inventory) เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ เพราะจัดเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนรายการหนึ่งซึ่งธุรกิจพึงมีไว้เพื่อให้การผลิตหรือการขาย สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น การมีสินค้า

คงคลังมากเกินไปอาจเป็นปัญหากับธุรกิจ ทั้งในเรื่องต้นทุนการเก็บรักษาที่สูง สินค้าเสื่อมสภาพ หมดอายุ ล้าสมัย ถูกขโมย หรือสูญหาย นอกจากนี้ยังทำให้สูญเสียโอกาสในการนำเงินที่จมอยู่กับ สินค้าคงคลังนี้ไปหาประโยชน์ในด้านอื่นๆ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าธุรกิจมีสินค้าคงคลังน้อยเกินไป ก็อาจประสบปัญหาสินค้าขาดแคลนไม่เพียงพอ (Stock out) สูญเสียโอกาสในการขายสินค้าให้แก่ ลูกค้า เป็นการเปิดช่องให้แก่คู่แข่ง และก็ต้องสูญเสียลูกค้าไปในที่สุด (คณาพร คำมูล, 2555) นอกจากนี้ ถ้าสิ่งที่ขาดแคลนนั่นเป็นสินค้าที่สำคัญ การขายก็ต้องหยุดชะงัก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ของธุรกิจในอนาคตได้ ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการในการจัดการสินค้าคงคลัง ของตนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่มาก หรือน้อยจนเกินไป เพราะการลงทุนในสินค้าคงคลังต้องใช้ เงินจำนวนมาก และอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของธุรกิจได้

1.1 ความหมาย ของการบริหารสินค้าคงคลัง

การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นการจัดการต่าง ๆ เกี่ยวกับ รายการ สินค้าในคลังสินค้าตั้งแต่การรวบรวม จัดบันทึกสินค้าเข้า – ออก การควบคุมให้มีสินค้าเหลือ ใน ปริมาณที่เหมาะสม มีระเบียบแบบแผน เพื่อให้สินค้าที่มีอยู่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้หรือ ผู้บริโภค โดยจะต้องควบคุมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ถ้าหากไม่มีสินค้าคงคลัง การผลิตและการ จำหน่ายอาจจะไม่ราบรื่น โดยทั่วไปฝ่ายขายจะค่อนข้างพอใจ หากมีสินค้าคงคลังจำนวนมากๆ เพราะ ให้ความรู้สึกมั่นใจว่าอย่างไรก็มีสินค้าให้พอขาย แต่หน้าที่ของสินค้าคงคลัง คือ รักษาความสมดุล ระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) การจัดการสินค้าคง คลัง เป็นหัวข้อสำคัญ เนื่องจากเจ้าของร้านค้า จำเป็นต้องมีการบริหารสินค้าคงคลังที่ดี เพื่อให้ ปริมาณสินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และควบคุมเงินทุนหมุนเวียนที่มีอยู่ ไม่ให้จมไปกับ สินค้าที่ซื้อ มากักตุนจนมากเกินไป โดยปัจจัยในการควบคุมระดับสินค้าคงคลังประกอบด้วย

- a. ความถี่ของการเลือกสินค้าเข้าร้าน
- b. ความพร้อมของเงินทุนหมุนเวียน ที่นำมาใช้ในการลงทุนซื้อสินค้า
- c. ปริมาณขายออกของสินค้าแต่ละตัว จะเป็นตัวช่วยระบุปริมาณสินค้าคงคลังที่ต้องการ
- d. ความผันผวนของราคาสินค้าซึ่งอาจเกิดขึ้น และทำให้เจ้าของร้านจำเป็นต้องซื้อเพิ่มหรือ ลดลงกว่าปกติ

1.2 วัตถุประสงค์ของการจัดการคลังสินค้า (Objective of Warehouse Management)

- ลดระยะทางในการปฏิบัติการในการเคลื่อนย้ายให้มากที่สุด
- การใช้พื้นที่และปริมาตรในการจัดเก็บให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- สร้างความมั่นใจว่าแรงงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ สาธารณูปโภคต่าง ๆ มีเพียงพอและสอดคล้อง กับ ระดับของธุรกิจที่ได้วางแผนไว้
- สร้าง ความพึงพอใจในการทำงานในแต่ละวันแก่ผู้เกี่ยวข้องในการเคลื่อนย้ายสินค้า ทั้งการรับเข้าและการจ่ายออก โดยใช้ปริมาณจากการซื้อ และความ ต้องการในการจัดส่งให้แก่ลูกค้าเป็นเกณฑ์

1.3 ประโยชน์ของสินค้าคงคลัง

- a. เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ประมาณการไว้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งในฤดูกาลและนอกฤดูกาล โดยธุรกิจต้องเก็บสินค้าคงคลังไว้ในคลังสินค้า
- b. เป็นการรักษาการผลิตให้มีอัตราคงที่สม่ำเสมอ เพื่อรักษาระดับการว่าจ้างแรงงานให้สม่ำเสมอได้โดยจะเก็บสินค้าที่จำหน่ายไม่หมดในช่วงที่จำหน่ายได้
- c. ทำให้ธุรกิจได้ส่วนลดปริมาณ (Quantity Discount) จากการจัดซื้อสินค้าจำนวนมากต่อครั้ง เพื่อเป็นการป้องกันการเปลี่ยนแปลงราคา และผลกระทบจากเงินเฟ้อ เมื่อสินค้าในท้องตลาดมีราคาเพิ่มสูงขึ้น
- d. ป้องกันสินค้าขาดมือ ด้วยสินค้าเผื่อขาดมือ เมื่อเวลารอคอยล่าช้า หรือบังเอิญได้คำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างกะทันหัน
- e. ทำให้กระบวนการผลิตหรือกระบวนการจัดจำหน่ายสามารถดำเนินการต่อเนื่องอย่างราบรื่น ไม่มีการหยุดชะงัก

2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ความหมายและองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยส่วนประสมทางการตลาดเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า 4Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน โดย P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการ การได้การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาด มักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ หรือ สายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการ ประกอบการขาย การรับประกัน

2. การช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ซับซ้อน แต่ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษาการจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่างๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง (Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า สื่อการขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ

3. การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมารวมทั้งหาช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งนำมาใช้ได้ ผล

รวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น การลดราคา หรืออาจตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายการส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง

1. ปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิต (Factors of production) หรือ ทรัพยากรการผลิต หมายถึง สิ่งที่น่ามาใช้ ประกอบกันในการผลิตสินค้าและบริการ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท (ทัพบิม วงศ์ประยูร และคณะ, 2542) คือ ที่ดิน แรงงาน เงิน และผู้ประกอบการ

1. ที่ดิน รวมถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ ซึ่งมนุษย์ไม่ได้สร้างขึ้น เช่น น้ำ ป่าไม้ แร่ธาตุ ความหมายของคำว่าที่ดิน ในทางเศรษฐศาสตร์จะกว้างกว่าที่ใช้ทั่วไป กล่าวคือ ในการผลิตภาคเกษตรใช้ที่ดินเพื่อการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ในภาคอุตสาหกรรมใช้ที่ดินเป็นที่ตั้งโรงงานเก็บสินค้า แต่ที่ดินยังหมายความรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติที่เกิดขึ้นบนผืนดิน ภายในดิน และต่ำกว่าระดับพื้นดินด้วย เช่น น้ำ สัตว์น้ำ ป่าไม้ สัตว์ป่า แก๊สธรรมชาติ น้ำมันดิบ แร่ธาตุ เป็นต้น

2. เงิน รวมถึงเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ และสถานที่ที่ใช้ในการผลิต หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นสำหรับใช้ร่วมกับปัจจัยการผลิตอื่นๆ เพื่อการผลิตสินค้าและบริการ เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า สินค้าทุน (capital goods) ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง เช่น โรงงาน ถนน สะพาน ทางรถไฟ เครื่องจักรเครื่องมือ เช่น เครื่องจักรในโรงงาน เครื่องสูบน้ำ รถแทรกเตอร์ รถบรรทุก รถไถนา สัตว์ที่ใช้แรงงาน อุปกรณ์ต่างๆ วัตถุดิบ เช่น เมล็ดพันธุ์พืช ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง น้ำมัน เชื้อเพลิง เหล็กเส้น ไม้แปรรูป ยางแผ่น เม็ดพลาสติก ผัก ผลไม้ ที่จะนำมาประกอบหรือแปรรูป สินค้าทุนเหล่านี้ถือว่าเป็น เงินที่แท้จริง (real capital) เงินเป็นตัวเงิน หรือ เงินทุน (money capital) ในแง่ของนักเศรษฐศาสตร์พิจารณาว่า เป็นเพียงสื่อกลางใช้แลกเปลี่ยน แต่ สินค้าทุน จะเป็นตัวบ่งชี้กำลังการผลิตที่เป็นจริงได้ดีกว่าเงินทุน ดังนั้นเงินทุนจึงไม่นับเป็นทุนในทางเศรษฐศาสตร์

ดอกเบี้ย (interest) เป็นผลตอบแทนของเจ้าของทุน เนื่องจากสินค้านั้นมีความยุ่งยากในการคำนวณผลตอบแทน จึงมักตีราคาเป็นตัวเงินก่อน และคำนวณหาผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยเช่นเดียวกับเงินทุน

3. แรงงาน หมายถึง ความสามารถทั้งกำลังกายและกำลังความคิด ตลอดจนความรู้ความชำนาญของมนุษย์ ที่ใช้ไปในการผลิตสินค้าและบริการ แต่ไม่รวมถึงความสามารถในการประกอบการ ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตอีกประเภทหนึ่ง โดยผู้ใช้แรงงานจะได้รับ ค่าจ้าง (wages) เป็นผลตอบแทน

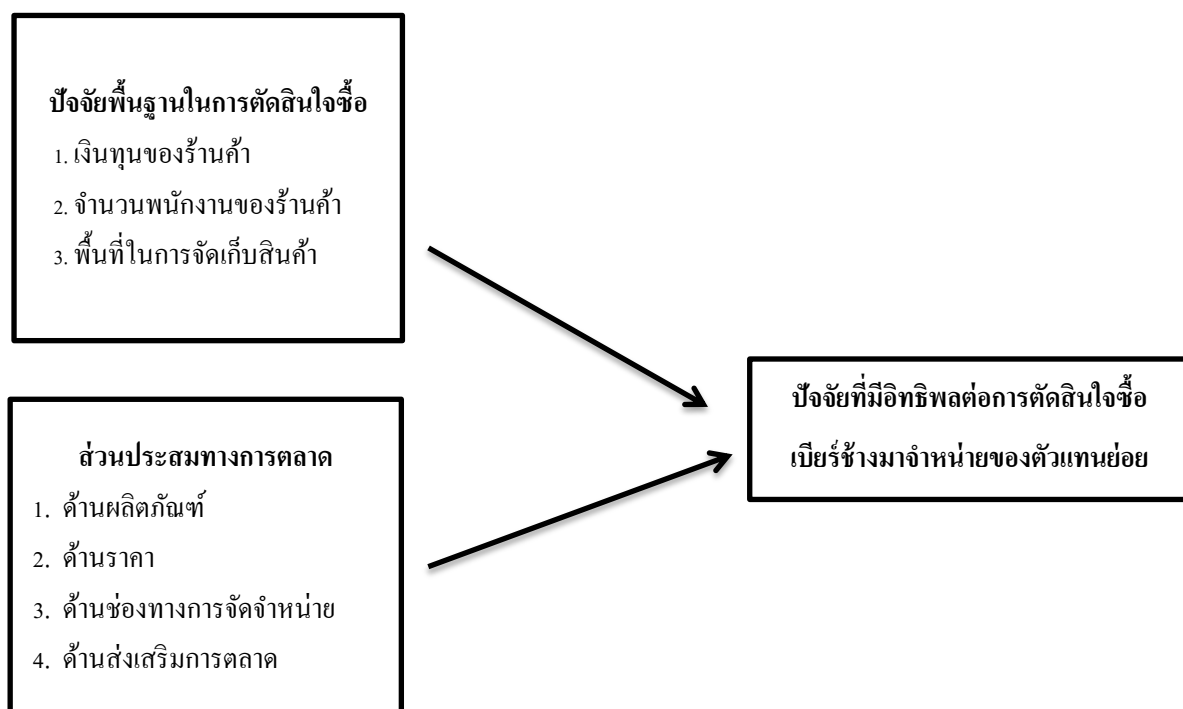
แรงงานแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

- 1) แรงงานที่มีทักษะ (skilled labor) เป็นแรงงานที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี การปฏิบัติงานใช้ความคิดมากกว่าใช้ร่างกาย เช่น แพทย์ สถาปนิก วิศวกร เป็นต้น
- 2) แรงงานที่ไม่มีทักษะ (unskilled labor) เป็นแรงงานที่ไม่ได้รับการฝึกฝนมาก่อน มักทำงานโดยอาศัยกำลังกาย เช่น คนงานรับจ้างทั่วไป คนงานขนข้าวสารในโรงสี เป็นต้น

4. ผู้ประกอบการ (entrepreneur) หมายถึง ผู้นำที่ดิน แรงงาน และทุนมาดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับการผลิต สามารถคาดคะเนแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคและกำลังการผลิตในอนาคตได้ นอกจากนี้ยังต้องเป็นผู้ตัดสินใจว่า จะผลิตอะไร ปริมาณเท่าใด ใช้เทคนิคการผลิตแบบใด ผลิตแล้วจำหน่ายแก่ใคร ราคาต่อหน่วยเป็นเท่าใด จึงจะได้ผลตอบแทนสูงสุด ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องยอมรับการเสี่ยงในธุรกิจของตน และผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการได้รับอยู่ในรูปของกำไร (profit)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาจัดหมวดหมู่ (Clustering) และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำเป็น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างมาจำหน่ายของตัวแทนย่อย ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเปียร์ช้างมาจำหน่ายของตัวแทนย่อย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ คณะผู้วิจัยได้นำข้อความ ของผู้ให้ข้อมูล (Key informants) ทั้ง 3 ราย มาสนับสนุนการจัดหมวดหมู่ (Clustering) และได้ข้อสรุป ดังนี้

ข้อมูลโดยย่อของผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ท่านที่ 1 (ID 1) เป็นเพศชาย อายุประมาณ 45 ปี เป็นทายาทของกิจการ รุ่นที่ 2 คุณพ่อเป็นผู้ริเริ่มประกอบกิจการนี้ โดยครอบครัวประกอบกิจการนี้มากกว่า 25 ปี
2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ท่านที่ 2 (ID 2) เป็นเพศชาย อายุประมาณ 53 ปี เป็นทายาทของกิจการ รุ่นที่ 2 คุณแม่เป็นผู้ริเริ่มประกอบกิจการ โดยประกอบกิจการนี้มากกว่า 30 ปี
3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ท่านที่ 3 (ID 3) เป็นเพศชาย อายุประมาณ 42 ปี เป็นทายาทของกิจการ รุ่นที่ 2 คุณพ่อเป็นผู้ริเริ่มประกอบกิจการ โดยประกอบกิจการนี้มากกว่า 20 ปี

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสนับสนุนการจัดหมวดหมู่

คณะผู้วิจัยได้นำข้อความที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดหมวดหมู่ (Categories) โดยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเปียร์ช้างของตัวแทนย่อย ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ มา

จากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ 2) ส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยทั้ง 2 มีหมวดหมู่ย่อย (Sub- Categories) ดังนี้

- 1) ปัจจัยพื้นฐานในการตัดสินใจซื้อ
 - 1.1) เงินทุนของร้านค้า
 - 1.2) จำนวนพนักงานของร้านค้า
 - 1.3) พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า
- 2) ส่วนประสมทางการตลาด
 - 2.1) ด้านผลิตภัณฑ์
 - 2.2) ด้านราคา
 - 2.3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 2.4) ด้านส่งเสริมการตลาด

โดยคณะผู้วิจัย ได้นำข้อความบางส่วนของผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ทั้ง 3 ท่าน เพื่อเป็นการสนับสนุนการจัดหมวดหมู่ (Categories) ที่ได้นำแสดงมาในข้างต้น ดังนี้

ปัจจัยพื้นฐานในการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้ตัวแทนย่อย (Sub agent) ตัดสินใจซื้อสินค้าจากตัวแทนประจำอำเภอ (District Agent) รวมถึงความสามารถของตัวแทนย่อยในการหมุนเวียนสินค้าภายในโกดังสินค้า เพื่อสร้างโอกาสในการขายสินค้าให้แก่ผู้ค้าปลีก โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้ข้อมูลสนับสนุน ดังนี้

1. เงินทุนของร้านค้า

“ร้านค้าปลีกมักจะถามหาเบียร์ข้างเป็นอันดับแรกในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นสินค้าที่ขายดีที่สุดในบ้านเรา ทางร้านของเรา (Sub agent) จึงลงทุนในเบียร์ข้าง โดยใช้เงินทุนจำนวนมากในการสั่งสินค้ามา สต็อก (Stock) ไว้ ถ้าร้านค้าปลีกต้องการซื้อ ไม่ว่าจะสั่ง 100 200 ลัง เราก็จะมีให้ทันที เราจึงต้องมีเงินทุนเป็นจำนวนมากนั้น เพราะเมื่อเราซื้อทางตัวแทนจำหน่ายจะขายสินค้าเป็นเงินสดเท่านั้น เราจึงจำเป็นต้องมีเงินสดไว้ใช้ในการซื้อเบียร์ข้าง” (ID 1)

“ถ้าไม่มีเงินทุนหมุนเวียนในบ้านเรา ผมก็ไม่มีเงินซื้อของมาขาย ถ้าไม่มีเงินซื้อของมาขาย มันก็เสียโอกาสในการขาย เงินทุนเนี่ยมันจำเป็นมาก เพราะถ้าเรามีเงินเราก็จะซื้อสินค้ามา Stock ไว้ ลูกค้าต้องการสินค้าเท่าไรเราก็จะมีให้ ทำให้เราขายของได้ เพราะการซื้อสินค้าจาก agent (ตัวแทนจำหน่าย) เขาจะให้ซื้อเป็นเงินสดเท่านั้น ดังนั้นเนี่ย เงินทุนนี้สำคัญมากนะ ในการเป็น Sub agent” (ID 2)

“บางที หาเงินหมุนซื้อเปียร์(ช้าง) มันก็เหนียนะ มันต้องซื้อเป็นเงินสด จะไปแปะเขาเอาของออกมา ก่อนก็ได้ แต่เราคนทำมาค้าขาย ซื้อมาก็ขายไป มันก็พอทำได้อยู่ แต่ผมก็ต้องมีเงินเก็บในบัญชีเยอะ หน่อย จะได้อุ่นใจว่ามีเงินหมุนใช้ซื้อเหล้า หรือเปียร์ยี่ห้ออื่นด้วย” (ID 3)

2. จำนวนพนักงานของร้านค้า

“เราเปิดร้านค้าปลีกเนี่ย เราขายของที่ละจำนวนมากส่งให้หลายเจ้า เราจึงต้องมีพนักงานให้ เหมาะสม ถ้ามีพนักงานไม่เพียงพอก็จะเกิดปัญหาว่า ใครจะขับรถ ใครจะยกของ ใครจะนับสต็อก พอเกิดปัญหาเหล่านี้ ก็จะทำให้เกิดการส่งของที่ช้าลง ทำให้ลูกค้า หันไปซื้อสินค้าเจ้าอื่น ดังนั้น ผม ต้องมีพนักงานที่พร้อมอยู่เสมอ” (ID 1)

“ร้านต้องมีพนักงานให้พร้อม อย่างน้อยก็ต้องมีมาทำงานสัก 6 คน เพราะถ้ามีลูกค้าเข้ามาในร้านเพื่อ มาซื้อสินค้าจำนวน 100 ลังขึ้นไป เราก็จะต้องมีพนักงานขนสินค้า จัดเรียงชั้นรถ นับสต็อกของ แล้วก็ ออกไปส่งสินค้า ต้องใช้คนงานจำนวน 3 คนขึ้นไปในการขนส่งแต่ละครั้ง เพราะจะต้องจัดเป็นทีมงาน ขนส่งสินค้าไปในแต่ละทีม ดังนั้น ร้านพี่ จึงจำเป็นต้องมีพนักงานเยอะพอสมควร เพราะเราไม่ได้ขาย ปลีกให้แค่โซ่ห่วยเดียว บางวันสั่งมา 10 กว่าเจ้าก็มี ถ้าของหมดเราก็ต้องสั่งเพิ่มจากบริษัทเอเยนต์ ใหญ่อีกที” (ID 2)

“ถ้าผมไม่มีพนักงาน ผมก็ขายไม่ได้ ใครจะมาช่วยนับสต็อกของ (เปียร์ช้าง) ใครจะยกของ ส่งของ พนักงานในร้านสำคัญมาก ถ้าใครขาดงานแบบไม่มีเหตุผล อยู่ๆ หายไป ผมจะหัวเสียมาก หงุดหงิด บางครั้งคนขาด ผมก็ต้องขับรถไปส่งของเองกับลูกน้อง ก็มันไม่มีใคร เราก็ต้องทำเอง ไม่ไปส่งของก็ ไม่ได้ขาย” (ID 3)

3. พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า

“ขนาดพื้นที่เก็บสินค้าก็สำคัญนะ กล่องเปียร์เป็นกระดาดาลัง ปลูกมักจะชอบกัดกิน ทำให้ทางร้าน ต้องมีการดูแลโกดัง ฉีดยาป้องกันกำจัดปลวก โกดังต้องมีอากาศถ่ายเทสะดวก รถสามารถวิ่งเข้า-ออก ได้สะดวก จึงจำเป็นต้องมีพื้นที่กว้างขวาง เวลาเอารถเข้า-ออก มันจะสะดวก ช่วยป้องกันความ เสียหาย และยังเก็บเปียร์ได้จำนวนมาก ยิ่งเราซื้อมาขายไป ของ(สินค้า) มันเข้าๆ ออกๆ ถ้าที่แคบ เกินไป เราเก็บของได้น้อย ขนย้ายมีโอกาสน้ำ มีโอกาสแตก” (ID 1)

“ไอ้พวกกล่องเปียร์เนี่ย มันเป็นกระดาด มันโดนน้ำก็ไม่ได้ มันยุ่ย เวลาฝนตกหนักๆ บางทีมันก็ กระเด็นสาตามเหมือนกัน แล้วพวกนกก็เป็นปัญหามะ บางทีมันไปขึ้นบนกล่องสินค้า เราก็ขายไม่ได้ทั้ง ลังเลย พี่เลยต้องดูแลโกดังดีๆ คอยระวังเรื่องโกดังสินค้าเต็ม ซื้อมาเยอะเกิน ขายไม่ได้ สินค้าล้นอะไร อย่างนี้ และก็ต้องคอยระวังเรื่องสภาพกล่องสินค้าให้มันอยู่ในสภาพสมบูรณ์ คุณคิดดูเอา ถ้ากล่องมัน

เปี้ยกยุ่ย หรือมีขึ้นกเต็มเลย คุณจะซื้อไหม เราก็ต้องคอยระวัง โดยดูแลสภาพโกดังให้ไม่มีหนู แมลง
นก” (ID 2)

“ที่เก็บสินค้า หรือโกดังอะ มันสำคัญอีกอย่างหนึ่งเลยนะ เพราะเราต้องเก็บสินค้า ที่รอจัดจำหน่าย
ต้องดูแลสินค้าของเราให้ดี ไม่ว่าจะเป็น ฝน ฝุ่น หรือ สัตว์ต่างๆ เราต้องคอยดูอยู่เสมอ และที่สำคัญ
การจัดเรียงจัดเก็บ ต้องมีพื้นที่ที่เหมาะสม เวลาารถอยเข้าออก จะได้สะดวกในการขนย้าย ถ้ามันเล็ก
หรือแคบเกินไป จะดูแลยากมาก จึงต้องมีพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การจัดเก็บสินค้า” (ID 3)

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
กลุ่มเป้าหมายได้ โดยมีกลไกทางราคาให้ผู้ซื้อสินค้ายินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า มีความสามารถในการ
การกระจายสินค้าไปยังสถานที่จัดส่งตามเวลาที่นัดหมายกับผู้ซื้อสินค้า ตลอดจนมีความพยายามตั้งใจ
ให้ผู้ซื้อสินค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ และเกิดความต้องการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

“เปียร์ช้างเป็นยี่ห้อที่คนไทยรู้จักกันโดยทั่วไป อย่างทางร้านค้าในเขตอำเภอแม่แตงส่วนใหญ่ลูกค้า
ที่มาซื้อเปียร์ ก็จะเลือกเปียร์ช้างเป็นอันดับแรก คนซื้อจะจดจำได้ง่ายเนื่องจากขวดเป็นสีเขียว ดูมัน
มีความ พรีเมียม ดูหรูหราว่าเปียร์ไทยด้วยกัน แล้วอาจจะเป็นที่ปัจจุบันเปียร์ช้างจะมีดีกรีลดลง ไม่
สูงเหมือนเมื่อก่อน มันน่าจะดื่มง่ายขึ้น คนก็เลยเลือกซื้อเยอะ ผมก็เลยขายได้เยอะตาม” (ID 1)

“พี่ว่า คนคงจำโฆษณาได้เยอะ เดิมเดิมคำว่าเพื่อน พอจะสังสรรค์อะไรกับเพื่อนก็นึกว่า จะดื่มจะ
ทานอะไร ก็อาจจะนึกถึงคำนี้ แล้วตัวเปียร์เอง มันก็ขายตัวของมันได้ คือ ดื่มง่าย ดื่กร้อน ไม่ค่อยเมา
ตัวพี่เองยังดื่มอยู่บ่อยๆ แล้วมัน (เปียร์ช้าง) ก็มีหลายแบบนะ คือ ทั้งขวดเล็ก ขวดใหญ่ ขนาดแบบ
กระป๋องยังมีหลายแบบเลย กระป๋องยาว กระป๋องสั้น มันเลยดูเหมือนว่า เหมาะกับคนทุกกลุ่ม ชอบ
ดื่มเยอะก็ขวดใหญ่ กระป๋องยาว ดื่มน้อยก็ขวดเล็ก กระป๋องเล็ก อะไรอย่างนี้” (ID 2)

“คนแถวนี้ ชอบดื่มเปียร์ช้างกัน เพราะเดี๋ยวนี้ทางบริษัทได้ออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ จดจำง่าย และลด
ดีกรีลง ทำให้ดื่มกันง่ายมากขึ้น ไม่ว่าทั้งชายหรือหญิง อีกอย่าง ยี่ห้อช้างก็เป็นที่รู้จักกันอยู่แล้ว เราไม่
ต้องโฆษณามาก สินค้ามันขายได้ด้วยเอง ผมก็เลยเลือกซื้อเปียร์ช้างมาจำหน่ายเยอะหน่อย” (ID 3)

2. ด้านราคา

“เมื่อเทียบกับเปียร์ยี่ห้ออื่น เปียร์ช้างเป็นเปียร์ที่มีราคาต่ำกว่าเปียร์ที่เป็นสินค้าคู่แข่ง ทำให้เปียร์
ช้างเข้าถึงคนซื้อได้อย่างทั่วถึง เพราะราคาจับต้องได้ง่าย เท่าที่ผมจำได้ ช่วงก่อนที่จะมีการปรับอัตรา
ภาษีเหล้า ยังคิดว่าอีกหน่อยเปียร์ทุกชนิด มันจะขึ้นราคา แต่ส่วนใหญ่ (เปียร์) ก็ยังคงราคาใกล้เคียง
กับเดิมทำให้ยังคงมีการซื้อกันอย่างต่อเนื่อง” (ID 1)

“เปียร์ช้างเนี่ย ราคามันโอเคนะ เป็นราคาที่ใครๆ ก็ซื้อได้ ราคาไม่ได้สูงมาก ถึงภาษีจะขึ้นมา แต่
บริษัทใหญ่เขาก็แบกรับไว้นะ พอเอามาถ่วงเฉลี่ยแล้วเนี่ย ก็ขึ้นมานิดหน่อย ทำให้คนกิน ยังพอจ่ายไหว

ผมก็เลยซื้อมาขายไปได้เรื่อยๆ บางทีก็ไม่ได้หวังกำไรเยอะมากเท่าไรหรอก ซื้อมาขายไป กำไรนิดหน่อยๆ แต่เน้นปริมาณ” (ID 2)

“ผมซื้อมา ขายไปทุกวัน รู้สึกนะว่าเปียร์ข้างมันขายได้เรื่อยๆ สังกันแทบทุกร้าน (ร้านค้าปลีก) มันอาจเป็นด้วยราคาที่ผมขายถูก บางทีผมก็ยอมลดในส่วนของกำไร ขายเอายอดขายๆ แทน เพื่อเอาของแถมหรือส่วนลดที่ผมจะได้” (ID 3)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“ผมคิดว่ะ การกระจายสินค้าของเปียร์ข้างเนี่ย ค่อนข้างดีเลย มีการแบ่งโซนซื้อสินค้าให้เรา เช่น เราเป็นตัวแทนย่อยในอำเภอแม่แตง เขาก็จะมีตัวแทนหลักในอำเภอให้เรา เราไม่ต้องไปซื้อจากที่ไกลๆเลย แบบว่า โทรสั่งของ วันนี้จะเอาเปียร์ 500 ลัง ถ้าคิวเขาว่าง เขาก็จะมาจัดส่งให้เลย ทำให้ผมรู้สึกประทับใจมากในด้านนี้” (ID 1) “พื้มองว่า ตัวแทนใหญ่ในจังหวัด มีความรับผิดชอบดี เราอยากได้สินค้าเท่าไร เขาก็สามารถจัดส่งได้ภายในวันเดียว แต่ถ้าหากส่งหลัง 5 โมงเย็น ก็จะได้ในวันรุ่งขึ้นในตอนเช้า พื้ว่ามันโอเคนะ เพราะพอสินค้า (เปียร์ข้าง) พื้หมด หรือใกล้หมด พื้มันใจได้ว่า พื้จะมีส่งให้กับลูกค้าของพื้อย่างแน่นอน” (ID 2) “เปียร์ข้างมีการกระจายสินค้าที่รวดเร็ว ตั้งแต่คลัง TBL มาจนตัวแทนจำหน่าย และมายังตัวแทนจำหน่าย สั่งของปั๊บ สินค้ามาปั๊บ ทำให้มีความประทับใจทุกครั้ง เพราะมีระบบการขนส่งที่ดี สถานที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากร้าน ติดต่อกันได้ง่าย รวดเร็วฉับไว และเท่าที่สั่งของจากตัวแทนจำหน่ายจะพบว่า ของ (สินค้า) เสียอยู่น้อยมากหรือบางครั้งก็ไม่พบเลย ทำให้ไวใจในการสั่งสินค้า ที่มีการจัดเก็บที่ดี” (ID 3)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด

“บริษัทหลัก ได้มีการจัดโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง ผ่านตัวแทนจำหน่าย มีการส่งเสริมการตลาด การขาย ตัวแทนย่อยซื้อสินค้าครบเท่านี้ แถมสินค้าให้อีก มีการลดราคา ให้คูปองขาวในการชิงโชค และเวลาไปร่วมงานชิงโชคนั้น ตัวแทนย่อยจะได้รับรางวัลกลับมาทุกราย ขึ้นอยู่กับรางวัลนั้นจะใหญ่หรือเล็กแล้วแต่โชคของตัวแทนย่อย รางวัลที่เขาจัดได้แก่ สร้อยคอทองคำ รถมอเตอร์ไซด์ ตู้แช่ รถกระบะ กระเป๋าเดินทาง ฯลฯ และนอกเหนือจากนั้น ถ้าผมต้องการที่จะตกแต่งร้านค้า หน้าร้าน ทางบริษัทก็จะเข้ามาตกแต่งให้ มีการจัดเรียงให้ดูสวยงามเป็นที่ดึงดูด และที่ประทับใจก็มีจะมีหัวหน้าหน่วยเข้ามาทุกๆสัปดาห์ เพื่อมาตรวจอายุของเปียร์ ไม่ให้มีเปียร์ที่หมดอายุ ออกจำหน่าย บางทีทางผมเองก็ไม่ได้มีเวลามากๆ ไม่ได้ตรวจก็จะมีทีมงานมาช่วยดู ทำให้เปียร์ที่เราจำหน่ายไป สด ใหม่ แน่แน่นอน” (ID 1)

“ทุกครั้งที่พื้ซื้อเปียร์ข้างเนี่ย พื้จะมองถึงการส่งเสริมการขายด้วยนะ เช่น ซื้อเปียร์แถมรางวัล พื้ก็จะซื้อเยอะหน่อย เป็นแรงจูงใจ ประมาณว่า ซื้อมาก ก็ได้รางวัลมาก ถึงอย่างไรก็ตาม การซื้อสินค้ามาก พื้ก็ได้ขาย แถมได้รางวัลหรือของแถมต่างๆ กลับมาอีก พื้คิดว่า ของแถมที่ได้มา มันก็คือ กำไร

อย่างหนึ่ง และไม่พอเท่านั้น บริษัทก็ดูแลทางร้านไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นการมาช่วยดูอายุของเปียร์ มาจัดเรียงสินค้า หรือแม้กระทั่งให้คำปรึกษา เขามาทำให้ฟรีๆ” (ID 2)

“หลายครั้งที่ผมตัดสินใจซื้อสินค้า (เปียร์ช้าง) จำนวนมากๆ เอาจนเกือบเต็มสต็อก เพราะว่า เขามีโปรโมชั่น แถมสินค้า และยังลดราคาให้อีก ผมมองว่าสินค้าที่แถมให้ มันก็คือกำไร และยังมีส่วนลดเพิ่มให้อีก มันก็ทำให้ผมมีกำลังใจที่จะขายเพิ่มขึ้น เพราะส่วนต่าง (ของกำไร) มันก็เพิ่มขึ้น ถึงแม้จะต้องสั่งของมากขึ้นก็ตาม ผมก็เชื่อว่า จะขายได้” (ID 3)

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเปียร์ช้างของตัวแทนย่อย ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยคณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำหลักการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ที่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเป็นการเปรียบเทียบข้อค้นพบ ของปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษา จากแหล่งและมุมมองที่แตกต่างกัน (สุภากร จันทวานิช, 2547) ซึ่งมี 3 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการพิสูจน์การใช้ความหลากหลายของแหล่งข้อมูลทั้งในเชิง เวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิสูจน์ข้อมูลที่ได้มา มีความถูกต้อง

องค์ประกอบที่ 2 การตรวจสอบสามเส้าด้านนักวิจัย (Investigator triangulation) เพื่อตรวจสอบว่าหากเปลี่ยนนักวิจัยที่ทำหน้าที่สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลยังคงให้ข้อมูลที่เหมือนเดิมหรือ คล้ายคลึงเดิมอยู่

องค์ประกอบที่ 3 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) เป็นการใช้การรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน โดยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก

ทั้งนี้ ผลการวิจัยนี้มีประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้นำมาสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนย่อย (Sub agent) โดยเจ้าของกิจการเป็นเพศชาย มีอายุการประกอบกิจการระหว่าง 20-30 ปี มีปริมาณเงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีนโยบายในการพิจารณาซื้อเปียร์ช้างจาก (1) ปริมาณเงินสดที่อยู่ในบัญชี ซึ่งเป็นเงินทุนเวียนเพื่อมา

ซื้อสินค้าในการเติมสินค้าคงคลัง (2) จำนวนพนักงานปฏิบัติงานขนส่ง ซึ่งพบว่า ตัวแทนจำหน่ายย่อย จำเป็นที่จะต้องจ้างพนักงานที่ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าอย่างน้อย 6 คน เพื่อทำการกระจายสินค้าไปสู่ร้านค้าปลีก นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อพนักงานปฏิบัติงานขนส่งมีจำนวนไม่เพียงพอ เจ้าของกิจการจะต้องสามารถปฏิบัติงานแทนพนักงานปฏิบัติการขนส่งได้ เนื่องจากทางตัวแทนย่อยไม่สามารถปฏิเสธการส่งสินค้าได้ เพราะจะทำให้ความเชื่อมั่นในการสั่งซื้อสินค้าลดลง (3) พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า เป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากโกดังเก็บสินค้าเป็นสถานที่ใช้ในการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้แก่ร้านค้าปลีก ดังนั้น ตัวแทนย่อยต้องมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้เหมาะสม มีพื้นที่จัดเก็บสินค้าขนาดใหญ่พอสมควร เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การขนส่งสินค้า รวมถึงต้องคอยระวังเรื่องสัตว์รบกวนด้วย ซึ่งคณะผู้วิจัยจะขออภิปรายในประเด็นเหล่านี้ ดังนี้ ตัวแทนย่อย (Sub agent) มีนโยบายในการพิจารณาซื้อเปียร์ข้างจาก (1) เงินทุนของร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจริยา พุสสวัสดิ์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเปียร์มาจำหน่ายของร้านค้าปลีกในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยพบว่า เงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าถือเป็นปัจจัยสำคัญของร้านค้าปลีก เพราะระดับเงินลงทุนหมุนเวียนของร้านค้าที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อเปียร์มาจำหน่ายที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะร้านค้าปลีกจะมีการจัดการร้านในรูปแบบใด ร้านค้าปลีกก็จะซื้อสินค้าตามระดับเงินลงทุนหมุนเวียนของตนเองเป็นหลัก จึงเป็นผลทำให้การตัดสินใจซื้อของร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกัน (2) จำนวนพนักงานของร้านค้า พบว่า ตัวแทนจำหน่ายย่อยจำเป็นต้องจ้างพนักงานที่ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าอย่างน้อย 6 คน แบ่งเป็น 2 ชุด ชุดละ 3 คน เพื่อกระจายสินค้าไปสู่ร้านค้าปลีก นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อพนักงานปฏิบัติงานขนส่งมีจำนวนไม่เพียงพอ เจ้าของกิจการจะต้องสามารถปฏิบัติงานแทนพนักงานปฏิบัติการขนส่งได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชัย เกตุศรีทอง (2553) ที่ได้ศึกษา การปรับปรุงมาตรฐานจำนวนพนักงานต่อสายการผลิต พบว่า การที่พนักงานทำงานในหน้าที่เดิมซ้ำ ๆ ย่อมทำให้เกิดความชำนาญในหน้าที่ดังกล่าว ทำให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญ และทำงานได้ดี ทำให้หน่วยงานสามารถลดจำนวนของพนักงานในการทำหน้าที่ดังกล่าวได้มากขึ้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า จำนวนลูกจ้างของกิจการต้องมีปริมาณที่เหมาะสมกับหน้าที่ อย่างไรก็ตาม พนักงานที่มีความชำนาญจะสามารถทำงานได้มากขึ้น ซึ่งในกรณีของตัวแทนย่อยมีลูกจ้างจำนวนน้อย แต่เจ้าของกิจการสามารถทำงานแทนลูกน้องได้โดยอาศัยประสบการณ์ที่ยาวนานในการทำงาน และ (3) พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า ตัวแทนย่อย (Sub agent) จำเป็นต้องมีพื้นที่ในการจัดเก็บที่มีขนาดใหญ่ เพียงพอต่อการส่งให้กับร้านค้าปลีกจำนวนมาก นอกจากนี้โกดังเก็บสินค้ายังเป็นสถานที่ใช้ในการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้แก่ร้านค้าปลีก ดังนั้น โกดังต้องมีคุณลักษณะที่เหมาะสม เช่น โกดังมีพื้นที่ขนาดใหญ่ สามารถสต็อกสินค้าได้ในปริมาณที่มากพอสมควร และมีทางเข้าออกขนาดใหญ่เพื่อให้ง่ายต่อการขนส่งสินค้า ซึ่งใกล้เคียงกับความคิดของคทาวุธ หลินหะตระกูล (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ระบบคัมบัง

(Kamban System) ด้วยการเติมเต็มเพื่อการวางแผนและจัดการพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าในโรงงาน ที่พบว่า การบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพย่อมทำให้เกิดความยืดหยุ่น (Flexibility) โดยจะเก็บสินค้าคงคลังในโกดังในปริมาณที่ต้องการเท่านั้น วิธีนี้เป็นไปเพื่อป้องกันไม่ให้อินสต็อกมากเกินไปในโกดัง (Over Supply) ซึ่งเป็นความสูญเสียเปล่าในการลงทุนสต็อกสินค้าไว้ อาจกล่าวได้ว่า ตัวแทนย่อยมีระบบการบริหารจัดการพื้นที่เก็บสินค้าหรือโกดังที่ยืดหยุ่น กล่าวคือ ตัวแทนย่อยมีความระมัดระวังเรื่องโกดังสินค้าเต็ม ซื้อมาเยอะเกิน ขายไม่ได้ และต้องมีขนาดพื้นที่เก็บสินค้าที่เป็นระบบระเบียบ เพื่อลดความเสี่ยงที่จะทำให้อินสต็อกเสียหาย

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของตัวแทนย่อยเพื่อจำหน่ายแก่ร้านค้าปลีก ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เบียร์ช้างเป็นแบรนด์ที่ง่ายต่อการจดจำ และมีดีกรีที่ไม่สูงมากทำให้ง่ายต่อการดื่ม (2) ด้านราคา พบว่า เบียร์ช้างมีราคาที่ต่ำกว่าสินค้าคู่แข่งเมื่อเทียบในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ตัวแทนย่อยมีความมั่นใจในระบบการกระจายสินค้า กล่าวคือ มีความมั่นใจว่าสินค้าจะมาถึงตัวแทนจำหน่ายได้อย่างรวดเร็ว และสินค้าอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ และ (4) ด้านส่งเสริมการขาย พบว่า ตัวแทนมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายของบริษัทใหญ่ เช่น สร้อยคอทองคำ รถมอเตอร์ไซด์ ตู้แช่ รถกระบะ กระเป๋าเดินทาง ฯลฯ ตลอดจนพึงพอใจในส่วนลดหรือของแถมที่มาจากการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมาก กล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของตัวแทนย่อยเพื่อจำหน่ายแก่ร้านค้าปลีกซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพร วัฒนมี, สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน และทรงพร หาญสันติ (2558) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบียร์สิงห์ขวดแก้ว ขนาด 500 มิลลิลิตร ที่วางจำหน่ายแบบเดิม ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกัน กล่าวคือ ปัจจัยส่วนผสมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบียร์สิงห์ขวดแก้ว ขนาด 500 มิลลิลิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของร้านค้าปลีกในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของร้านค้าปลีกในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด กล่าวได้ว่างานวิจัยเชิงปริมาณ (ศิริพร วัฒนมี, สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน และทรงพร หาญสันติ, 2558) ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อนำมาจำหน่ายเช่นเดียวกันกับงานวิจัยเชิงคุณภาพชิ้นนี้ของคณะผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำให้มองเห็นปัจจัยสำคัญของการบริหารงานของตัวแทนย่อย ในเขตอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างเพื่อนำมาจำหน่ายให้แก่

ร้านค้าปลีก ซึ่งพบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างของตัวแทนย่อย มีปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) เงินลงทุนของร้านค้าปลีก 2) จำนวนพนักงานปฏิบัติงานขนส่ง 3) พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ยังไม่มีการนำมาศึกษาในลักษณะโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุ (A Causal Model of Factors) ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 7 ปัจจัยในเชิงปริมาณ ที่จะทำให้ออกคำตอบการวิจัยเพิ่มเติมได้ว่า ปัจจัยพื้นฐานทั้ง 3 ปัจจัย และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านนี้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของตัวแทนย่อยในระดับใด นอกจากนี้ โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุยังสามารถตอบข้อคำถามการวิจัยในประเด็นว่า หากนำข้อสรุปจากงานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ไปสร้างเป็นกรอบความคิดในงานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อสร้างโมเดลสมมติฐาน โมเดลสมมติฐานนี้จะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical data) ที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนย่อยในอำเภออื่นๆ หรือจังหวัดอื่นๆ ได้หรือไม่ อย่างไร ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจนำมาศึกษาในครั้งต่อไป เพื่อให้การศึกษาในประเด็นนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพสามิต. (2558). ผลงาน สสส.กับข้อมูล “ เหล้า-เบียร์-บุหรี ” รายปีที่อื้อทั้ง “ปริมาณ-ภาษีที่จ่าย” ปี 2550- 2558. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2560 [ออนไลน์]
<https://www.excise.go.th>
- คฑาวุธ หลินหะตระกูล.(2556).การศึกษาศึกษาการใช้ระบบคัมบังด้วยการเติมเต็มเพื่อการวางแผนและจัดการพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าในโรงงาน การค้นคว้าอิสระระดับมหาบัณฑิต สาขาการจัดการขนส่งและโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- คณาพร คำมูล. (2555). การศึกษาการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการร้านค้าปลีก กรณีศึกษา “ร้านคุ่มบุญ” ตำบลอาฮี จังหวัดเลย. การค้นคว้าอิสระระดับบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- จริยา พุสวสดี.(2551).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ช้างมาจำหน่ายของร้านค้าปลีกในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การค้นคว้าอิสระระดับบัณฑิตบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- จักรกฤษณ์ สุขยิ่ง.(2556). สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 27. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2560 [ออนไลน์] <http://www.prthai.com/article/detail.asp?kid=2773>
- ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ. (2542). เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด.(2557). **รู้จักเบียร์ช้าง**. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2560
[ออนไลน์] <https://changbeer.com/brand/?lang=th>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2560). **เบียร์ 1.8 แสนล้านเดือด! "สิงห์-ช้าง" แลกหมัด แย่งมาร์เก็ตแชร์**.
สืบค้นเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2560. [ออนไลน์]
https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1483269512
- ปาริชาติ ศรีชคาม .(2544). **การรับรู้ภาพลักษณ์เบียร์ลิโอเปรียบเทียบกับเบียร์ช้างของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรชัย เกตุศรี. (2553). **การปรับปรุงมาตรฐานจำนวนพนักงานต่อสายการผลิต**. วิทยานิพนธ์
วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2547). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 12).
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร วนามิ, สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน และทรงพร หาญสันติ (2558). **ทัศนคติของผู้บริโภคและปัจจัย
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบียร์สิงห์ขวดแก้ว ขนาด 500 มิลลิลิตร ที่วาง
จำหน่ายแทนแบบเดิม**. เอกสารรวบรวมบทความวิจัยประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี
2558, 9 มิถุนายน 2558 ณ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .(2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลก
ธุรกิจ.
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.(2556). **สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศ
ไทย**. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรากระทรวงสาธารณสุข.
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.(2557). **สถานภาพการบริโภคสุรา พ.ศ. 2556**. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
กระทรวง สาธารณสุข.
- Kondo Kirin. Beer and health: preventive effects of beer components on lifestyle-
related diseases. **Bio factors**. 2004; 22(4): 303-310.
- Sara Arranz, Gemma Chiva-Blanch, Palmira Valderas-Martínez , Alex Medina-Remón,
Rosa M. Lamuela-Raventós, and Ramón Estruch. Wine, Beer, Alcohol and
Polyphenols on Cardiovascular Disease and Cancer. **Nutrients**. 2012; 4(7):
759–781.

ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด

ภาคตะวันตกของประเทศไทย

Factors affecting the resignation trend of department store employees in the 3 western provinces, Thailand.

มัลลิกา นามเดช(Manlika Namdech)¹ สุเมธ จูदारาทระกูล(Sumeth Tuvadaratragool)²

คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

¹Corresponding author. E-mail: jusmini@hotmail.com

²Corresponding author. E-mail: sumeth.tuvadaratragool@stamford.edu

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานที่ยังคงทำงานอยู่จำนวน 193 คน และพนักงานที่เคยทำงานห้างสรรพสินค้าโดยลาออกไปแล้วจำนวน 207 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ การวิเคราะห์ถดถอยแบบโลจิสติก (Logistic Regression) ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยจุดใจมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยอนามัย และ ปัจจัยความผูกพัน ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย อย่างมีนัยยะสำคัญที่ 0.05 มีทั้งหมด 6 ตัวแปรจากการคำนวณสถิติถดถอยโลจิสติกวิธี แบบถดถอยหลังหรือคัดเลือกรากที่ละขั้นตอน (Backward Selection) ได้แก่ ด้านความสำเร็จ ด้านลักษณะงาน ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านการยอมรับ ด้านความผูกพันทางสังคม และ ด้านความก้าวหน้า

คำสำคัญ: การลาออก, พนักงานห้างสรรพสินค้า, ปัจจัยจุดใจ, ปัจจัยอนามัย และ ปัจจัยความผูกพัน

Abstract

This research aimed 1) to study factors relative to the resignation trend of service department store employees in the 3 western provinces, Thailand, and 2) to study factors affecting the resignation trend of service department store employees in the 3 western provinces, Thailand. A total 400 sample set comprises of 193 employees who is working for service department store in the 3 western provinces and 207 ex-employees who have resigned. Questionnaires are used as a data collection tool. Statistics used in this research include frequency, percentage, mean, standard deviation, and logistic regression.

The research results are as follows:

1. In overall, factors relative to the resignation trend of service department store employees in the 3 western provinces, Thailand, is in high level. Motivates factors come first, followed by hygiene factors, and commitment factors, respectively.

2. Factors affecting the resignation trend of service department store employees in the 3 western provinces, Thailand with 0.05 statistically significant level, include achievement, work itself, interpersonal relation, recognition, normative commitment, and advancement.

Keywords: Resignation, department store employees, motivates factors, hygiene factors, and commitment factors

บทนำ

ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้น ถึงแม้องค์กรต่างๆ จะมีการบริหารได้ดีเพียงไรก็ตามหลาย ๆ องค์กรมักจะพบปัญหาในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญประการหนึ่งคือการลาออกของพนักงาน นอกจากจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ การบริหารขององค์กรแล้วยังส่งผลให้องค์กรมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทั้งจากการสรรหาและคัดเลือก บุคลากรใหม่ รวมถึงการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาความสามารถให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และค่าเสียหายที่เกิดขึ้นเมื่อเกิดความผิดพลาดในการทำงานซึ่งมีสาเหตุจากการขาดบุคลากรที่มีความชำนาญหากองค์กรสามารถค้นหาสาเหตุของปัญหาการลาออกได้อย่างมีประสิทธิภาพก็สามารถที่จะแก้ปัญหาได้ตรงจุด โดยความสูญเสียหรือผลกระทบที่เกิดจากการลาออกนี้ สามารถช่วยให้องค์กรลดค่าใช้จ่ายและสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างองค์กรกับพนักงาน อันจะส่งผลดีให้เกิดการบรรลุเป้าหมายขององค์กร

อัตราการลาออกของพนักงาน ส่งผลกระทบต่อองค์กรและเกิดภาวะที่ต้องสรรหาคูลากรใหม่มาบรรจุแทนในตำแหน่งที่ว่าง ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า พนักงานห้างสรรพสินค้ามีแนวโน้มในการลาออกจากงานค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นว่าการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกจากงานของพนักงาน ของห้างสรรพสินค้านั้น ย่อมมีประโยชน์ต่อองค์กร ผลการศึกษาจะทำให้องค์กรสามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงสภาพการทำงานและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของทางห้างสรรพสินค้า เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์หลัก และนำมาซึ่งการปรับลดจำนวนการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าได้ดีขึ้น ทั้งนี้ได้นำทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) ทฤษฎีปัจจัยความผูกพันของ Allen and Meyer (1990) และ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Abraham Maslow (1960) มาสร้างกรอบงานวิจัย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการทำให้องค์กรทราบถึงสาเหตุ หลักในการตัดสินใจลาออกของพนักงาน เพื่อที่องค์กรจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการลดปัญหาการลาออกและเพื่อให้องค์กรบริหารงานด้านบุคลากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนลดการสูญเสีย หรือผลกระทบต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการสรรหาคูลากรใหม่

โดยงานวิจัยได้นำทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริเบิร์ก (1959) และทฤษฎีปัจจัยความผูกพันของ Allen and Meyer (1990) มาสร้างกรอบตัวแปรส่งผ่าน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือพนักงานห้างสรรพสินค้า 3 จังหวัดในภาคตะวันตกของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดราชบุรี ไม่ทราบจำนวนประชากร เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร ไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่า ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549, หน้า 74) จำนวนตัวอย่างที่

ใช้ในงานวิจัยนี้ เท่ากับ 400 คน โดยแบ่งเป็นพนักงานที่ยังคงทำงานอยู่จำนวน 193 คน และพนักงาน
ที่เคยทำงานห้างสรรพสินค้าโดยลาออกไปแล้วจำนวน 207 คน

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

งานวิจัยได้นำทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) และทฤษฎีปัจจัยความผูกพันของ
Allen and Meyer (1990) มาสร้างกรอบตัวแปรส่งผ่าน โดยมีรายละเอียดตัวแปรดังนี้

ตัวแปรต้น ได้แก่

- ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และ
ระยะเวลาการทำงาน

ตัวแปรส่งผ่าน ได้แก่

- ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของ
ประเทศไทย ประกอบด้วย

- ปัจจัยการจูงใจ ได้แก่ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ ความสำเร็จ การยอมรับ
ความท้าทาย และความก้าวหน้าในงาน

- ปัจจัยอนามัย ได้แก่ นโยบายองค์กร การบังคับบัญชา หัวหน้างาน สภาพแวดล้อม
ค่าจ้าง สวัสดิการ และเพื่อนร่วมงาน

- ปัจจัยความผูกพัน ได้แก่ ด้านความต่อเนื่อง ด้านความรู้สึก และ ด้านบรรทัดฐาน
ทางสังคม

ตัวแปรตาม ได้แก่

- แนวโน้มการลาออกของพนักงานพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของ
ประเทศไทย ซึ่งมีค่า 2 ค่า คือ 1 หมายถึงแนวโน้มในการลาออก และ 0 หมายถึงแนวโน้มในการไม่
ลาออก

สมมุติฐานการวิจัย

ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ ความสำเร็จ การยอมรับ ความท้าทาย ความก้าวหน้าในงาน
นโยบายองค์กร การบังคับบัญชา หัวหน้างาน สภาพแวดล้อม ค่าจ้าง สวัสดิการ เพื่อนร่วมงาน ความ
ต่อเนื่อง ความรู้สึก และบรรทัดฐานทางสังคม มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงาน
ห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีที่มาจาก การศึกษาแนวคิดทฤษฎีและ
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาในแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และ ระยะเวลาการทำงาน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีผลต่อการลาออกของพนักงาน ของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย เป็นแบบสอบถามแบบ มาตราประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ และได้สร้างขึ้นมาให้คะแนนตามหลักของลิเคิร์ตสเกล (Likert, Rensis., 1967)

ดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อสร้างเครื่องมือวิจัย

- 1 ศึกษาเอกสาร โดยการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- 2 การกำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย
- 3 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความ ครบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของการใช้สำนวนภาษาและข้อเสนอแนะพร้อมทั้งการปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องตามคำแนะนำ

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างแรกคือ ผู้ที่ยังทำงานอยู่ จากนั้นใช้วิธีการสอบถามจากผู้ที่ทำงานอยู่ถึงผู้ที่ออกไปแล้ว และฝากแบบสอบถามเพื่อกลุ่มตัวอย่างที่ 2 คือผู้ที่ออกไปแล้วได้ทำแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง คัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ นับจำนวน และทำการจัดเก็บเพิ่มเติมให้ครบตามจำนวน
3. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาบันทึกลงรหัสและตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จาก แบบสอบถาม พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) และ ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม จะแบ่งเป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

- 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย จะใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายข้อมูล

2 การวิเคราะห์ปัจจัยการจูงใจ ต่อการลาออกของพนักงานใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย จะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3 การวิเคราะห์ปัจจัยอนามัย ต่อการลาออกของพนักงานใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย จะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4 การวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพัน ต่อการลาออกของพนักงานใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย จะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย จะใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) (กัลยา,2551) ซึ่งใช้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างปัจจัยจูงใจ ปัจจัยอนามัย และปัจจัยความผูกพัน ที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย (X_i) และแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย (Y) โดยที่แนวโน้มการตัดสินใจลาออก ดังกล่าว มีค่าได้เพียง 2 ค่า (Dichotomous Variable) คือ 1 (แนวโน้มการตัดสินใจลาออก) และ 0 (แนวโน้มการตัดสินใจไม่ลาออก)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. พนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 18-22 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีระยะเวลาการทำงานน้อยกว่า 1 ปี

2. ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยจูงใจ มาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยอนามัย และ ปัจจัยความผูกพัน ตามลำดับ

ปัจจัยจูงใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความรับผิดชอบ มาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านลักษณะงาน ด้านความสำเร็จ ด้านการยอมรับ ด้านความท้าทาย และ ด้านความก้าวหน้าในงาน ตามลำดับ

ปัจจัยอนามัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านค่าจ้าง มาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านหัวหน้างาน ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านสวัสดิการ ด้านนโยบายองค์กร ด้านสภาพแวดล้อม และ ด้านการบังคับบัญชา ตามลำดับ

ปัจจัยความผูกพัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความผูกพันทางสังคม มาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านความผูกพันทางความรู้สึก และ ด้านความผูกพันต่อเนื่อง ตามลำดับ

ผลการศึกษาเชิงอนุมาน

ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านความผูกพันทางสังคม ด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านการยอมรับ และด้านความสำเร็จ มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำนวณสถิติการวิเคราะห์แบบถดถอยโลจิสติก แบบเชิงกลุ่มในลักษณะตัวแปรทวิที่มีค่าเพียง 2 ค่า (Binary Logistic Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยแบบถดถอยหลังหรือคัดเลือกรากที่ไล่ชั้นตอน (Backward Selection)

ตารางที่ 1 แสดงรูปแบบทั้งหมดของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก แบบถดถอยหลังหรือคัดเลือกรากที่ไล่ชั้นตอน (Backward Selection)

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 9 ^a	ลักษณะงาน	-.513	.186	7.656	1	.006	.598
	ความรับผิดชอบ	-.245	.147	2.780	1	.095	.783
	ความสำเร็จ	-.541	.146	13.778	1	.000	.582
	การยอมรับ	.338	.151	5.020	1	.025	1.402
	ความก้าวหน้าในงาน	-.268	.135	3.942	1	.047	.765
	นโยบายองค์กร	-.249	.136	3.337	1	.068	.780
	เพื่อนร่วมงาน	-.339	.123	7.579	1	.006	.712
	ผูกพันทางสังคม	-.320	.117	7.427	1	.006	.726
	Constant	7.943	1.228	41.852	1	.000	2816.981

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์แบบถดถอยโลจิสติก แบบเชิงกลุ่มในลักษณะตัวแปรทวิที่มีค่าเพียง 2 ค่า (Binary Logistic Regression Analysis)

ผู้วิจัยได้เลือกผลของแบบถดถอยหลังหรือคัดเลือกออกทีละขั้นตอน (Backward Selection) เนื่องจากผลการวิเคราะห์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย การนำเอาตัวแปรทั้งหมดเข้าในสมการถดถอย แบบไบนารีโลจิสติก (Binary Logistic Regression) คำนวณแบบ Backward ในการคำนวณสถิติจะทำการคัดเลือกตัวแปรออกทีละขั้นทีละตอน เป็นจำนวน 9 ขั้น และจบลงที่ขั้นที่ 9 ซึ่งเป็นขั้นที่ดีที่สุดที่มีการคัดเลือกตัวแปรออก อธิบายได้ว่า ด้านลักษณะงาน ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านความผูกพันทางสังคม ด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านการยอมรับ และด้านความสำเร็จ มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (sig.) 0.05

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

- (1) ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยจิตใจ ส่วนอันดับสุดท้าย ได้แก่ ปัจจัยความผูกพัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยจิตใจซึ่งมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความรับผิดชอบมาเป็นลำดับแรก ส่วนความก้าวหน้าในงานมาเป็นอันดับสุดท้าย ปัจจัยอนามัยซึ่งมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีเรื่องค่าจ้างมาเป็นลำดับแรก ส่วนการบังคับบัญชามาเป็นอันดับสุดท้าย และปัจจัยความผูกพันซึ่งมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความผูกพันทางสังคมมาเป็นลำดับแรก ส่วนความผูกพันต่อเนื่องมาเป็นอันดับสุดท้าย
- (2) ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านความผูกพันทางสังคม ด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านการยอมรับ และด้านความสำเร็จ มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ปัจจัย (ปัจจัยจิตใจ ปัจจัยอนามัย และปัจจัยความผูกพัน) ที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจอมตา เวียงธรรม (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกนาฬิกาในระดับสูง พบว่า ปัจจัยจิตใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ

อุษณีย์ จันทร์อำรุง (2550) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงาน ความฉลาดทางอารมณ์ และการสนับสนุนทางสังคม ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่า แรงจูงใจ โดยรวมอยู่ในระดับสูง มีความสอดคล้องกันคือ เมื่อพนักงานมีความคิดว่าปัจจัยต่างๆ ตอบสนองต่อความต้องการของการทำงานจะทำให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัดภาค ตะวันตกของประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัลโซค อภิสิทธิ์อมร (2554) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจูงใจภายใน และปัจจัยด้านการบริหารที่มีผลต่อการ ตัดสินใจลาออกของพนักงานบริษัทหาปิ่นา จำกัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยจูงใจ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก และ ณัฐชนันท์พร ทิพย์รักษา (2556) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงาน ความบ้ำงาน และ ความสุขในการทำงาน พบว่า แรงจูงใจมีผลต่อการทำงาน อยู่ในระดับมาก มีความสอดคล้องกันคือ หากแรงจูงใจเป็นไปในทางที่ดี ก็จะทำให้พนักงานห้างสรรพสินค้าคงอยู่กับองค์กรต่อไป

ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาค ตะวันตก ด้านลักษณะงาน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนธยา บุญเรือง (2551) ศึกษาถึงสาเหตุที่พนักงานจ้างลาออกหรือมีความตั้งใจลาออกจากงานก่อนสิ้นสุดสัญญาจ้างของ พนักงานจ้างในเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ลักษณะงาน อยู่ในระดับมาก คือ ใน ด้านของลักษณะงานที่ปฏิบัติสอดคล้องกับความต้องการของผู้ปฏิบัติ

ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาค ตะวันตก ด้านความรับผิดชอบ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตนา ระบอบ (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานบริษัท อิงก๋วยเฮงสกลนคร จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ เมื่อพนักงานได้รับมอบหมายตามความ รับผิดชอบในจำนวนที่เหมาะสมก็จะทำให้ปฏิบัติงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาค ตะวันตก ด้านความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ มยุรี สุคนธ์ทรัพย์ (2553) ได้ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบริษัทเช่าที่อีสต์ เอเชียนแพคเกจจิ้งแอนด์แคนนิง จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก คือ เมื่อพนักงานปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ก็ จะสามารถดำเนินงานต่อไปได้

ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาค ตะวันตก ด้านการยอมรับ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มยุรี สุคนธ์ทรัพย์ (2553) ได้ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบริษัทเช่าที่อีสต์ เอเชียนแพคเกจจิ้งแอนด์แคนนิง จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ เมื่อพนักงานได้รับคำชมเชย และการ ปฏิบัติจากผู้อื่นเป็นไปในแนวทางที่ดี จะทำให้มีกำลังใจในการปฏิบัติงานต่อไป

ปัจจัยจิตใจที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก ด้านความท้าทาย อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลออิจิต อิงเจริญสมุทร (2545) ศึกษาเรื่องการลาออกของพนักงานในธุรกิจโรงแรมศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานโรงแรม อมารี เอเทรียม กรุงเทพฯ พบว่า ความท้าทายในงาน อยู่ในระดับมาก พบว่า เมื่อเกิดความท้าทายในงานแล้วพนักงานสามารถปฏิบัติจนลุล่วงไปได้ ก็จะทำให้พนักงานได้มีการพัฒนาตนเอง และคิดว่าจะทำเช่นใดเพื่อองค์กรในอนาคต

ปัจจัยจิตใจที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก ด้านความก้าวหน้าในงาน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มยุรี สุคนธ์ทรัพย์ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบริษัทเช่าที่อีสต์ เอเชียนแพคเกจจิ้งแอนด์แคนนิ่ง จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงาน อยู่ในระดับมาก, กันตนา ระบอบ (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานบริษัท อิงกู่เฮงสกลนคร จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านการได้รับความก้าวหน้า อยู่ในระดับมาก และ วรณวิสา ดำรงสกุลวงษ์ (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกหนัง กรณีศึกษาบริษัท อินเตอร์ไฮค์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ด้านโอกาสและความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก คือ พนักงานได้มีการใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานจนได้เลื่อนตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้น

ปัจจัยอนามัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สนธยา บุญเรือง (2551) ศึกษาถึงสาเหตุที่พนักงานจ้างลาออกหรือมีความตั้งใจลาออกจากงานก่อนสิ้นสุดสัญญาจ้างของพนักงานจ้างในเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยอนามัย อยู่ในระดับมาก และ สุภารัตน์ น้ำใจดี (2548) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตและปัญหาในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการลาออก ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พบว่าปัจจัยอนามัยอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกันคือ เมื่อองค์กรมีบรรยากาศในการทำงานที่ดีก็จะส่งผลให้พนักงานไม่คิดที่จะลาออกจากองค์กร

ปัจจัยอนามัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก ด้านการบังคับบัญชา อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ระพี ศรีนิเวศน์ (2555) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิตเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิต และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะงานกับการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัท แคนาดอล เอเชีย จำกัด พบว่า ด้านการปกครองบังคับบัญชา อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือเมื่อมีการปกครองที่เท่าเทียมกันพนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น

ปัจจัยอนามัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก ด้านหัวหน้างาน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภรีณี อำภรณ์ (2555) ได้ศึกษาสร้างโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการลาออกจากงานของครูโรงเรียนเอกชน พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ที่มีอิทธิพลทางตรงจากการลาออกจากงานของครูโรงเรียนเอกชน ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ เมื่อหัวหน้างานมีการดูแลเอาใจใส่พนักงาน และร่วมแก้ปัญหาไปพร้อมกันก็จะทำให้การทำงานราบรื่น เป็นไปในทางที่ดี

ปัจจัยอนามัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก ด้านสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา ปัญญาไชย (2556) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจลาออกของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี พบว่าด้านสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศการทำงาน อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ สถานที่ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย สะอาด บรรยากาศดี ก็จะส่งผลให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุข

ปัจจัยอนามัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก ด้านค่าจ้าง อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณธิช ส. ขาวสำอางค์ (2551) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการลาออกของนักบินลำเลียงกองทัพอากาศในการออกไปประกอบอาชีพเป็นนักบินพาณิชย์ พบว่า ด้านรายได้และสวัสดิการ อยู่ในระดับมาก มีความสอดคล้องกันคือ เมื่อค่าจ้างเหมาะสมกับตำแหน่งงานและงานที่ได้รับมอบหมาย ก็จะสามารถคงอยู่กับองค์กรได้ยาวนาน

ปัจจัยอนามัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก ด้านสวัสดิการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณธิช ส. ขาวสำอางค์ (2551) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการลาออกของนักบินลำเลียงกองทัพอากาศในการออกไปประกอบอาชีพเป็นนักบินพาณิชย์ พบว่า ด้านรายได้และสวัสดิการ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ เมื่อพนักงานได้รับสวัสดิการอย่างเหมาะสม ก็จะทำให้พนักงานมีความมุ่งมั่นที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป

ปัจจัยอนามัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตก ด้านเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา อัจฉริยอุตสาห์ (2554) ศึกษาถึงสาเหตุของการลาออกจากงานของพนักงานธนาคารตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง พบว่า ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับมาก และ ศักดิ์ระพี ศรีนิเวศน์ (2555) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิตเปรียบเทียบกับลักษณะส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิต และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะงานกับการลาออกของพนักงาน

ฝ่ายผลิตบริษัท แคนาดอล เอเชีย จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ เพื่อนร่วมงานมีความสามัคคีช่วยเหลือกัน ก็จะสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

ปัจจัยความผูกพันที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัดภาคตะวันตก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบันเทิง ตัลยารักษ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานแผนกแม่บ้านของ โรงแรมที่บริหารโดยกลุ่ม แอคคอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพัน อยู่ในระดับมาก และ อรรวรรณ ผดุงรัชดาภิจ (2550) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ระดับความผูกพันองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ เมื่อพนักงานมีความผูกพันกับองค์กร ก็จะสามารถคงอยู่กับองค์กรได้

ปัจจัยความผูกพันที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัดภาคตะวันตก ด้านความผูกพันต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดเคส ตั้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน พบว่า ปัจจัยความผูกพันต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ เมื่อทำงานเป็นระยะเวลานานพนักงานจะมีความสุขสบายใจ และไม่คิดที่จะลาออก

ปัจจัยความผูกพันที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัดภาคตะวันตก ด้านความผูกพันทางความรู้สึก อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ บัวเป็ง (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไตกิน ดินดีสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) พบว่า โดยภาพรวมความผูกพันด้านความรู้สึก อยู่ในระดับมาก จอมตา เวียงธรรม (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกนาฬิการะดับสูง พบว่า ด้านความผูกพันต่อความรู้สึก อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกันคือ พนักงานมีความภาคภูมิใจที่ได้ร่วมปฏิบัติงานกับองค์กร ก็จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยความผูกพันที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัดภาคตะวันตก ด้านความผูกพันทางสังคม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรารักษ์ ลีเลิศพันธ์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดเคสตั้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน พบว่า ด้านความผูกพันทางสังคม อยู่ในระดับสูง สอดคล้องกันคือ พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรจะยินยอมให้ความร่วมมือกับองค์กรในด้านต่างๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มต่อการลาออกของพนักงานห้างสรรพสินค้าใน 3 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ได้แก่ ด้านลักษณะงาน ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านความผูกพันทางสังคม ด้านความก้าวหน้า ด้านการยอมรับ และด้านความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวลักษณ์ ม่วงมี (2551) ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รัฐกรมสรรพากร, บันเทิง ตัลยารักษ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของ

พนักงานแผนกแม่บ้านของ โรงแรมที่บริหารโดยกลุ่มแอคคอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ กัลยา ปัญญาไชย (2556) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจลาออกของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริหาร ทรัพยากรบุคคลพนักงานห้างสรรพสินค้า ใน 3 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย ที่มีต่อองค์กร ได้ดังนี้

ด้านลักษณะงาน ควรมีการอธิบายหน้างานให้พนักงานห้างสรรพสินค้ามีความเข้าใจในงาน เป็นอย่างดี ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานที่ทำอยู่ ให้พนักงานได้มีความรู้สีกว่างานได้ใช้ความรู้ ความสามารถของตัวเองในการทำงาน ปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายควรมีความเหมาะสม

ด้านความสำเร็จ ควรมีการให้พนักงานห้างสรรพสินค้ามีส่วนร่วมในการสร้างเป้าหมาย ความสำเร็จ ทำให้พนักงานได้มีอำนาจในการตัดสินใจเมื่องานมีปัญหา ให้พนักงานห้างสรรพสินค้า ได้รับความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน ควรมีการนำเสนอสิ่งที่ดีให้ในระหว่างปฏิบัติงานเมื่อพนักงานคน นั้นๆปฏิบัติงานได้ดี

ด้านการยอมรับ ควรมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มียอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงานรุ่นพี่รุ่น น้อง ยอมรับในผลการทำงาน ควรมีการยอมรับจากหัวหน้างานเมื่อปฏิบัติงานได้ดีควรได้รับคำชม เพื่อสร้างความเป็นมืออาชีพในการทำงานและปฏิบัติงานได้ดีต่อไปในอนาคต

ด้านความก้าวหน้า ควรมีการสร้างความรู้สึกรู้ว่าประสบความสำเร็จจากทำงานให้กับพนักงาน ห้างสรรพสินค้า ให้ได้รับความพึงพอใจกับการได้รับการเลื่อนตำแหน่งหลังจากการทำงาน พนักงานได้ ใช้ความรู้เพื่อพัฒนางานให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ ให้รู้สึว่าการปฏิบัติงานที่มีความก้าวหน้ามากกว่าที่อื่น

ด้านเพื่อนร่วมงาน ผู้บริหารและเพื่อนร่วมงานควรปฏิบัติงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี เพื่อน ร่วมงานสามารถช่วยเหลือกันได้เมื่อยามได้รับปัญหา สามารถปรึกษาเพื่อนร่วมงานได้เสมอเมื่อ ประสบปัญหาในการทำงาน มีการยอมรับในความสามารถซึ่งกันและกัน

ด้านความผูกพันทางสังคม ผู้บริหารควรมีการสร้าง ความผูกพันต่อหน้าที่ให้กับพนักงาน ห้างสรรพสินค้าโดยให้มีความรู้สึกรู้ว่าไม่คิดจะลาออกถึงแม้ว่ามีที่อื่นให้ข้อเสนอที่ดีกว่า ไม่คิดจะลาออก เพราะมีความผูกพันกับเพื่อนร่วมงานที่นี่ และจงรักภักดีกับห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ มีความยินดีที่จะทำ ให้ห้างสรรพสินค้ามีความก้าวหน้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการพัฒนารูปแบบการบริหารทรัพยากรบุคคลของห้างสรรพสินค้า
2. ควรศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการธำรงรักษา พนักงานให้เพิ่มขึ้น รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการติดตามข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อจะได้ข้อเท็จจริงที่มีน้ำหนักเพิ่มขึ้น ในเรื่องของการธำรงรักษาพนักงาน

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับการสนับสนุนและความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.สุเมธ ชูดาราทระกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัยในทุกขั้นตอน ตลอดจนการเขียนบทความวิจัยเพื่อนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณคุณอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสดมฟอร์ดทุกท่านที่ได้สอนให้มีความรู้ทางวิชาการบริหารธุรกิจ ซึ่งเป็นแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามที่ให้ความร่วมมือในการแสดงความคิดเห็นของท่าน ทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนสมบูรณ์ จนทำให้เกิดวิทยานิพนธ์ที่มีคุณค่าเล่มนี้ขึ้น

ขอกราบขอบคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้ให้โอกาสทางการศึกษาและคอยเป็นกำลังใจตลอดการศึกษาและการทำวิทยานิพนธ์

และขอขอบคุณเพื่อนๆ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสดมฟอร์ด ที่คอยเป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษา และให้ความช่วยเหลือที่ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอมอบวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นกำลังใจ และแรงบันดาลใจแก่ทุกท่านที่นำไปศึกษา และเป็นเครื่องบูชาพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ญาติพี่น้องครูบาอาจารย์ และตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ด้วยความขอบคุณยิ่ง

เอกสารอ้างอิง

กันตนา ระบอบ. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานบริษัทอึ้งกู่เฮง

สกลนคร จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- กัลยา ปัญญาไชย. (2556). ปัจจัยในการตัดสินใจลาออกของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). การวิเคราะห์สถิติขั้น สูงด้วย SPSS for windows. พิมพ์ครั้งที่ 5.
ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). การวิเคราะห์ข้อมูล หลายตัวแปร. พิมพ์ครั้งที่ 3. ภาควิชาสถิติ คณะ
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- จอมตา เวียงธรรม. (2556) .ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก
นาฬิกากระดับสูง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณิธิ ส. ขาวสำอาง. (2551). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการลาออกของนักบินลำเลียง
กองทัพอากาศในการออกไปประกอบอาชีพเป็นนักบินพาณิชย์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐชนันท์พร ทิพย์รักษา. (2556). แรงจูงใจในการทำงาน ความขี้เกียจ และความสุขในการทำงาน.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บันเทิง ตัลยารักษ์. (2558) . ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานแผนกแม่บ้านของ
โรงแรมที่บริหารโดยกลุ่ม แอคคอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร .วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนานาชาติสแตมฟอร์ด
- บัลโชค อภิสิทธิ์อมร. (2554) . ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจูงใจภายใน และปัจจัยด้านการบริหารที่มีผล
ต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานบริษัทขาปิ่นจำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิตมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปาริชาติ บัวเป็ง. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน บริษัท ได้กิ้นอันต์สทริส
ประเทศไทย (จำกัด). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจ
ระหว่างประเทศคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มยุรี สุนทรทรัพย์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบริษัทเช่าที่อีสต์เอเชียแนคเกจ
จิ้งแอนด์แคนนิ่ง จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เยาวลักษณ์ ม่วงมี. (2551). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐ กรมสรรพากร.
การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
รัตนโกสินทร์.
- ลออจิต อิงเจริญสุนทร (2545), การลาออกของพนักงานในธุรกิจโรงแรม: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงแรม
มารีเอเทรียม กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- วรรณวิสา ดำรงสกุลวงษ์. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานใน
อุตสาหกรรมฟอกหนัง: กรณีศึกษาบริษัท อินเตอร์ไฮค์ จำกัด (มหาชน). หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เนชั่น บรอด
แคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน. Nation University:ม.ป.ท.
- ศักดิ์ระพี ศรีนิเวศน์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิต, เปรียบเทียบลักษณะ
ส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิตและความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะงาน
กับการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท แคนาดอล เอเชีย จำกัด. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภริณี อารมณ์. (2555). สร้างโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการลาออกจากงานของครูโรงเรียน
เอกชน. วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สนธยา บุญเรือง. (2551). สาเหตุที่พนักงานจ้างลาออกหรือมีความตั้งใจลาออกจากงานก่อนสิ้นสุด
สัญญาจ้างของพนักงานจ้างในเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุภารัตน์ นาใจดี. (2548). คุณภาพชีวิตและปัญหาในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการ
ทำงานและแนวโน้มพฤติกรรมผลการลาออกของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. วิทยานิพนธ์
กศ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่าย
เอกสาร.
- อรรพรรณ ผดุงรัชดาภิจ. (2550). คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษา
ข้าราชการสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. วิทยานิพนธ์
การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
บูรพา.
- อัจฉรา อัจฉริยอุตสาห. (2554). สาเหตุของการลาออกจากงานของพนักงานธนาคารตลอดจน
ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อการ
ลาออกของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- อุษณีย์ จันทรอำรุง. (2550). อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงาน ความฉลาดทางอารมณ์ และการ
สนับสนุนทางสังคมที่มีต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง.
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา จิตวิทยาอุตสาหกรรม,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- Allen, N.J., & Meyer, J.P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Herzberg, F.B.S. (1959). *The Motivation to Work* (2nd ed.). New York: Johns Wiley & Sohns.
- Likert, Rensis. (1967). "The Method of Constructing and Attitude Scale". In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Maslow, A. H. (1960). A Theory of Human Motivation. In *Human Relations in Management*. (pp. 122-144). I. L. Heckmann Jr. and S. G. Huneryager. eds. Cincinnati: South-Western.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง

Factors Affecting the Survival of Commercial Fishery Owner in Ranong

พัทธมน ใบศิริ(Pattamon Baisiri)^{1*} ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์(Sri-on Somboonsup)²

พัฒน์ พัฒนรังสรรค์(Pat Pattanarangsun)³

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

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

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง อันประกอบด้วย ปัจจัยลักษณะสถานประกอบการ พฤติกรรมการดำเนินธุรกิจประมงพาณิชย์ และปัจจัยสภาพพื้นที่ภายนอก ซึ่งใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 100 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ถึง มีนาคม 2561 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองโลจิสต์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินการ เงินลงทุน ดำเนินธุรกิจประมงต่อเนื่องร่วม พฤติกรรมการจ้างแรงงานกรรมกรประมงพาณิชย์ และปัจจัยสภาพพื้นที่ภายนอกด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ

คำสำคัญ: ความอยู่รอด ประมงพาณิชย์ ผู้ประกอบการ จังหวัดระนอง

Abstract

This research aimed to study factors affecting the survival of commercial fishery owner in Ranong which comprised characteristic of the firm, business operation, and PESTLE analysis. A questionnaire was distributed to collect primary data from 100 fishery owners in Changwat Ranong, and was collect by accidental sampling during February to March 2018 and was analyzed by logit model. According to the research, it has been found that factors affecting affecting the survival of fishery owner in Changwat Ranong at the statistical significance level of 0.10 were age of firm, initial investment, related fishing industry, hiring workers, In addition, PESTLE factor in term of ecological, economic, and politic could significantly explain the survival of fishery owner in Ranong as well.

Keywords: Survival, Commercial Fishery, Owner, Changwat Ranong

บทนำ

ธุรกิจประมงพาณิชย์นับว่ามีบทบาทต่อผลผลิตประมงไทยอย่างมาก ผลผลิตส่วนใหญ่ได้จากการทำเรือประมงพาณิชย์ ซึ่งประกอบด้วยเรือประมงมากกว่า 10,000 ลำ บทบาทของการประมงไทยขยายตัวจนเป็นผู้นำทางทะเลภูมิภาคเอเชียทางตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลให้มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศในภาคประมงสูงขึ้น(วิชาญ ศิริชัยเอกวัฒน์,2539)

ในเขตการทำประมงพาณิชย์ฝั่งอันดามัน จังหวัดระนองนับเป็นจังหวัดที่น่าจับตามองด้วยเหตุผล การทำประมงเป็นอาชีพ 1 ใน 3 ของประชากรจังหวัดระนอง และอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมประมงต่อเนื่อง มีทั้งโรงงานขนาดเล็ก และโรงงานขนาดกลาง โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดระนอง รายได้หลักมาจากภาคการเกษตร ทั้งการเกษตรป่าไม้ การประมง อุตสาหกรรมประมงต่อเนื่อง และธุรกิจการขนส่ง เป็นผลมาจากการเติบโตของภาคประมงในอดีต โดยธุรกิจประมงต่อเนื่องได้แก่ ทำเทียบเรือประมง แพซื่อ-ขายปลา โรงงานอาหารทะเลแปรรูป โรงน้ำแข็งในอุตสาหกรรมประมงต่อเนื่อง ตารางที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ภาคการเกษตรมีการลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี2555 ที่ 9,521ล้านบาท เหลือเพียง 8,795ล้านบาทในปี2558 ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีการขยายตัวสูงขึ้นถึง 14,456 ล้านบาท ในปี 2558 แสดงให้เห็นว่า แม้ขาดแคลนสินค้าประมง ภาคอุตสาหกรรมยังคงดำเนินผลิตต่อเรื่องด้วยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ หรือผู้ผลิตนอกจังหวัด และจากตัวเลขการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการผลิตสินค้าแปรรูป

ตารางที่ 1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดระนอง ปี พ.ศ. 2553 – 2558 (หน่วย:ล้านบาท)

สาขาการผลิต	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ภาคเกษตร	9,565	10,116	9,521	9,916	9,706	8,795
ภาคนอกการเกษตร	12,003	12,105	13,153	12,938	13,852	14,456
รวมผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (ล้านบาท)	21,568	22,221	22,674	22,854	23,558	23,250

ที่มา: สำนักงานแรงงานจังหวัดระนอง (2560)

นอกจากนั้นจังหวัดระนองมีอาณาเขตทะเลที่ครอบคลุมพื้นที่ทะเลอันดามันติดกับชายแดนประเทศเมียนมา ส่งผลให้เป็นเมืองท่าในการขึ้นเรือประมงพาณิชย์ทั้งเรือไทยและเรือสัญชาติเมียนมา จังหวัดระนอง นับเป็น 1 ใน 5 ของจังหวัดที่มีสัตว์น้ำเค็มขึ้นท่าสูงที่สุด และเป็นอันดับ 1 ของจังหวัดในทะเลฝั่งอันดามันที่มีจำนวนสูงสุด พิจารณาจากตารางที่ 1.2 สูงถึง 82,605 ตันในปี2553 แต่มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง ภายใน6ปีที่ผ่านมาสูงถึงร้อยละ 63.88 หากแต่ปริมาณสัตว์น้ำขึ้นท่าจังหวัดภูเก็ตมีแนวโน้มเติบโต คิดเป็นอัตราก้าวหน้าสูงถึงร้อยละ 140 จากปี พ.ศ.2553 ถึงปี พ.ศ. 2558 โดยเป็นผลกระทบจากการที่จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางประมงของทะเลอันดามัน

ตารางที่ 1.2 ปริมาณสัตว์น้ำเค็มที่ขึ้นท่า เขตพื้นที่ทะเลฝั่งอันดามัน ปี พ.ศ. 2553 – 2558
(หน่วย : ตัน)

จังหวัด	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ระนอง	82,605	89,516	70,353	66,931	54,794	52,772
พังงา	42,842	40,137	41,984	32,619	24,495	18,308
ภูเก็ต	54,447	56,875	58,739	71,930	82,556	77,291
กระบี่	14,106	9,112	9,979	12,964	11,790	10,847
ตรัง	75,000	72,977	75,050	65,161	84,900	70,058
สตูล	72,795	64,595	74,817	54,932	40,591	54,415
รวม	341,795	333,212	330,922	304,537	299,126	283,691

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) (2560)

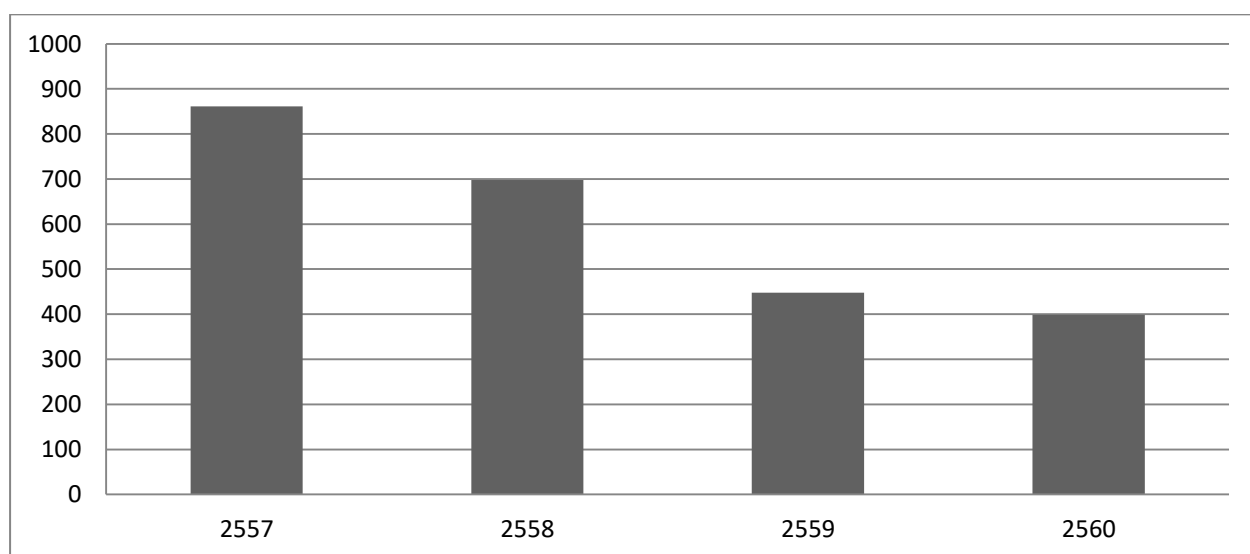
จังหวัดระนองได้รับผลกระทบจากการที่รัฐบาลไทยออกกฎข้อบังคับเพื่อแก้ไขปัญหาประมงไทยละเมิดกฎหมายร่วม IUU (Illegal Unreported and Unregulated Fishing) ประเด็นปัญหาหลัก คือ การจับกุมเรือประมงที่ติดธงไทยที่เข้าทำการประมงในเขตเศรษฐกิจจำเพาะมอริเชียส (Mauritian EEZ) และไม่มีการรายงานเกี่ยวกับการสอบสวนของเรื่องดังกล่าว การดำเนินการดังกล่าวนี้ไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติของอนุสัญญา UNCLOS มาตรา 94 ที่รัฐเจ้าของธงจะต้องดำเนินการเพื่อตรวจสอบเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดของเรือของตน ส่งผลให้สหภาพยุโรป (European Union : EU) ประกาศงดการนำเข้าผลผลิตจากการประมงจากประเทศไทย และบริเวณกระทบที่สำคัญคือทะเลฝั่งอันดามันที่ไม่มีพื้นที่น่านน้ำภายในประเทศ ได้แก่จังหวัดระนอง และจังหวัดพังงา

นอกจากนั้นปัญหาแรงงานต่างด้าวขาดแคลนได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจประมงพาณิชย์โดยตรง อ้างอิงจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ออนไลน์(2560) ว่าแรงงานต่างด้าวขาดแคลนหนักส่งผลทำให้ราคาอาหารทะเลพุ่งสูงขึ้น เนื่องด้วยการขาดแคลนแรงงานในธุรกิจประมงพาณิชย์ อาทิ การเปลี่ยนงานของแรงงาน โทษของกฎหมายประมงมีอัตราปรับขึ้นสูง ในขณะที่แรงงานไทยไม่นิยมรับงานจ้างงานประเภทกรรมกรประมง จนทำให้ผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ต้องหยุดเดินเรือประมงเพราะไม่มีลูกเรือมากกว่าร้อยละ 20 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2560 (โพสต์ทูเดย์, 2560)

จากบทวิเคราะห์ของสำนักงานคลังจังหวัดระนอง(2560)ได้สรุปไว้ว่าผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ ได้แก่ปัจจัยต่างๆดังนี้ ปัจจัยด้านสังคมจากการกดดันของกลุ่ม EU ในเรื่องการทำประมง IUU ต่อเนื่องด้วยปัญหาการค้ามนุษย์ผ่านเรือประมงพาณิชย์ดัดแปลง ปัจจัยเศรษฐกิจด้านปัญหาแรงงานต่างด้าวขาดแคลน ต้นทุนในการจ้างแรงงานต่าง

สูงขึ้นเนื่องด้วยกฎระเบียบจากภาครัฐ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมปัญหาทรัพยากรสัตว์น้ำขาดแคลนด้วยคุณภาพลง สืบเนื่องไปถึงปัจจัยด้านความมั่นคงทางการเมืองเมือง ปัจจัยด้านกฎระเบียบที่บังคับใช้ในอุตสาหกรรมประมงพาณิชย์

ภาพที่ 1.3 จำนวนเรือประมงพาณิชย์ในจังหวัดระนอง ปี พ.ศ. 2557 – 2560
(หน่วย:ลำ)



ที่มา: กลุ่มวิจัยและวิเคราะห์สถิติการประมง กองนโยบายและยุทธศาสตร์พัฒนาการประมง (2561)

หลังจากมีการจัดระเบียบการทำประมงพาณิชย์ภายใต้การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ เห็นได้ว่าจำนวนเรือประมงพาณิชย์มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนสูงสุดที่ปี 2557 ถึง 861 ลำ ในขณะที่ในปี 2560 จังหวัดระนองมีจำนวนเรือประมงพาณิชย์รวมทั้งสิ้น 399 อัตราการลดลงตั้งแต่พ.ศ. 2557 – 2560 คิดเป็นร้อยละ 46.34

ในระยะยาวหากภาคการประมงของจังหวัดระนองยังคงมีการถดถอยอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจประมง และส่งผลกระทบต่อหลายอุตสาหกรรมประมงต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจใน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ในจังหวัดระนองซึ่งการศึกษานี้จะนำทฤษฎีและแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มาประยุกต์ใช้วิเคราะห์ ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดผู้ประกอบการ

รัชพล จอมไตรคุป (2557) ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า บุคคลที่ก่อตั้งองค์การ เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งที่เพื่อผลกำไร และความพอใจในเชิงเศรษฐศาสตร์ ได้มีผู้ให้ความหมายผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการ คือผู้ที่นำปัจจัยการผลิต ได้แก่ ทุน แรงงาน และที่ดิน มาจัดสรรทำการเสี่ยงและตัดสินใจเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง นิยามได้ว่า ผู้ประกอบการได้นำเอาปัจจัยการผลิต หาโอกาสที่จะสร้างกำไร และจัดการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (Kilby, 1971)

ผู้ศึกษาขอสรุปว่าผู้ประกอบการ หมายถึงผู้ที่มีความคิดริเริ่มในการจัดตั้งองค์การหรือธุรกิจ เพื่อสร้างกำไร โดยแบกรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในระหว่างดำเนินการ

แนวคิดความอยู่รอด

จิรภัทร์ ลิปเมธี และกัลป์ยาภัสร์ ทองเย็น (2557) ได้ให้ความหมายถึงการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจว่า เป็นวิธีการปรับตัวจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของมนุษย์ที่มีมากขึ้น สังคม การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมทั่วไปอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบให้องค์กรหรือธุรกิจนำไปสู่การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดสถานการณ์นั้น

Jackson and Morgan (1978 อ้างใน พรอัมรินทร์ พรหมเกิด, 2551: 65) กล่าวว่า โดยทั่วไปองค์กรจะตายเมื่อไม่สามารถมีตำแหน่งหรือบทบาทที่เหมาะสมในสิ่งแวดล้อมหนึ่งได้ หรือเมื่อองค์กรไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในเงื่อนไขของสิ่งแวดล้อมแบบใหม่ได้ ในประเด็นนี้เป็นเรื่องเกิดจากปัจจัยภายนอก

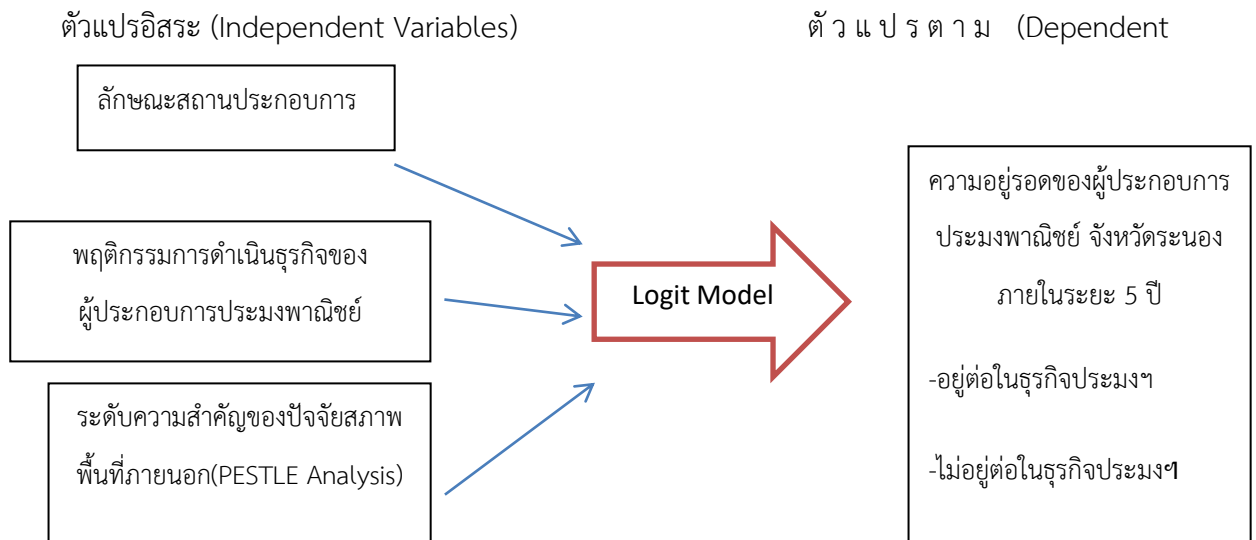
ผู้ศึกษาได้มองว่า ความอยู่รอด หมายถึง การที่องค์กรสามารถปรับตัวจากผลกระทบปัจจัยภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม

ทฤษฎีปัจจัยสภาพพื้นที่ภายนอกที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ(PESTLE Analysis)

การวิเคราะห์สภาพพื้นที่ภายนอก (Francis J. Aguilar, 1967) ได้กล่าวถึงการนำปัจจัยภายนอกมาวิเคราะห์และทำความเข้าใจสภาพพื้นที่ภายนอกที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความอยู่รอดของธุรกิจ ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆดังนี้ การเมือง(Political) เศรษฐกิจ(Economic) สังคม/วัฒนธรรม(Social) เทคโนโลยี (Technological) กฎหมายและข้อบังคับ(Legal) สภาพแวดล้อม(Environmental)

ผู้วิจัยได้เลือกนำทฤษฎี PESTLE Analysis ไปใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจเรือประมงในจังหวัดระนอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการดำเนินการที่สอดคล้องต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา



ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง อันประกอบด้วย ปัจจัยลักษณะสถานประกอบการ พฤติกรรมการดำเนินธุรกิจประมงพาณิชย์ และปัจจัยสภาพพื้นที่ภายนอกที่เกี่ยวข้องต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ในจังหวัดระนอง

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง ครั้งนี้ได้อาศัยข้อมูลปฐมภูมิประเภทการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์ ในเขตพื้นที่จังหวัดระนอง กลุ่มตัวอย่างได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ ในจังหวัดระนอง โดยใช้สูตรคำนวณของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 หรือ 0.1 (ปัทมาพร, 2554) เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเวลาและในขณะที่ผู้ประกอบการอยู่ในช่วงเกิดการประท้วงทางภาครัฐเรื่องปัญหาแรงงานต่างด้าวขาดแคลน จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 379 ผู้ประกอบการ จากสูตรการคำนวณดังนี้

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

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลดังกล่าวจะได้ค่าต่างๆ ดังนี้

$e = 0.1$

$N = 379$

แทนค่าลงในสมการ

$$n = \frac{379}{1+379 \times (0.1)^2}$$

$n \approx 79$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 79 คน ทางผู้ศึกษาทำการสำรองไว้เพิ่มเติมอีก 21 ตัวอย่าง สำหรับกรณีที่แบบสอบถามมีคำตอบที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 100 ผู้ประกอบการ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การทดสอบเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้าแล้ว ผู้ศึกษาได้นำไปทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง 41 ชุด โดยการทดสอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่

1. การทดสอบความตรง (Validity) ของแบบสอบถามที่จัดขึ้น ว่าสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือไม่ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาในแบบฟอร์มการรายงานข้อมูล และนำไปทดลองเก็บข้อมูลก่อน 41 กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นรวมข้อผิดพลาด และดำเนินการแก้ไขในแบบสอบถามก่อนเก็บข้อมูลจริง

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยวิธีวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (Internal Consistency) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบัค (Cronbachs' Alpha Coefficient) ซึ่งเป็นการหาค่าความน่าเชื่อถือได้ โดยวัดหรือสอบถามเพียงครั้งเดียวจากกลุ่มตัวอย่าง ถ้าค่าแอลฟาที่ได้มีค่าใกล้ 1 มาก แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือมาก

จากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ได้แก่แนวคิดเกี่ยวกับการทำประมงพาณิชย์ แนวคิดเกี่ยวกับความอยู่รอดของผู้ประกอบการ และทฤษฎีปัจจัยสภาพพื้นที่ภายนอกที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ (PESTLE Analysis) ทำให้ผู้ศึกษาสามารถสร้างแบบจำลองโดยการกำหนดตัวแปรต่างๆ ที่ประกอบด้วยลักษณะสถานประกอบการ พฤติกรรมการดำเนินงานธุรกิจประมงพาณิชย์ และปัจจัยสภาพพื้นที่ภายนอกที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นำมาทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง ด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit Model) ซึ่งมีรูปแบบสมการดังต่อไปนี้

$$\ln \left(\frac{p}{1-p} \right) = \beta_0 + \sum_i \beta_{1i} \text{Year}_i + \beta_2 \text{Boatsize1} + \sum_j \beta_{3j} \text{Invest}_j + \sum_k \beta_{4k} \text{Revenue}_k + \sum_l \beta_{5l} \text{Expense}_l + \beta_6 \text{Port1} + \beta_7 \text{Fishery1} + \beta_8 \text{Fishery3} + \beta_9 \text{WorkerT} + \beta_{10} \text{WorkerA} + \beta_{11} \text{Product1} + \beta_{12} \text{Boat3} + \sum_m \beta_{13m} \text{Date}_m + \beta_{14} \text{Located1} + \beta_{15} \text{Eco1} + \beta_{16} \text{Eco2} + \beta_{17} \text{Politic1} + \beta_{18} \text{Politic2} + \beta_{19} \text{Economic1} + \beta_{20} \text{Economic2} + \beta_{21} \text{legal2} + \beta_{22} \text{Social1} + \beta_{23} \text{Social2} + \varepsilon$$

โดยกำหนดให้

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
P	Prob(Y=1) คือ โอกาสที่ผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ จังหวัดระนองอยู่รอดในธุรกิจ	
Y	ความอยู่รอดของผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง	1 = เลือกที่จะอยู่ต่อในธุรกิจ 0 = เลือกที่จะไม่อยู่ต่อในธุรกิจ
Year _i	ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ I = 1,2	(base group = 1-10ปี) Year ₂ = มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
Boatsize1	เรือประมงพาณิชย์ขนาด 10-29 ตันกรอส	1 = กรณีเลือกขนาดเรือ 10 29 ตันกรอส 0 = กรณีอื่นๆ
Invest _j	เงินลงทุน J = 1,2,3	(base group = ต่ำกว่า 1 ล้านบาท) Invest ₂ = 1-5 ล้านบาท Invest ₃ = มากกว่า 5 ล้านบาท
Revenue _k	รายได้ K = 1,2,3,4	(base group = ต่ำกว่า 1 แสนบาท) Revenue ₂ = 1 - 5 แสนบาท Revenue ₃ = 5 แสน - 1 ล้านบาท Revenue ₄ = มากกว่า 1 ล้านบาทขึ้นไป
Expense _l	ค่าใช้จ่าย	(base group = ต่ำกว่า 1 แสนบาท)

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
	$L = 1,2,3,4$	Expense ₂ = 1 - 5 แสบบาท Expense ₃ = 5 แสบ - 1 ล้านบาท Expense ₄ = มากกว่า 1 ล้านบาทขึ้นไป
Port1	ท่าเทียบเรือในจังหวัดระนอง	1 = กรณีเลือกท่าเทียบเรือในจังหวัดระนอง 0 = กรณีอื่นๆ
Fishery1	ธุรกิจท่าเทียบเรือประมง	1 = กรณีเลือกธุรกิจท่าเทียบเรือประมง 0 = กรณีอื่นๆ
Fishery3	ธุรกิจแพซื้อ-ขายปลา	1 = กรณีเลือกธุรกิจแพซื้อ-ขายปลา 0 = กรณีอื่นๆ
WorkerT	จำนวนแรงงานไทยต่อเรือ 1 ลำ	จำนวนแรงงานไทยต่อเรือ 1 ลำ
WorkerA	จำนวนแรงงานต่างด้าวต่อเรือ 1 ลำ	จำนวนแรงงานต่างด้าวต่อเรือ 1 ลำ
Product1	สินค้าปลาเบจพรรณ	1 = กรณีเลือกสินค้าปลาเบจพรรณ 0 = กรณีอื่นๆ
Boat3	เรือประเภทอวนล้อมจับ	1 = กรณีเลือกเรือประเภทอวนล้อมจับ 0 = กรณีอื่นๆ
Date _m	ระยะเวลาในการออกเรือต่อครั้ง $M = 1,2,3$	(base group = ไม่เกิน 10วัน) Date ₂ = 11 - 20 วัน Date ₃ = 20 - 30 วัน
Located1	ทำประมงในน่านน้ำไทย	1 = กรณีเลือกทำประมงในน่านน้ำไทย 0 = กรณีอื่นๆ
Eco1	ทรัพยากรสัตว์น้ำขาดแคลน	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Eco2	ทรัพยากรสัตว์ด้อยคุณภาพลง	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Politic1	ความมั่นคงของการเมืองไทย	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Politic2	การใช้มาตรา 44 ในอุตสาหกรรมประมง	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Economic1	แรงงานต่างด้าวขาดแคลน	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Economic4	ราคากลางสินค้าประมง	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
legal2	ความเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบจากภาครัฐ	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Social1	ความกดดันจากการได้รับใบเหลือง EU	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Social2	ความกดดันจากปัญหาค้ามนุษย์	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
ϵ	ค่าความคลาดเคลื่อน (error term)	

ผลการวิจัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง จำนวน 100 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 10 ปีขึ้นไปทั้งสิ้น 78 คน ส่วนมากใช้เงินลงทุนในช่วง 1,000,000 – 5,000,000 บาท เป็นจำนวน 53 คน โดยผู้ประกอบการประมงพาณิชย์จำนวน 30 ท่าน ได้ประกอบธุรกิจประมงต่อเนื่องด้วยเช่นกัน ในจำนวน 17 ท่าน ได้ประกอบธุรกิจแพะชี-ขายปลา ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการให้ ความสำคัญเรื่องการใช้มาตรา 44 ของรัฐบาลปัจจุบัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุดที่ 4.550 ความสำคัญ ของปัญหาแรงงานต่างด้าวเป็นอันดับสองที่ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.540 และค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยความ มั่นคงทางการเมือง ปัจจัยทรัพยากรสัตว์น้ำทะเลขาดแคลน และปัจจัยด้านคุณภาพของสัตว์น้ำทะเล ตามลำดับดังนี้ 4.520, 3.950, และ 3.220

ในส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง ได้ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์ดังต่อไปนี้

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \begin{matrix} 6.247+ & 3.874\text{year} & + & 1.474\text{Boatsize1} & - & 3.257\text{Invest2} & - & 1.571\text{Invest3} & - & 1.749\text{Revenue2} \\ & (2.90)* & & (0.64) & & (-2.23)* & & (-0.87) & & (- \\ 1.00) & & & & & & & & & \\ - & 2.436\text{Revenue3} & + & 2.060\text{Revenue4} & + & 1.061\text{Expense2} & + & 2.152\text{Expense3} & - & \\ 2.029\text{Expense4} & & & & & & & & & \\ & (-1.37) & & (0.80) & & (0.54) & & (1.23) & & (- \\ 0.80) & & & & & & & & & \\ + & 2.319\text{Port} & - & 2.421\text{Fishery1} & + & 2.444\text{Fishery3} & - & 9.251\text{WorkerT} & + & 0.29\text{WorkerA} & - \\ 0.317\text{Product1} & & & & & & & & & & \\ & (1.25) & & (-1.72)* & & (1.72)* & & (-1.76)* & & (2.71)* & & (- \\ 0.16) & & & & & & & & & & \\ - & 2.443\text{Boat3} & + & 2.509\text{Date2} & - & 2.879\text{Date3} & - & 2.130\text{Located1} & - & 1.359\text{Eco1} & + & 0.797\text{Eco2} \\ & (-0.96) & & (1.04) & & (-0.85) & & (-1.09) & & (2.65)* & & (1.78)* \\ & & & & & & & & & & & \\ - & 1.048\text{Politic1} & 1.164\text{Politic2} & - & 1.054\text{Economic1} & + & 0.263\text{Economic4} & - & 0.924\text{Legal2} & & & \\ & (-1.90)* & & (2.11)* & & (-1.89)* & & (0.74) & & (0.344) & & \\ -0.161\text{Social1} & - & 0.284\text{Social2} & & & & & & & & & \\ & (-0.35) & & (-0.58) & & & & & & & & \end{matrix}$$

Numer of obs = 99, LR Chi-square (29) = 56.23, Pseudo R2 = 0.4105, Log likelihood = -40.38

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ค่า Z-stat

*แสดงถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิต

ตัวแปร	ค่า สัมประสิทธิ์	S_b	Z – Stat	P – Value	Marginal Effect
ระยะเวลาเริ่มดำเนินการ					
- 1- 10 ปี		(Base Group)			
- มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	3.874*	1.336	2.90	0.004	0.574
ขนาดเรือ					
- เรือประมงพาณิชย์ ขนาด 10 - 29 ตันกรอส	1.474	2.295	0.64	0.521	0.352
เงินลงทุน					
		(Base Group)			
- ไม่เกิน 1,000,000 บาท	-3.257*	1.458	-2.23	0.026	-0.662
- 1,000,001 – 5,000,000 บาท	-1.571	1.805	-0.87	0.384	-0.299
- มากกว่า 5,000,000 บาทขึ้นไป					
ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
		(Base Group)			
- ไม่เกิน 100,000 บาท					
- 100,001 – 500,000 บาท	-1.749	1.756	-1.00	0.319	-0.357
- 500,001 – 1,000,000 บาท	-2.436	1.773	-1.37	0.169	-0.416
- มากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป	2.060	2.588	0.80	0.426	0.471
ระดับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน					
		(Base Group)			
- ไม่เกิน 100,000 บาท					
- 100,001 – 500,000 บาท	1.061	1.971	0.54	0.590	0.256
- 500,001 – 1,000,000 บาท	2.152	1.743	1.23	0.217	0.486
- มากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป	-2.029	2.545	-0.80	0.425	-0.386
ธุรกิจประมงต่อเนื่อง					
- ทำเทียบเรือประมง	-2.421*	1.410	-1.72	0.086	-0.577
- แพซื้อ-ขายปลา	2.444*	1.423	1.72	0.086	0.583
ท่าเรือที่ใช้ในการเทียบเรือประมงพาณิชย์					
- ท่าเรือในจังหวัดระนอง	2.319	1.851	1.25	0.210	0.354
แรงงานกรรมกรประมงพาณิชย์ ต่อเรือ1ลำ					
- แรงงานไทย	-9.251*	0.525	-1.76	0.078	-0.220
- แรงงานต่างด้าว	0.29*	0.107	2.71	0.007	0.693

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	S_b	Z – Stat	P – Value	Marginal Effect
ประเภทสัตว์น้ำที่ทำประมง					
- ปลาเบญจพรรณ	-0.317	2.028	-0.16	0.876	-0.775
ประเภทเรือในการทำประมง					
- อวนล้อมจับ	-2.443	2.566	-0.96	-0.341	-0.413
ระยะเวลาในการทำประมง					
- ไม่เกิน 10 วัน		(Base Group)			
- 11 -20 วัน	2.509	2.418	1.04	0.299	0.487
- 21-30 วัน	-2.879	3.400	-0.85	0.397	-0.375
น่านน้ำในการทำประมง					
- อันดามันตอนบน	-2.130	1.948	-1.09	0.274	-0.468
ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ					
- ทรัพยากรสัตว์น้ำทะเลขาดแคลน	-1.359*	0.513	-2.65	0.008	-0.324
- ทรัพยากรสัตว์น้ำทะเล คุณภาพด้อยลง	0.797*	0.447	1.78	0.075	0.190
ด้านการเมือง					
- ความมั่นคงทางการเมืองไทย	-1.048*	0.551	-1.90	0.057	-0.250
- การใช้กฎหมาย 44 ของรัฐบาล	1.164*	0.552	2.11	0.035	0.277
ด้านเศรษฐกิจ					
- แรงงานต่างด้าวขาดแคลน	-1.054*	0.558	-1.89	0.059	-0.251
- ราคากลางสินค้าประมง	0.263	0.355	0.74	0.459	0.627
ด้านกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับใช้					
- ความเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบจากภาครัฐ	-0.924	0.977	0.344	0.344	-0.220
ด้านสังคม วัฒนธรรม					
- ความกดดันจากการได้รับใบเหลืองของ EU	-0.161	.465	-0.35	0.728	-0.386
- ความกดดันจากปัญหาการค้ามนุษย์	-0.284	0.485	-0.58	0.559	-0.067
LR Chi ² = 56.23 Prob Chi ² = 0.0018 Overall Percentage Correct = 83.84%					

หมายเหตุ: * หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษา เมื่อพิจารณาค่า LR Chi-Square = 56.23 Prob Chi = 0.0018 อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง อย่างมีนัยสำคัญทางระดับสถิติที่ระดับ 0.10 นอกจากนี้เมื่อพิจารณา Overall

Percentage Correct เท่ากับ 83.84 % อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง ทั้งสองกรณีได้ คือ กรณีตัดสินใจคงอยู่ในธุรกิจต่อ และกรณีตัดสินใจเลิกกิจการ โดยคิดเป็นร้อยละ 83.84

ปัจจัยลักษณะสถานประกอบการธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง สามารถอธิบายการตัดสินใจต่อการอยู่ต่อหรือไม่อยู่ต่อของผู้ประกอบการในธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนองที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ได้แก่ ตัวแปรระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการตัดสินใจอยู่ต่อในธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วในระยะเวลา 1-10 ปี ที่ร้อยละ 57.42 อ้างอิงจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ที่ดำเนินธุรกิจมายาวนาน ตัดสินใจอยู่ต่อเพื่อรอดูเหตุการณ์ในอนาคต ทั้งนี้มีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมได้รวดเร็วกว่าผู้ที่มีระยะดำเนินการน้อยกว่า ตัวแปรจำนวนเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการที่ลงทุนในช่วง 1,000,000 – 5,000,000 บาท มีการตัดสินใจไม่อยู่ต่อมากกว่าผู้ลงทุนต่ำกว่า 1,000,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 66.27 ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้แบกรับความเสี่ยงต่อสภาพแวดล้อมสูงกว่ารายเล็ก สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐภูมิ วิเศษ(2555) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี กล่าวว่าการลงทุนเริ่มแรกที่น้อยกว่า ส่งผลให้มีภาระหนี้สินไม่มาก สามารถควบคุมระบบบริหารการเงินได้ดีกว่าธุรกิจที่ใหญ่กว่า ตัวแปรผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจประมงต่อเนื่องร่วมด้วย โดยประกอบธุรกิจทำเทียบเรือประมงร่วมมีแนวโน้มในการตัดสินใจไม่อยู่ต่อ ร้อยละ 57.77 แต่ผู้ที่ประกอบธุรกิจแพซื่อ-ขายตัดสินใจอยู่ต่อ ร้อยละ 58.31 สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการประมงที่ประกอบประมงต่อเนื่องร่วมด้วย ผู้ประกอบการทำเทียบเรือมีผลกระทบโดยตรงหากธุรกิจเรือประมงไทยมีปัญหา ในขณะที่ผู้ประกอบการแพซื่อ-ขายปลา ได้ประกอบอาชีพในการซื้อขายปลาโดยตรงโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และสามารถรับซื้อสินค้าประมงจากเรือต่างสัญชาติได้

ในขณะที่ลักษณะพฤติกรรมการดำเนินธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง สามารถอธิบายการตัดสินใจต่อการอยู่ต่อหรือไม่อยู่ต่อของผู้ประกอบการในธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนองที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 สำหรับการจ้างแรงงานไทย หากจ้างเพิ่มขึ้น 1 คนส่งผลให้ผู้ประกอบการตัดสินใจไม่ดำเนินธุรกิจต่อที่ระดับร้อยละ 22.07 ในขณะที่การจ้างแรงงานต่างด้าวเพิ่มขึ้น 1 คนส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ต่อร้อยละ 6.93 สอดคล้องกับพันธ์รับ ราชพงศา (2557) ได้อ้างถึงแนวคิด 3D ไว้ว่าแรงงานไทยไม่ต้องการทำงานหนึ่งประเภท 3D คือ งานสกปรก (Dirty Job) งานอันตราย (Dangerous Job) และงานยาก (Difficult Job) ส่งผลให้แรงงานไทยขาดแคลนสูงกว่าแรงงานต่างด้าว ที่เคลื่อนย้ายแรงงานหลังเปิดประชาคมอาเซียน พร้อมกับค่าจ้างราคาถูกกว่าแรงงานไทย

ปัจจัยสภาพพื้นที่ภายนอกที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง สามารถอธิบายการตัดสินใจต่อการอยู่ต่อหรือไม่อยู่ต่อของผู้ประกอบการในธุรกิจประมงพาณิชย์ จังหวัดระนองที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับการบังคับมาตรา 44 ของ รัฐบาล โดยส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจอยู่ต่อเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล(2556) ได้อ้างถึงทฤษฎีว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดย มาตรา 44 บังคับใช้เนื่องด้วยการแก้ไขปัญหาการทำประมงผิดกฎหมาย และส่งเสริมการทำประมง อย่างยั่งยืนในอนาคต เพราะว่ารรัฐต้องเข้าไปกำกับดูแลเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมหรือให้สอดคล้องกับ นโยบายของรัฐ ในขณะที่ความมั่นคงทางการเมืองปัจจุบันของไทยส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการ ตัดสินใจอยู่ต่อลดลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในรัฐบาล กฎระเบียบและความเชื่อมั่น ส่งผลให้ ผู้ประกอบการไม่มีความมั่นใจในการดำเนินกิจการสอดคล้องกับบทความเรื่องปัจจัยสำคัญในการ พัฒนาประเทศและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืนเขียนโดย ภัทรชนม รัตนางกูร(2552) กล่าวว่าประเทศที่มีเสถียรภาพทางการเมือง จะทำให้นักธุรกิจ นักลงทุนมีความมั่นใจในการประกอบ อาชีพ ปัจจัยการขาดแคลนแรงงานต่างด้าวมีความน่าจะเป็นต่อการตัดสินใจอยู่ต่อลดลง สอดคล้อง กับบทวิเคราะห์ของศูนย์วิจัยกสิกร(2561) แรงงานต่างด้าวทักษะต่ำจาก 3 ประเทศเพื่อนบ้านเป็น องค์ประกอบหลักและโครงสร้างในการเติบโตของเศรษฐกิจไทย พบว่าธุรกิจที่ใช้แรงงานต่างด้าว ธุรกิจเหมาก่อสร้าง ธุรกิจบริการ และเกษตรประมง ซึ่งการขาดแคลนแรงงานส่งผลให้ธุรกิจหยุดชะงัก ได้ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติได้แก่การขาดแคลนของทรัพยากรสัตว์น้ำทะเลส่งผลต่อ ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจอยู่ต่อลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวรัตน์ แก้วชุกุล (2551) ที่ได้ ศึกษาเรื่องผลกระทบจากนโยบายด้านการประมงของประเทศอินโดนีเซียต่อการพัฒนาประมงนอก น่านน้ำของไทย จากความเสื่อมโทรมของทรัพยากรประมงในน่านน้ำไทย และการทำประมงที่เกิน ศักยภาพของเรือประมงไทย การผลิตทดแทนตามธรรมชาติเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำ และมีแนวโน้มลดลง ในอนาคต ส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้นในขณะที่ผลตอบแทนต่ำลง ประสบกับสภาวะขาดทุน และปัจจัย คุณภาพสัตว์น้ำทะเลด้อยคุณภาพ ส่งผลต่อความน่าจะเป็นในการตัดสินใจอยู่ต่อเพิ่มขึ้น คุณภาพสัตว์น้ำไม่ส่งผลต่อการกำหนดราคาสินค้ากลางประมง

ลักษณะผู้ประกอบการได้แก่ ลักษณะเรือประมง ระดับรายได้เฉลี่ย ระดับค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ทำเรือที่ใช้ในการเทียบเรือเข้าฝั่ง พฤติกรรมการดำเนินธุรกิจได้แก่ ประเภทสินค้า ประเภทเรือ ระยะเวลาในการออกเรือ น่านน้ำในการทำประมง และปัจจัยสภาพพื้นที่แวดล้อมภายนอกได้แก่ ด้าน กฎหมายและด้านสังคม วัฒนธรรม ไม่สามารถอธิบายการตัดสินใจการอยู่ต่อของผู้ประกอบการธุรกิจ ประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ จังหวัดระนอง พบว่าปัจจัยปัญหาที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นในการตัดสินใจอยู่ต่อมีปัญหาด้านทรัพยากรสัตว์น้ำขาดแคลน ปัญหาด้านเสถียรภาพทางการเมือง และปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการทำประมงแบบยั่งยืน เพื่อรักษาสภาพแวดล้อม และทรัพยากรประมงในระยะยาว พึ่งปฏิบัติตามกฎระเบียบของกฎการทำประมงสากล อาทิ IUU

2. รัฐบาลตระหนักถึงความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเมือง เพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นแก่ผู้ประกอบการ นักลงทุน รวมถึงประชาชน โดยการจัดการเลือกตั้ง

3. ในด้านแรงงาน ผู้ประกอบการประมงพาณิชย์และภาครัฐควรปรึกษาร่วมกัน เพื่อหาทางออกร่วมกันในปัญหาแรงงานต่างด้าวขาดแคลน เนื่องจากจังหวัดระนองเป็นจังหวัดชายแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศเมียนมาสามารถที่จะจัดจ้างแรงงานได้ง่าย นับเป็นข้อได้เปรียบมากกว่าจังหวัดอื่นๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

หากมีผู้สนใจศึกษาเพิ่มเติมควรมีการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ต่อเนื่องจากมีผลกระทบโดยตรง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการทำเทียบเรือประมงในจังหวัดระนอง หรือศึกษาความอยู่รอดของผู้ประกอบการประมงพาณิชย์ในจังหวัดกลุ่มทะเลอันดามัน เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอด

เอกสารอ้างอิงและสิ่งอ้างอิง

กลุ่มวิจัยและวิเคราะห์สถิติการประมง กองนโยบายและยุทธศาสตร์พัฒนาการประมง. (2561). สถิติ

เรือประมงไทย พ.ศ.2560.6 เมษายน.

2561 <https://www.fisheries.go.th/strategystat/themeWeb/books/2560/2/Vessel2560.pdf>,

เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล. (2556). ทฤษฎีว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ, 12

พฤษภาคม 2561. <http://chalermchai-nbtc.blogspot.com/2013/06/public-interest-theory-common-well.html>

จิรภัทร์ ลิปเมธี และกัลป์ยาภัสร์ ทองเย็น. (2557). กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจให้
เช่าเตียงใบบริเวณชายหาด จังหวัดเพชรบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2555). ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, นนทบุรี.
- นวรรตน์ แก้วชูกุล. (2551). ผลกระทบจากนโยบายด้านการประมงของประเทศอินโดนีเซียต่อการพัฒนาประมงนอกน่านน้ำของไทย. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- บทวิเคราะห์ของศูนย์วิจัยกสิกร. (2561). พร้อมรับ พ.ร.ก. แรงงานต่างด้าว ธุรกิจไม่สะดุด. 15 พฤษภาคม 2561
<https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/foreign-workers-regulation-for-business.aspx>,
- ปัทมาพร วัดกลาง.(2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายค่าธรรมเนียมการเก็บขนมูลฝอยของประชาชนเขตเทศบาลตำบลหุมสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. (สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- พรอัมรินทร์ พรหมเกิด, (2551). กลยุทธ์การสร้างความปลอดภัยขององค์การพัฒนาเอกชนไทย: การวิเคราะห์ตามแนวทฤษฎีพึ่งพาทรัพยากร. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต) มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- พันธ์รบ ราชพงศา. (2557, พฤศจิกายน 4). แรงงานไร้ฝีมือ คือ ผู้สร้างชาติ สร้างอาเซียน. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Section: ASEAN+, 1.
- ภัทรชมน รัตนางกูร. (2552). ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืน, 12 พฤษภาคม 2561.
http://phatrasamon.blogspot.com/2009/11/blog-post_26.html
- รัชพล จอมไทรคุป. (2557). อิทธิพลของภาวะผู้ประกอบการที่มีผลต่อนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มจังหวัดสนุก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร, สกลนคร.
- สำนักงานคลังจังหวัดระนอง. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดระนอง ประจำเดือนตุลาคม 2560, 14 ธันวาคม 2560 ณ สำนักงานคลังจังหวัดระนอง. ระนอง: ศูนย์ข้อมูลข่าวสารสำนักงานคลังจังหวัดระนอง.
- Aguilar, F. J. (1967). *Scanning the business environment*. New York: Macmillan.
- Kilby, P (1971). *Entrepreneurship and Economic Development*, New York: Free Press
- Yamane, T (1967). *Statistics; an introductory analysis*. New York: Harper and Row.

อุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยจากไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

Export Demand for Condom from Thailand to

Some Major Trading Partners

ฐานิสรา จิตธงไชย(TanisaJittongchai)* ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์(Sri-on Somboonsup)

พัฒน์ พัฒนรังสรรค์(Pat Pattanarangsun)

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

*Corresponding author. E-mail:1993tanisa@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยจากไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญโดยใช้ข้อมูลทศนิยม ประเภทอนุกรมเวลา รายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี 2559 รวม 36 ไตรมาส โดยวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน แล้วประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสองขั้น โดยแบ่งการศึกษออกเป็น 2 ส่วนคือ ศึกษาอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ราคาส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อริงกิตมาเลเซีย อัตราภาษีราคาน้ำมันดิบ และราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศญี่ปุ่น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมาเลเซียไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าความยืดหยุ่นของราคาส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียเท่ากับ - 2.496 อธิบายได้ว่าถุงยางอนามัยเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสูง และ ศึกษาอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ราคาส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีน ราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทย นโยบายลูกคนเดียวของจีน และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าความยืดหยุ่นของราคาส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนเท่ากับ - 1.096 อธิบายได้ว่าถุงยางอนามัยเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสูง

คำสำคัญ: ถุงยางอนามัย การส่งออก ความยืดหยุ่น ประเทศคู่ค้า

Abstract

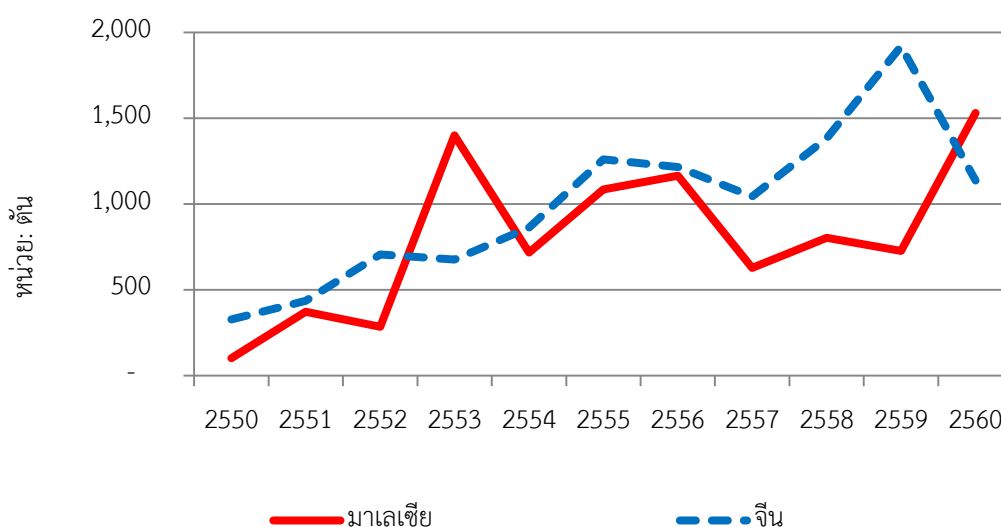
This study aimed to demand for condom from Thailand to Some Major Trading Partners. The quarterly secondary data was collected from the first quarter of 2008 to the fourth quarter of 2016, totaling 36 quarters and analyzed by multiple technique. The research used two-stage least squares (2SLS) by separating the study into two part. One was the study export demand for condom from Thailand to Malaysia to estimate the parameters in the model. The results of the study found that export demand for condom from Thailand to Malaysia at the statistical significance level 0.01 were Thailand's export price to Malaysia, exchange rate Baht per Malaysian Ringgit, import tax of Malaysia the price, crude oil, and Japan's export price of condom at the statistical significance level 0.05, for gross domestic product of Malaysia the statistical nonsignificance level. The estimated model could express the elasticity of Thailand export demand for condom with respect to its price equal to -2.496 which implies that export demand for condom was elastic. Another one was the study export demand for condom from Thailand to China to estimate the parameters in the model. The results of the study found that export demand for condom from Thailand to China at the statistical significance level of 0.01 were Thailand's export price to China, Malaysia's export price, China's single child policy, and gross domestic product of China at the statistical significance level 0.05. The estimated model could express the elasticity of Thailand export demand for condom with respect to its price equal to -1.096 which implies that export demand for condom was elastic.

Keywords: Condom, Export, Elasticity, Selected Countries

บทนำ

ปัจจุบันถุงยางอนามัยถือเป็นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางธรรมชาติที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศไทย ถุงยางอนามัยที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกถุงยางอนามัยมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก ความต้องการถุงยางอนามัยในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้นอย่างมากเป็นผลมาจากการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ต่างๆ ตามแผนยุทธศาสตร์ป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์แห่งชาติ ปี 2555 – 2559 โดยสำนักโรคเอดส์วันโรคและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์มีมาตรการสำคัญประการ

หนึ่ง คือ การส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการอุทยานอานามัยและสารหล่อลื่น โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การสื่อสารสาธารณะเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของอุทยานอานามัย ให้เป็นอุปกรณ์สุขอนามัยเพื่อความปลอดภัยและสุขภาวะทางเพศ (สำนักโรคเอดส์วัยโรคและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์, 2558) การส่งออกอุทยานอานามัยของไทยครองสัดส่วนในการส่งออกโลกเป็นอันดับหนึ่งที่ร้อยละ 22.7 ในปี 2559 โดยตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยในการส่งออกอุทยานอานามัยในภาพที่ 1 คือ มาเลเซีย และจีน ซึ่งในปี 2560 ไทยมีปริมาณส่งออกอุทยานอานามัยไปจีนถึง 1,138 ตันหรือคิดเป็นร้อยละ 8.9 ของการส่งออก การส่งออกอุทยานอานามัยของไทยไปจีนมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยจะเห็นได้ว่าในปี 2550 ไทยมีปริมาณส่งออกอุทยานอานามัยไปจีนเพียง 328 ตันหรือคิดเป็นร้อยละ 6.4 ของการส่งออก และประเทศมาเลเซียมีมูลค่านำเข้าอุทยานอานามัยจากประเทศไทยเพียง 101 ตันหรือคิดเป็นร้อยละ 1.2 ของการส่งออกในปี 2550 โดยแนวโน้มในการนำเข้าอุทยานอานามัยของมาเลเซียจากไทยมีแนวโน้มการนำเข้าที่เพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2560 มีปริมาณการนำเข้าอุทยานอานามัยจากไทยถึง 1,530 ตันหรือคิดเป็นร้อยละ 7.9 ของการส่งออกอุทยานอานามัยของไทย จากความสำคัญของสินค้าอุทยานอานามัยที่กล่าวถึงนั้น จะเห็นได้ว่าอุทยานอานามัยมีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่ต้องพึ่งพารายได้จากการส่งออกเป็นหลัก และสินค้าอุทยานอานามัยเป็นสินค้าที่สร้างรายได้ในการส่งออกให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมากนี้ เนื่องจากไทยเป็นประเทศที่ต่างชาติมุ่งหมายที่จะให้เป็นฐานการผลิตและไทยมีความได้เปรียบทั้งด้าน วัตถุดิบ แรงงาน เทคโนโลยี เป็นต้น ในการศึกษาครั้งนี้ จึงทำการศึกษาเพื่อให้ทราบว่า มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการส่งออกอุทยานอานามัยจากไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ และผู้ศึกษาได้เลือกประเทศที่ทำการค้า 2 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซียและประเทศจีน เนื่องจากทั้งสองประเทศเป็นประเทศที่มีการนำเข้าอุทยานอานามัยจากประเทศไทยมากที่สุดสองประเทศแรก



ภาพที่ 1 ปริมาณส่งออกอุทยานอานามัยไปยังตลาดที่สำคัญของไทยปี 2550-2560

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกยางอนามัยจากไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
2. วิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ส่งออกสินค้ายางอนามัยต่อการส่งออกจากไทยไปยังประเทศคู่ค้า

กรอบแนวคิด

การศึกษาอุปสงค์ส่งออกสินค้ายางอนามัยต่อการส่งออกจากไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ซึ่งประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาคือ ประเทศมาเลเซียและประเทศจีน การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม สามารถสรุปกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

- ราคาส่งออกยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย (ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลกรัม)
- อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ (บาท/ริงกิตมาเลเซีย)
- ราคาส่งออกยางอนามัยของประเทศญี่ปุ่น (ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลกรัม)
- ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมาเลเซีย (ดอลลาร์สหรัฐ)
- ราคาน้ำมันดิบ (ดอลลาร์สหรัฐ/บาร์เรล)
- นโยบายยกเลิกภาษีสินค้านำเข้าเนื่องจากการรวมกลุ่มสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ตัวแปรหุ่น)

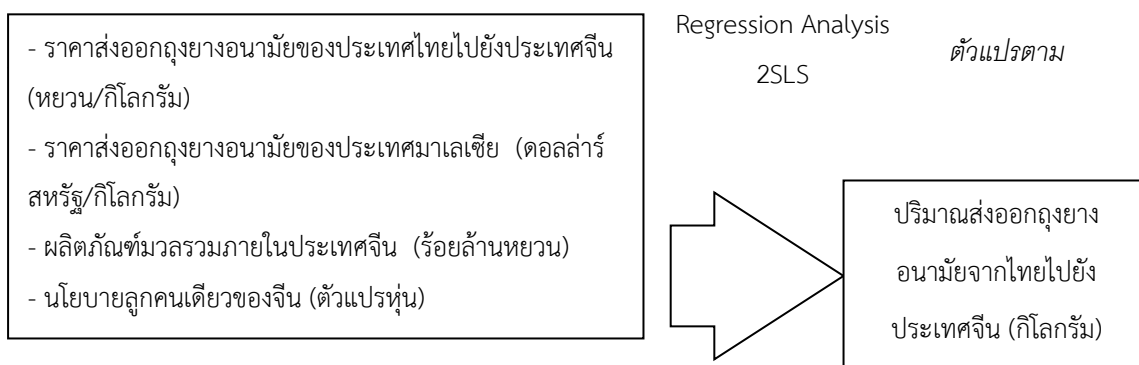
Regression Analysis
2SLS

ตัวแปรตาม

ปริมาณส่งออกยาง
อนามัยจากไทยไปยัง
ประเทศมาเลเซีย (กิโลกรัม)

ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสาวนีย์ ภัทรวาสน์ (2543) ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของไทย โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของไทย คือ ยางรถยนต์ กล้วยไม้ และยางรัดของ โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ และกะประมาณค่าโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา ใช้ข้อมูลระหว่างปี 2527-2541 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกยางรถยนต์ไปยังตลาดหลักของไทย พบว่าการส่งออกไปอิตาลีขึ้นอยู่กับ ราคาส่งออกยางรถยนต์ของไทยที่ปรับแล้ว รายได้ประชากรต่อบุคคลที่ปรับแล้ว และอัตราแลกเปลี่ยนของอินโดนีเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย การส่งออกไปเยอรมนี ขึ้นอยู่กับ ราคาส่งออกยางรถยนต์ของไทยที่ปรับแล้ว รายได้ประชากรต่อบุคคลที่ปรับแล้ว อัตราแลกเปลี่ยนของอินโดนีเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย และอัตราแลกเปลี่ยนของจีนเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย การส่งออกไปสหรัฐอเมริกา และ สหราชอาณาจักรขึ้นอยู่กับ ราคาส่งออกยางรถยนต์ของไทยที่ปรับแล้ว และอัตราแลกเปลี่ยนของอินโดนีเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ไปยังสหรัฐอเมริกา คือ ราคาส่งออกกล้วยไม้ของไทยที่ปรับแล้ว รายได้ประชากรต่อบุคคลที่ปรับแล้ว อัตราแลกเปลี่ยนของอินโดนีเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย และตัวแปรหุ่น ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกยางรัดของไปยังตลาดหลักของไทย พบว่า การส่งออกไปสหรัฐอเมริกา ขึ้นอยู่กับ ราคาส่งออกยางรัดของของไทยที่ปรับแล้ว รายได้ประชากรต่อบุคคลที่ปรับแล้ว อัตราแลกเปลี่ยนของมาเลเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย และอัตราแลกเปลี่ยนของอินเดียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย การส่งออกไปสหราชอาณาจักรและฝรั่งเศส ขึ้นอยู่กับปัจจัย ราคาส่งออกยางรัดของของไทยที่ปรับแล้ว และรายได้ประชากรต่อบุคคลที่ปรับแล้ว ส่วนกรณีการส่งออกไปอิตาลี ขึ้นอยู่กับปัจจัย

ราคาส่งออกยางรัดของของไทยที่ปรับแล้ว รายได้ประชาชาติต่อบุคคลที่ปรับแล้ว และอัตราแลกเปลี่ยนของมาเลเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย

พงศ์ภรณ์ โพธิ์พูลเงิน (2550) ศึกษาโครงสร้างตลาด พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางอนามัยในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางอนามัยในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2546-2548 การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยางอนามัย และข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารจากหน่วยงานของรัฐบาล และของเอกชนที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีคำนวณค่าการกระจุกตัวบางส่วนแบบ Concentration Ratio (CR) และการกระจุกตัวโดยรวม โดยคำนวณจากค่าดัชนี Herfindahl Index (HI) ผลการศึกษาสรุปได้ว่า โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมยางอนามัยในประเทศไทย มีแนวโน้มเป็นตลาดผู้ขายน้อยรายประเภท Pure Oligopoly มีการกระจุกตัวอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง ผลการศึกษาด้านพฤติกรรม เครื่องมือที่ใช้ในการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตเป็นพฤติกรรมการแข่งขันด้านมิใช่ราคา โดยแนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้กันมากในอุตสาหกรรมประกอบด้วย การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะพิเศษ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์บริษัทอื่นๆ การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม และการส่งเสริมการตลาดที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ เพื่อรักษาส่วนครองตลาดที่มีอยู่เดิมไว้ ส่วนผลการศึกษาด้านผลการดำเนินงานพบว่า อุตสาหกรรมยางอนามัยในประเทศไทย มีโอกาสการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และบริษัทผู้ผลิตยางอนามัยในอุตสาหกรรมสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากผู้นำตลาดได้ในอนาคต ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องพัฒนาคุณภาพของยางอนามัย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง และให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือในตัวสินค้า

ตริยนาถ หัตถประดิษฐ์ (2554) ศึกษาการวิเคราะห์การส่งออกยางธรรมชาติของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต การตลาด และการส่งออกยางธรรมชาติ และวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางธรรมชาติและการขยายตัวของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่และส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ของไทยกับประเทศคู่แข่งในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางธรรมชาติของไทย มาเลเซียและเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแต่มีแนวโน้มลดลง ยกเว้นประเทศอินโดนีเซียที่มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น ส่วนผลการศึกษาการขยายตัวของการส่งออกยางธรรมชาติของไทยและคู่แข่ง พบว่าอัตราการขยายตัวการส่งออกยางธรรมชาติในภาพรวม เพิ่มขึ้น และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายประเภท พบว่ายางแท่งมีอัตราการขยายตัวลดลง ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์โดยใช้ BCG Matrix พบว่า ไทยเป็นผู้นำตลาดในการส่งออกยางธรรมชาติไปยังตลาดจีน ถึงแม้อัตราการเจริญเติบโตของไทยจะต่ำกว่าอินโดนีเซียและ

เวียดนาม และที่น่าสนใจคือ ในตลาดสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซียมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.07 แต่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงร้อยละ 31.59 ทำให้อินโดนีเซียมีส่วนแบ่งการตลาดในปี 2552 มากกว่าประเทศไทยถึง 2.49 เท่า ส่วนในตลาดญี่ปุ่น ไทยเป็นผู้นำตลาด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ แบบอนุกรมเวลา รวม 36 ไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี 2559 โดยทำการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปสมการ Double log form เพื่อให้ทราบถึงความยืดหยุ่น โดยประมาณด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสองขั้น ซึ่งแบบจำลองที่จะต้องผ่านการทดสอบข้อสมมติตาม Classical linear regression model (CLRM) ได้แก่ 1) การทดสอบ Multicollinearity 2) การทดสอบ Normality 3) การทดสอบ Heteroscedasticity และ 4) การทดสอบ Autocorrelation จากนั้นจึงนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากแบบจำลองมาวิเคราะห์หรืออธิบายผลค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียและจีนต่อตัวแปรต่างๆ โดยสามารถแสดงรายละเอียดของแบบจำลองทางเศรษฐมิติได้ดังนี้

ประเทศมาเลเซีย

$$\ln Q_m = \beta_{m0} + \beta_{m1} \ln Price_m + \beta_{m2} \ln EX_m + \beta_{m3} \ln PJ_m + \beta_{m4} \ln GDPM + \beta_{m5} \ln OIL + \beta_{m6} TAXM + e_m$$

โดยที่

Q_m คือ ปริมาณส่งออกกุ้งยางอนามัยจากไทยไปยังประเทศมาเลเซีย (กิโลกรัม)

$Price_m$ คือ ราคาส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย (ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลกรัม)

EX_m คือ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ (บาท/ริงกิตมาเลเซีย)

PJ_m คือ ราคาส่งออกกุ้งยางอนามัยของประเทศญี่ปุ่น (ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลกรัม)

$GDPM$ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมาเลเซีย (ดอลลาร์สหรัฐ)

OIL คือ ราคาน้ำมันดิบ (ดอลลาร์สหรัฐ/ลิตร)

$TAXM$ คือ นโยบายยกเลิกภาษีสินค้านำเข้าเนื่องจากการรวมกลุ่มสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

โดยที่ 0 = ไม่ใช้นโยบาย (ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1/2551 ถึง ไตรมาสที่ 4/2552)

1 = ใช้นโยบาย (ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1/2553 ถึง ไตรมาสที่ 4/2559)

e_m คือ ค่าคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย สามารถเขียนในรูปสมการถดถอยที่ประมาณได้ ได้ดังนี้

$$\ln Q_m = 23.02373 - 2.495641 \ln \text{Price}_m - 7.903138 \ln \text{EX}_m + 1.493456 \ln \text{PJ}_m + 0.077599 \ln \text{GDPM} + 1.573393 \ln \text{OIL} + 1.116294 \text{TAXM} + e_m$$

$$(5.150367) \quad (-5.818713)^* \quad (-2.839442)^* \quad (2.059255)^{**} \quad (1.675687)^{\text{NS}} \quad (3.415528)^* \quad (4.106991)^*$$

$$R\text{-squared} = 0.747925 \quad \text{Adjusted R - squared} = 0.695771$$

$$F\text{-statistic} = 15.16872 \quad \text{Durbin - Watson stat} = 1.879258$$

หมายเหตุ

- 1) เลขในวงเล็บแทนค่า t - statistic
- 2) * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
- 3) ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 4) NS หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5) แบบจำลองนี้ได้คำนึงถึงข้อสมมติตาม Classical linear regression model (CLRM) และผ่านการทดสอบตาม CLRM แล้วได้แก่ การทดสอบ Multicollinearity การทดสอบ Normality การทดสอบ Heteroscedasticity และ การทดสอบ Autocorrelation

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยที่สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ราคาส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศสกุลเงินบาทต่อริงกิตมาเลเซีย ราคาน้ำมันดิบ นโยบายยกเลิกภาษีสินค้านำเข้าเนื่องจากการรวมกลุ่มสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และราคาส่งออกกุ้งยางอนามัยของประเทศญี่ปุ่น สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมาเลเซีย ไม่สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย แต่เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวถือเป็นตัวแปรสำคัญทางทฤษฎีที่กำหนดฟังก์ชันการส่งออก ผู้ศึกษาจึงยังคงตัวแปรดังกล่าวไว้ในแบบจำลอง จากค่า R-squared = 0.75 แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองนี้สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกกุ้งยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียได้ ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 โดยสามารถอธิบายความผันแปรของปริมาณอุปสงค์ได้ครอบคลุมประมาณร้อยละ 75 ส่วนอีกร้อยละ 25

มาจากปัจจัยอื่นๆที่ไม่ได้นำเข้ามาพิจารณา และค่า $F - statistic = 15.169$ (Prob = 0.000) แสดงว่าปัจจัยเหล่านี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ส่งออกถุยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ประเทศจีน

$$\ln Q_C = \beta_{C0} + \beta_{C1} \ln Price_C / EX_C + \beta_{C2} \ln PM_C + \beta_{C3} \ln GDPC + \beta_{C4} CHI + e_C$$

โดยที่

Q_C คือ ปริมาณส่งออกถุยางอนามัยจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน (กิโลกรัม)

$Price_C / EX_C$ คือ ราคาส่งออกถุยางอนามัยของประเทศไทยไปยังประเทศจีน (หยวน/กิโลกรัม)

PM_C คือ ราคาส่งออกถุยางอนามัยของประเทศมาเลเซีย (ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลกรัม)

$GDPC$ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีน (ร้อยล้านหยวน)

CHI คือ นโยบายลูกคนเดียวของจีน

โดยที่ 0 = ไม่ใช้นโยบายลูกคนเดียว

(ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1/2559 ถึง ไตรมาสที่ 4/2559)

1 = ใช้นโยบายลูกคนเดียว

(ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1/2551 ถึง ไตรมาสที่ 4/2558)

e_C คือ ค่าคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกถุยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนสามารถเขียนในรูปสมการถดถอยที่ประมาณได้ ได้ดังนี้

$$\ln Q_C = 1.858352 - 1.096030 \ln Price_C / EX_C + 2.574418 \ln PM_C + 0.544396 \ln GDPC - 0.548728 CHI$$

(0.934998) (-3.103133)** (3.984048)* (2.858877)** (-4.443765)*

R-squared = 0.747925 Adjusted R – squared = 0.741908

F – statistic = 1.634767 Durbin – Watson stat = 2.086634

หมายเหตุ

1) เลขในวงเล็บแทนค่า t – statistic

2) * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3) ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) แบบจำลองนี้ได้คำนึงถึงข้อสมมติตาม Classical linear regression model (CLRM) และผ่านการทดสอบตาม CLRM แล้วได้แก่ การทดสอบ Multicollinearity การทดสอบ Normality การทดสอบ Heteroscedasticity และ การทดสอบ Autocorrelation

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยที่สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีน ได้แก่ ราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยไปยังประเทศจีน ราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศมาเลเซีย ผลิตรถยนต์มวลรวมภายในประเทศจีน นโยบายลูกคนเดียวของจีน สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากค่า R-squared = 0.78 แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองนี้สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนได้ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 โดยสามารถอธิบายความผันแปรของปริมาณอุปสงค์ได้ครอบคลุมประมาณร้อยละ 78 ส่วนอีกร้อยละ 22 มาจากปัจจัยอื่นๆไม่ได้ นำเข้ามาพิจารณา และค่า F - statistic = 1.635 (Prob = 0.897) แสดงว่าปัจจัยเหล่านี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สรุปและอภิปรายผล

จากแบบจำลองที่ประมาณได้สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งแสดงถึงผลกระทบของปัจจัยต่างๆต่ออุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียและจีนได้ดังนี้

ประเทศมาเลเซีย

ราคาส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือเมื่อราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียลดลงร้อยละ 2.496 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ในทิศทางตรงข้ามซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล (2553) พบว่า ราคาส่งออกมีความสัมพันธ์ตรงข้ามกับการส่งออก ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียกับราคาส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียเป็นไปในทิศทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ - 2.495641 โดยมีความยืดหยุ่นสูง แสดงให้เห็นว่าสินค้าถุงยางอนามัยเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผู้ใช้ถุงยางอนามัยในประเทศมาเลเซียมีความอ่อนไหวต่อราคาถุงยางอนามัยค่อนข้างสูง

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลเงินบาทต่อริงกิตมาเลเซีย มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ส่งออก
ถุຍຍງยอนนมายัของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย ในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือ ถ้าค่าเงินบาทมีค่าอ่อนลง
หรือสกุลเงินริงกิตมาเลเซียมีค่าเพิ่มขึ้น จะทำให้ประเทศมาเลเซียสามารถนำเข้าถุຍຍງยอนนมายัได้มาก
ขึ้น และส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้น ทั้งนี้
ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียกับอัตราแลกเปลี่ยน
ระหว่างประเทศเป็นไปในทิศทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -7.903138 มีความยืดหยุ่นมาก
แสดงให้เห็นว่าอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศมีความสำคัญที่ชี้ให้เห็นสภาพเศรษฐกิจว่าถ้าค่าเงิน
บาทมีค่าอ่อนลง หรือสกุลเงินริงกิตมาเลเซียมีค่าเพิ่มขึ้น จะทำให้ประเทศมาเลเซียสามารถนำเข้า
ถุຍຍງยอนนมายัได้มากขึ้น และส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศไทยไปยังประเทศ
มาเลเซียเพิ่มขึ้น

ราคาส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศญี่ปุ่น สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของ
ไทยไปยังประเทศมาเลเซียได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อ
ราคาส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายั
ของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.493 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพราะ
ประเทศผู้นำเข้าจะเลือกนำเข้าสินค้ากับประเทศที่ราคาส่งออกลดน้อยที่สุด ดังนั้นเมื่อราคาส่งออกถุຍຍງยอนนมายั
ของคู่แข่งอย่างประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จึงทำให้ประเทศมาเลเซียหันมานำเข้าถุຍຍງยอนนมายัจาก
ประเทศไทยแทน และสอดคล้องกับงานวิจัยของแกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล (2553) พบว่า ราคา
ส่งออกของประเทศคู่แข่ง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการส่งออก ทั้งนี้ ความสัมพันธ์
ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียกับราคาส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของ
ประเทศญี่ปุ่นเป็นไปในทิศทางบวก โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.493 มีความยืดหยุ่นมาก แสดง
ให้เห็นว่า หากราคาส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศญี่ปุ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์ส่งออก
ถุຍຍງยอนนมายัของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.493456 ในทางตรงข้าม ถ้าราคา
ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศญี่ปุ่น ลดลงร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของ
ไทยไปยังประเทศมาเลเซียลดลงร้อยละ 1.493 แสดงว่าถุຍຍງยอนนมายัจากประเทศญี่ปุ่นเป็นสินค้าทดแทน
ถุຍຍງยอนนมายัจากประเทศไทย

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมาเลเซียไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายั
ของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ
แจ่มพลาย (2553) พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีผลต่อการ
ส่งออก ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียกับ
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมาเลเซียเป็นไปในทิศทางบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุป
สงค์ส่งออกถุຍຍງยอนนมายัของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

มาเลเซียในทิศทางเดียวกันโดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.077599 ซึ่งน้อยกว่า 1 เป็นค่าความยืดหยุ่นน้อย แสดงให้เห็นว่า เมื่อรายได้มวลรวมของผู้บริโภคในประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความสามารถในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

ราคาน้ำมันดิบสามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อราคาน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.573 ไม่สอดคล้องกันสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าทิศทางตรงข้าม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิชากร เกษรแก้ว (2555) พบว่า เมื่อราคาน้ำมันดิบเพิ่มขึ้น จะทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียกับราคาน้ำมันดิบมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.573 เป็นไปในทิศทางบวก หากอุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ราคาน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.573 ในทางตรงข้าม หากอุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียลดลงร้อยละ 1 จะทำให้ราคาน้ำมันดิบลดลงร้อยละ 1.573

นโยบายยกเลิกภาษีสินค้านำเข้าเนื่องจากการรวมกลุ่มสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ เมื่อมาเลเซียใช้นโยบายยกเลิกสินค้านำเข้าส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศมาเลเซียเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.116

ประเทศจีน

ราคาส่งออกถลุงยางอนามัยของประเทศไทยไปยังประเทศจีน สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาส่งออกถลุงยางอนามัยของประเทศไทยไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนลดลงร้อยละ 1.096 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ในทิศทางตรงข้าม หากราคาสินค้าส่งออกเพิ่มขึ้นจะทำให้อุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยลดลงเนื่องจากประเทศผู้นำเข้าจะหันไปนำเข้าจากประเทศอื่นที่มีราคาถูกกว่า ในทางตรงข้าม เมื่อราคาส่งออกถลุงยางอนามัยเพิ่มขึ้นจะทำให้ อุปสงค์ส่งออกเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล (2553) พบว่า ราคาส่งออกมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนกับราคาส่งออกถลุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีน เป็นไปในทิศทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ - 1.096030 โดยมีค่าความยืดหยุ่นมากแสดงให้เห็นว่าถลุงยางอนามัยเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผู้ใช้ถลุงยางอนามัยในประเทศจีนมีความอ่อนไหวต่อราคาถลุงยางอนามัยค่อนข้างสูง

ราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยสามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.574 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เมื่อราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยมีราคาส่งออกที่ลดลง ทำให้อุปสงค์การนำเข้าถุงยางอนามัยของประเทศไทยจากประเทศไทยลดลงในทางตรงกันข้าม เมื่อราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยมีราคาเพิ่มขึ้น ทำให้อุปสงค์การนำเข้าถุงยางอนามัยของประเทศไทยจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นเช่นกัน เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าจะหันไปนำเข้าสินค้าจากประเทศที่มีราคาถูกกว่าและสอดคล้องกับงานวิจัยของ แกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล (2553) พบว่า ราคาส่งออกของประเทศคู่แข่ง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการส่งออกทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนกับราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยเป็นไปในทิศทางบวก โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 2.574418 โดยมีค่าความยืดหยุ่นมาก แสดงให้เห็นว่า หากราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.574 ในทางตรงข้าม ถ้าราคาส่งออกถุงยางอนามัยของประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนลดลงร้อยละ 2.574 แสดงว่าถุงยางอนามัยจากประเทศไทยเป็นสินค้าทดแทนถุงยางอนามัยจากประเทศไทย

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีน สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.544 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทพร เพชรชูศรี (2560) พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกได้อย่างมีนัยสำคัญ ในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีน เป็นไปในทิศทางบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนในทิศทางเดียวกันโดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.544396 ซึ่งน้อยกว่า 1 เป็นค่าความยืดหยุ่นน้อย แสดงให้เห็นว่า เมื่อรายได้มวลรวมของผู้บริโภคในประเทศจีนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความสามารถในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

นโยบายลูกคนเดียวของจีน สามารถอธิบายอุปสงค์ส่งออกถุงยางอนามัยของไทยไปยังประเทศจีนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือ เมื่อจีนมีการประกาศใช้

นโยบายลูกคนเดียวของจีนส่งผลให้อุปสงค์ส่งออกถั่วเหลืองของไต้หวันไปยังประเทศจีนเปลี่ยนแปลง
ลดลงร้อยละ 0.549 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาถั่วเหลืองในประเศมาเลเซียและจีน พบว่าถั่วเหลืองเป็นสินค้าที่มีค่า
ความยืดหยุ่นสูงทั้งสองประเทศ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาถั่วเหลือง
ค่อนข้างสูง

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนการผลิตและการวางแผนการผลิตและการส่งออก สามารถ
ปรับลดต้นทุนการผลิตได้ซึ่งจะทำให้ราคาส่งออกถั่วเหลืองของไต้หวันลดลง สามารถทำการส่งออก
เพื่อขยายตลาดถั่วเหลืองเข้าไปยังประเทศมาเลเซียและจีนได้มากขึ้นการตลาดในประเทศไทย
ควรมีการส่งเสริมและรณรงค์การใช้ถั่วเหลืองเพื่อป้องกันการตั้งครุฑที่ไม่พึงประสงค์ การ
ป้องกันการติดเชื้อทางเพศสัมพันธ์

2. ควรมีการรณรงค์และสร้างจิตวิสัยในการใช้และทำให้ถั่วเหลืองเป็นที่ยอมรับในสายตา
ประชาชนในแง่ของการป้องกัน

3. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาส่งออกถั่วเหลืองของประเทศคู่แข่ง ซึ่งได้แก่
ประเทศญี่ปุ่นและมาเลเซีย มีค่าความยืดหยุ่นเป็นบวก หมายถึง ถั่วเหลืองของประเทศคู่แข่ง
เป็นสินค้าทดแทนถั่วเหลืองของประเทศไทย และยังมีค่าความยืดหยุ่นสูง (ค่าความยืดหยุ่น
มากกว่า 1 โดยไม่คำนึงเครื่องหมาย) แสดงว่าเมื่อใดที่ราคาส่งออกถั่วเหลืองของประเทศคู่แข่ง
มีการเปลี่ยนแปลงลดลงจะทำให้อุปสงค์ส่งออกถั่วเหลืองของประเทศไทยลดลงมาก ดังนั้น ผู้
ส่งออกจึงควรศึกษาข้อมูลก่อนการทำการค้า เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ของประเทศคู่แข่ง
โดยเฉพาะปัจจัยด้านราคาของประเทศคู่แข่งเพื่อวางแผนและพัฒนาสินค้าเพื่อให้เกิดความ
ได้เปรียบในการส่งออกถั่วเหลืองและสำหรับ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาในครั้งถัดไป

การศึกษาในครั้งนี้เลือกประเทศในการศึกษา คือ ประเทศมาเลเซีย และประเทศจีนซึ่งเป็น
ประเทศที่มีปริมาณการนำเข้าถั่วเหลืองมากที่สุดสองอันดับแรก แต่ควรศึกษาประเทศที่น่าจะมี
แนวโน้มที่ไทยจะส่งออกและควรเปลี่ยนประเภทของสินค้าในการศึกษาจากสินค้าถั่วเหลืองเป็น
สินค้าหมวดอื่นๆที่น่าสนใจและเป็นสินค้าที่แนวโน้มการส่งออกไม่คงที่เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มี
ผลกระทบ

เอกสารอ้างอิง

- แกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้. (สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ตริยานถ หัตถประดิษฐ์. 2554. การวิเคราะห์การส่งออกยางธรรมชาติของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ทิจากร เกษรแก้ว. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกในอุตสาหกรรมรถยนต์และการพาณิชย์. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 4 (8): 53-66.
- ธัญพร เพชรชูศรี. 2560. อุปสงค์การส่งออกกล้วยสดของประเทศไทยไปยังประเทศเวียดนามและอินโดนีเซีย. (การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- พงศ์ภรณ์ โพธิ์พลเงิน. 2550. โครงสร้างตลาด พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมถั่วเหลืองในประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ แจ่มพลาย. 2553. ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพฯ.
- สำนักโรคเอดส์วันโรคและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์. 2558. SEX รอบคอบตอบ OK. แนวคิดการรณรงค์ป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และเอดส์ (Online). <http://aidssti.ddc.moph.go.th>, 28/มีนาคม/2561.
- เสาวนีย์ ภัทโรวสาน. 2543. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางที่สำคัญของไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี

Factors Affecting the Use of Mobile Banking Service of Government

Saving Bank Customers in Chonburi Area 1, Chonburi Province

สิริกอร์ บุญล้ำ(Sirikorn Boonlum)* ศรีออร์ สมบูรณ์ทรัพย์(Sri-on Somboonsup)

พัฒน์ พัฒนรังสรรค์(Pat Pattanarangsun)

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

*Corresponding author. E-mail: Sirikorn_bm@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี ได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสินประเภทเงินฝากเพื่อเรียกและใช้บริการสินเชื่อ ธุรกิจส่วนใหญ่ที่ลูกค้ามาใช้บริการคือชำระสินค้าและบริการ โดยใช้ช่องทางสำหรับการทำธุรกรรมคือมาใช้บริการที่สาขา ใช้บริการผ่านทางธนาคารโทรศัพท์ รวมถึงใช้บริการจากตู้ATM/ADM รวมทั้งปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน

คำสำคัญ: บริการธนาคารทางโทรศัพท์ เขตชลบุรี 1

Abstract

The purpose of this research were studied factors affecting the use of mobile banking service of Government Saving Bank customers in Chonburi area1, Chonburi province. The primary data was obtained from questionnaires surveyed from 400 in Chonburi area 1. Data was analyzed using Logit model with statistical significance level of 0.10. The result revealed that factors affecting the use of mobile banking service from customers in Chonburi area 1 were aged and incomes. Major of sample

cases have product of Government Saving Bank; Saving deposit and loan service which transaction were paymenting products and services. Method of transaction by center service, mobile banking and ATM/ADM including marketing mix factors in terms of price and promotion that affected by mobile service using of Government Saving Bank.

Keywords: Mobile banking service, Chonburi Area 1

บทนำ

โลกดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา ทุกคนมีการใช้อินเทอร์เน็ตและใช้ชีวิตอยู่บนโลกออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งในชีวิต ด้วยความสะดวกสบายที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันเปลี่ยนไปมาก หน่วยงานและธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อก้าวไปให้ทันกับเทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนไป สถาบันการเงินอย่างธุรกิจธนาคารเริ่มมีกระแสตื่นตัวเรื่องการให้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เพราะหากสถาบันการเงินไม่มีการปรับตัวจะทำให้มีโอกาสสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาช่วงชิงตลาด และจะส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงิน ธุรกิจธนาคารจึงต้องปรับตัวโดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับบริการทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ทั้งการชำระเงิน การลงทุน รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ หรือเรียกว่า Mobile Banking นอกจากนี้พบว่าบทบาทของเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นทำให้ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งเริ่มส่งสัญญาณการปรับกลยุทธ์ด้วยการลดจำนวนสาขาลงโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครที่จำนวนสาขาลดลงจากพฤติกรรมของคนที่หันไปทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือมากขึ้น เนื่องจากความสะดวกรวดเร็วรวมทั้งเข้าถึงง่ายบริการธนาคารทางโทรศัพท์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินที่สามารถช่วยลดระยะเวลาในการรอเรียกลำดับที่ธนาคารประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคาร นอกจากนี้การทำธุรกรรมทางโทรศัพท์ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถพกพาโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้สะดวกและสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลา จากผลสำรวจของ นีลสัน ประเทศไทย (2559) เรื่อง “Top 10 โมบาย แอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด” พบว่า KMobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทยมีการใช้บริการมากที่สุด ครองสัดส่วน 22% รองลงมาเป็น SCB EASY App ของธนาคารไทยพาณิชย์ สัดส่วน 11%, Bualuang mBanking ของธนาคารกรุงเทพ 9%, KTB netbank app ของธนาคารกรุงไทย 8%, Meta Trader 5%, IQ Option 4% ซึ่งทั้งคู่นี้เป็นแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับหุ้น, TMB Touch ของธนาคารทหารไทย 4%, MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน 3%, Krungsri app ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา 3% และ TapKTC 3% ซึ่งบริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินยังมีสัดส่วนการ

ใช้บริการ ที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่นๆในระบบเศรษฐกิจ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน โดยเลือกศึกษาข้อมูลจากลูกค้าธนาคารออมสินทุกสาขาในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงอีกทั้งเป็นเมืองอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ พื้นที่ศึกษาประกอบไปด้วย 11 สาขา ได้แก่ สาขาบางทราย สาขานนทบุรีสาขาระยอง สาขาชลบุรี สาขาวิคทอรี เซ็นเตอร์ สาขานนทบุรีสาขาสัจจา สาขาเซนต์หลุยส์ สาขาหนองมน สาขาศรีราชา สาขาศูนย์การค้า แปซิฟิค พาร์ค ศรีราชา สาขาอ่าวอุดม และสาขาฮาร์เบอร์ มอลล์ แหลมฉบัง โดยจะเลือกศึกษาเฉพาะพื้นที่เขตชลบุรี 1 ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการสมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เป็นสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเขตอื่นๆในจังหวัดชลบุรี เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาบริการเขตพื้นที่อื่นให้ดีขึ้นและเพิ่มปริมาณการให้บริการของลูกค้า

ตาราง 1 จำนวนลูกค้าที่สมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในจังหวัดชลบุรี ปี 2560

(หน่วย:ราย)

สำนักงานเขตชลบุรี	บริการธนาคารทางโทรศัพท์
เขตชลบุรี 1	10,544
เขตชลบุรี 2	5,030
เขตชลบุรี 3	4,449
เขตชลบุรี 4	4,947

ที่มา: ธนาคารออมสินเขตชลบุรี 1

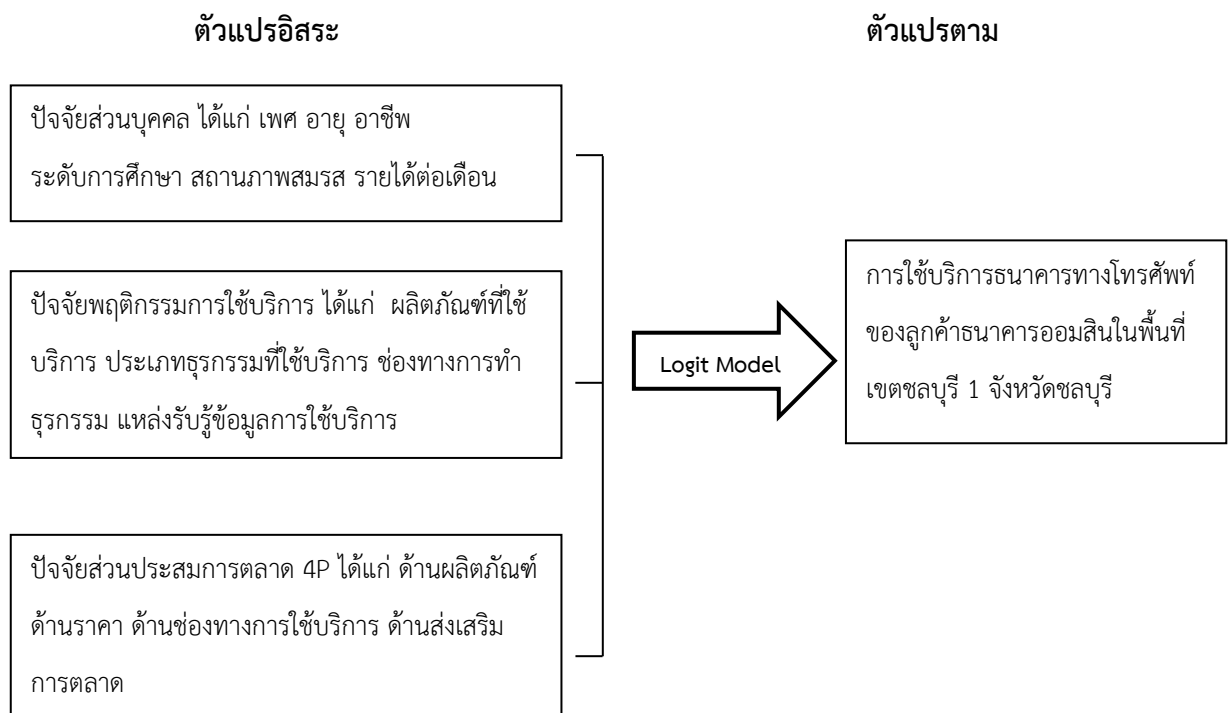
จากข้อมูลที่ได้ค้นคว้าพบว่าปริมาณการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินยังมีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่นๆในระบบเศรษฐกิจ ธนาคารออมสินให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ โดยใช้ชื่อแอปพลิเคชัน Mymo By GSB และมีการพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องเพื่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ บริการนี้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีคุณสมบัติครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย บริการพื้นฐานของระบบ ได้แก่ เชื่อกดเงินและรายการเคลื่อนไหวของบัญชีที่มีอยู่กับธนาคารออมสินทั้งหมด โอนเงินทั้งบัญชีภายในธนาคารออมสินและต่างธนาคาร และยังให้บริการชำระค่างวดสินเชื่อ บริการเติมเงินมือถือ ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ บริการถอนเงินสดหน้าตู้ ATM โดยไม่ต้องใช้บัตร ATM และบริการสำหรับใช้รับหรือจ่ายเงินผ่านตัวกลางที่เป็น QR Code โดยการสมัครใช้บริการจะมี

ค่าธรรมเนียมรายเดือน เดือนละ 10 บาท ซึ่งค่าธรรมเนียมนี้เป็นการเรียกเก็บค่าบริการแจ้งเตือนเงินเข้าออกอัตโนมัติและการทำธุรกรรมอื่นๆที่ไม่ต้องเสียค่าบริการภายในจึงอาจทำให้ลูกค้าไม่ยอมใช้บริการเพราะมองว่ามีค่าใช้จ่ายซึ่งธนาคารพาณิชย์อื่นๆจะฟรีในส่วนนี้ ดังนั้นบริการระบบ Mymo By GSB เป็นบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ จึงมีความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการในด้านต่างๆให้มีประสิทธิภาพสูงสุดแก่ผู้ใช้งาน เพิ่มปริมาณการใช้งาน และเพิ่มฐานลูกค้าให้เข้ามาทำธุรกรรมผ่านบริการธนาคาร ออมสินสูงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ที่มา: จากการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสิน ซึ่งขนาดของประชากรมาจากรายงานการสมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินทุกสาขาในเขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี ปี 2560 จำนวน 10,544 บัญชี จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 386 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันการผิดพลาดของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้คำตอบไม่ครบถ้วน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ศึกษาในครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง จากสูตรการคำนวณ ดังนี้

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

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

นำข้อมูลดังกล่าวแทนค่าลงในสมการ จะได้

$$n = \frac{10,544}{1 + 10,544(0.05)^2}$$

$$= \frac{10,544}{27.36}$$

n = 385.38 หรือ 386 คน

วิธีการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการหาสัดส่วนประชากรการสมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน ปี 2560 ในแต่ละสาขาทั้ง 11 สาขา มาหาค่าเฉลี่ยเพื่อแบ่งจำนวนชุดของแบบสอบถามไปยังสาขาต่างๆเป็นสัดส่วนที่เท่ากัน ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารออมสิน ได้แก่ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการธนาคารออมสิน ประเภทธุรกรรมที่ใช้

บริการธนาคารออมสิน ช่องทางการทำธุรกรรมกับธนาคารออมสิน แหล่งรับรู้การนำเสนอบริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด เป็นคำถามที่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน ประกอบด้วยคำถาม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด โดยจะใช้เกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด

ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก

ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง

ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย

ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี โดยการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยเป็นแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) เมื่อต้องตัดสินใจเลือก ซึ่งมีค่าเป็น 1 หรือ 0 โดยมีค่าเป็น 1 เมื่อตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์และมีค่าเป็น 0 เมื่อตัดสินใจไม่ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์สำหรับตัวแปรอิสระ (independent Variable) มีลักษณะเป็นทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสิน โดยการศึกษาสามารถกำหนดสมการตามแบบจำลองโลจิสต์ได้ดังนี้

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \sum_i \beta_i x_i + \sum_j \beta_j x_j + \sum_k \beta_k x_k + U$$

โดยที่
Y = การตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสิน
ในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี (Y=1; ใช้ / Y=0; ไม่ใช้)

P = Prob (Y =1) หมายถึง ความน่าจะเป็นของการใช้บริการ
ธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสิน

β = ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง

x_i = ปัจจัยส่วนบุคคล

x_j = พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน

X_k = ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

U = ค่าร้อยละความคลาดเคลื่อน (Error Term)

สำหรับตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสิน ซึ่งมีรูปแบบของสมการดังนี้

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \sum_i \beta_{1i} \text{age}_{1i} + \sum_i \beta_{2i} \text{sar}_{2i} + \beta_3 \text{sav} \\ + \beta_4 \text{lot} + \beta_5 \text{lon} + \beta_6 \text{dw} + \beta_7 \text{pay} \\ + \beta_8 \text{bra} + \beta_9 \text{mbk} + \beta_{10} \text{atm} + \beta_{11} \text{adv} + \\ \beta_{12} \text{prod4} + \beta_{13} \text{price1} + \beta_{14} \text{price2} + \\ \beta_{15} \text{price3} + \beta_{16} \text{price4} + \beta_{17} \text{place2} + \beta_{18} \text{prom2} + U$$

ตารางที่ 2 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
Y	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี	1 = ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ 0 = ไม่ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์
P	Prob (Y=1) ความน่าจะเป็นของการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสิน	
age	ตัวแปรหุ่นอธิบายอายุของลูกค้า เมื่อ i = 2,3	base group = ไม่เกิน 20 ปี age ₂ = 1 กรณีอายุ 21-35 ปี age ₃ = 1 กรณีอายุ มากกว่า 36 ปี
sav	ตัวแปรหุ่นอธิบายรายได้ต่อเดือน	base group = ไม่เกิน 20,000 บาท sar ₂ = 1 กรณี 20,001 – 40,000 บาท sar ₃ = 1 กรณี 40,001 บาท ขึ้นไป
lot	บัญชีเงินฝากเพื่อเรียก	sav = 1 กรณีใช้บัญชีเงินฝากเพื่อเรียก 0 กรณีอื่นๆ
lon	สลากออมสิน	lot = 1 กรณีใช้สลากออมสิน 0 กรณีอื่นๆ
dw	สินเชื่อต่างๆ	lon = 1 กรณีใช้สินเชื่อต่างๆ 0 กรณีอื่นๆ
pay	ฝาก/ถอน	dw = 1 กรณีใช้ฝาก/ถอน 0 กรณีอื่นๆ
bra	ชำระสินค้าบริการ	pay = 1 กรณีใช้ชำระสินค้าบริการ

		0 กรณีอื่นๆ
mbk	ใช้บริการที่สาขา	bra = 1 กรณีใช้บริการที่สาขา
		0 กรณีอื่นๆ
atm	บริการธนาคารทางโทรศัพท์	mbk = 1 กรณีใช้ธนาคารทางโทรศัพท์
		0 กรณีอื่นๆ
adv	ตู้ATM/ADM	atm = 1 กรณีใช้ตู้ATM/ADM
		0 กรณีอื่นๆ
prod4	ป้ายโฆษณาสื่อต่างๆ	adv = 1 กรณีใช้ป้ายโฆษณาสื่อต่างๆ
		0 กรณีอื่นๆ
Price1	การทำรายการไม่ซับซ้อน มีความสะดวกรวดเร็ว	ตามระดับความสำคัญ 1-5
Price2	ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อธนาคารอื่น	ตามระดับความสำคัญ 1-5
Price3	ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อช่องทางอื่น	ตามระดับความสำคัญ 1-5
Price4	ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีความเหมาะสม	ตามระดับความสำคัญ 1-5
Place2	อัตราค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ	ตามระดับความสำคัญ 1-5
	ช่องทางการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน	ตามระดับความสำคัญ 1-5

Plom2 การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ตามระดับความสำคัญ 1-5U ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)

จากการตอบแบบสอบถามในปีวิจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ในช่วง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน ในปีวิจัยพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าธนาคารออมสินประมาณ 1 ปี – 3 ปี มีผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากเผื่อเรียก ทำธุรกรรมประเภทฝาก/ถอน ช่องทางที่ทำธุรกรรม คือ ใช้บริการที่สาขา และรับรู้การนำเสนอบริการธนาคารทางโทรศัพท์จากการที่พนักงานเป็นผู้แนะนำบริการ สำหรับการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินมีผู้ใช้บริการจำนวน 239 คน และผู้ที่ไม่ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน จำนวน 161 คน โดยจะทำธุรกรรมเกี่ยวกับการเช็คยอดการเคลื่อนไหวในบัญชีมากที่สุด ในปีวิจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย และจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้วยแบบจำลองโลจิตสามารถนำมาเขียนสมการถดถอยของความน่าจะเป็นในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้า

ธนาคารออมสิน ในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี โดยสามารถสรุปความสัมพันธ์ด้วยแบบจำลองโลจิสติกได้ ดังนี้

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -4.158 - 0.999age1 - 1.069age2 + 0.553sar1 + 0.967sar2 + 0.635sav + 0.386lot + \\ (-1.64) \quad (-1.68)^* \quad (1.77)^* \quad (2.29)^* \quad (2.02)^* \quad (1.32) \\ 1.309lon - 0.283dw + 1.795pay + 1.438bra + 2.540mbk + 0.882atm - \\ (3.16)^* \quad (-0.77) \quad (4.04)^* \quad (3.58)^* \quad (6.37)^* \quad (2.52)^* \\ 0.366adv + 0.333prod1 + 0.378price1 - 0.842price2 - 0.072price3 + \\ (-1.22) \quad (1.59) \quad (1.46) \quad (-2.66)^* \quad (-0.24) \\ 0.560price4 - 0.250place2 + 0.512plom2 + U \\ (2.03)^* \quad (-1.26) \quad (2.59)^*$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า z-stat

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสติก

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	S _b	Z-Stat	P-Value	Marginal effect (dy/dx)
ค่าคงที่	-4.158	0.934	-4.45	0.000	
อายุ	(base group = ไม่เกิน 20 ปี)				
21-35 ปี	-0.999	0.608	-1.640	0.101	-0.193
มากกว่า 36 ปี	-1.069	0.638	-1.680	0.094*	-0.233
รายได้ต่อเดือน	(base group = ไม่เกิน 20,000 บาท)				
20,001 – 40,000 บาท	0.553	0.313	1.770	0.077*	0.108
40,001 บาท ขึ้นไป	0.967	0.422	2.290	0.022*	0.170
ผลิตภัณฑ์ที่มีกับธนาคารออมสิน					
บัญชีเงินฝากเพื่อเรียก	0.635	0.314	2.020	0.043*	0.131
สลากออมสิน	0.386	0.293	1.320	0.187	0.078
สินเชื่อต่างๆ	1.309	0.414	3.160	0.002*	0.219

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	S _b	Z-Stat	P-Value	Marginal effect (dy/dx)
ประเภทธุรกรรมที่ใช้ของธนาคารออมสิน					
ฝาก/ถอน	-0.283	0.369	-0.770	0.444	-0.056
ชำระสินค้าบริการ	1.795	0.444	4.040	0.000*	0.278
ช่องทางที่ทำธุรกรรมบ่อย					
ใช้บริการที่สาขา	1.438	0.401	3.580	0.000*	0.313
บริการธนาคารทางโทรศัพท์	2.540	0.398	6.370	0.000*	0.453
ตู้ATM/ADM	0.882	0.349	2.520	0.012*	0.181
แหล่งรับรู้บริการธนาคารทางโทรศัพท์					
ป้ายโฆษณาสื่อต่างๆ	-0.366	0.300	-1.220	0.222	-0.077
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
การทำรายการไม่ซับซ้อน มีความสะดวกรวดเร็ว	0.333	0.209	1.590	0.111	0.068
ปัจจัยด้านราคา					
ค่าธรรมเนียมในการทำ ธุรกรรมต่อธนาคารอื่น	0.378	0.258	1.460	0.144	0.077
ค่าธรรมเนียมในการทำ ธุรกรรมต่อช่องทางอื่น	-0.842	0.316	-2.660	0.008*	-0.173
ค่าธรรมเนียมในการใช้ บริการมีความเหมาะสม	-0.072	0.295	-0.240	0.807	-0.014
อัตราค่าบริการเมื่อ เปรียบเทียบกับคุณสมบัติ	0.560	0.276	2.030	0.043*	0.115
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ					
ช่องทางดาวนโหลด แอปพลิเคชัน	-0.250	0.197	-1.260	0.206	-0.051
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด					

การโฆษณาผ่านโทรทัศน์	0.512	0.198	2.590	0.010*	0.105
หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ					

LR χ^2 (20) = 167.82 Prob > χ^2 = 0.000 Overall percentage Correct = 79.00%

หมายเหตุ: * หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี ด้วยแบบจำลองโลจิสติก พบว่าค่า LR Chi-Square (20) = 167.82 และ Prob > Chi-Square = 0.000 อธิบายได้ว่า แบบจำลองนี้สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 นั่นคือสามารถใช้แบบจำลองนี้ประมาณการความน่าจะเป็นของผู้ตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี นอกจากนี้พิจารณาค่า Overall Percentage Correct เท่ากับ 79.00 อธิบายได้ว่า แบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการและไม่ใช้บริการดังกล่าวได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 79.00 โดยปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน ผลิตภัณฑ์ที่มีกับธนาคารออมสิน ได้แก่ บัญชีเงินฝากเพื่อเรียก สลากออมสิน และสินเชื่อต่างๆ ประเภทธุรกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการของธนาคารออมสิน ได้แก่ ฝาก/ถอน ชำระสินค้าบริการ ในส่วนช่องทางที่ทำธุรกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการที่สาขา ใช้บริการผ่านธนาคารทางโทรศัพท์ และใช้บริการผ่านตู้ ATM/ADM แหล่งรับรู้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน คือ ป้ายโฆษณาสื่อต่างๆ นอกจากนี้ทางด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือการทำรายการไม่ซับซ้อนมีความสะดวกรวดเร็ว ปัจจัยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อธนาคารอื่น ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อช่องทางอื่น ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีความเหมาะสม และอัตราค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ คือช่องทางดาวนโหลด แอปพลิเคชัน และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด คือการโฆษณาผ่านโทรทัศน์หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ

จากการพิจารณาแบบจำลองโลจิสติกที่ประมาณค่าได้ สามารถวิเคราะห์ผลการศึกษาได้ดังนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ อธิบายได้ว่า อายุมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในทิศทางตรงข้ามกัน โดยลูกค้าที่มีอายุอยู่ในช่วง 36 ปีขึ้นไป มีความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินน้อยกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีอยู่ร้อยละ 23.3 เนื่องจากกลุ่มลูกค้า

ธนาคารออมสินส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มเด็กไปถึงกลุ่มวัยรุ่นทำให้ในช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี มีปริมาณการสมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินมากกว่าช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไป และบริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินมีค่าธรรมเนียมในการสมัครใช้บริการจึงอาจทำให้กลุ่มอายุวัยทำงานไม่เลือกใช้บริการของธนาคารออมสิน สอดคล้องกับงานศึกษาของจุไรพร วงษ์เรียนรอต (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือส่วนมากจะอยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี และพบว่ายี่งอายุมากขึ้นปริมาณการใช้บริการจะลดลง เนื่องจากความจำเป็นในการทำธุรกรรมน้อยลงและมีกระบวนการคิดมากขึ้น ประกอบกับกลุ่มช่วงวัยรุ่นเป็นวัยที่ชอบเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ และชอบความรวดเร็วในการทำธุรกรรมจึงทำให้ปริมาณการสมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของกลุ่มนี้มีมากกว่ากลุ่มวัยทำงาน

รายได้ต่อเดือน สามารถอธิบายได้ว่ามีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยรายได้ในแต่ละช่วง คือ 20,001-40,000 บาทและ 40,001บาท ขึ้นไป มีความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินมากขึ้นไปตามรายได้ คิดเป็นสัดส่วนของรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทอยู่ร้อยละ 17.0 10.8 ตามลำดับ นั่นเพราะเมื่อมีรายได้มากขึ้นการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเงินมีความสำคัญตามไปด้วยเพราะมีความจำเป็นที่จะต้องทำธุรกรรมนั้นๆ ผ่านทางบริการธนาคารทางโทรศัพท์และต้องการความสะดวกและง่ายในการทำธุรกรรมมากกว่าที่จะมาทำธุรกรรมที่สาขานาคาร สอดคล้องกับงานศึกษาของภัทรา มหามงคล (2554) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน โดยเมื่อมีรายได้มากขึ้นจะตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มากกว่าเมื่อมีรายได้น้อย

ผลิตภัณฑ์ที่มีกับธนาคารออมสิน สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากเพื่อเรียกมีความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ใช้ร้อยละ 13.1 เพราะการสมัครบริการธนาคารทางโทรศัพท์จะต้องใช้บัญชีเงินฝากเพื่อเรียกเป็นบัญชีหลักในการสมัครใช้บริการ และลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อต่างๆ มีความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการอยู่ร้อยละ 21.9 เนื่องจากการสมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินจะสามารถตรวจสอบการเคลื่อนไหวของบัญชีสินเชื่อที่ลูกค้ามีและยังสามารถชำระค่างวดผ่านบริการธนาคารทางโทรศัพท์ได้ง่ายโดยไม่จำเป็นต้องไปชำระที่ธนาคาร สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออม

สัณหา 3 กล่าวว่า การใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์จะสามารถทำธุรกรรมต่างๆได้ เช่น เชื่ียอดเงินคงเหลือทุกบัญชีของธนาคารออมสิน รวมถึงสามารถชำระค่างวดบัญชีสินเชื่อได้ ซึ่งลูกค้าจะใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินเพื่อต้องการตรวจสอบการเคลื่อนไหวของบัญชีที่มีกับธนาคารออมสินไม่ว่าจะเป็นบัญชีออมทรัพย์หรือบัญชีสินเชื่อ ต้องการโอนเงินระหว่างธนาคาร รวมถึงจ่ายชำระค่างวดและบริการต่างๆเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการทำธุรกรรม

ประเภทธุรกรรมที่ใช้อย่างน้อยของธนาคารออมสินสามารถอธิบาย การตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าของธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยธุรกรรมประเภทชำระสินค้าบริการ มีความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินมากกว่าการทำธุรกรรมประเภทอื่นอยู่ร้อยละ 27.8 เนื่องจากบริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินสามารถชำระค่าบริการต่างๆได้ภายในแอปพลิเคชัน ทำให้ลูกค้าสะดวกสบายและไม่ต้องเดินทางไปที่แหล่งรับชำระบริการแต่สามารถชำระผ่านบริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินได้ทันที สอดคล้องกับงานศึกษาของกฤษดิน ศิริตันตราภรณ์ และคณะ (2551) ศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของคนกรุงเทพฯ พบว่า การทำธุรกรรมบนธนาคารทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้ชำระสินค้าบริการและสาธารณูปโภคต่างๆ เชื่ียอดเงินคงเหลือในบัญชี โอนเงินระหว่างบัญชี เพราะมีความสะดวกสบาย รวดเร็วไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร ซึ่งการชำระสินค้าและบริการเป็นธุรกรรมที่ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเลือกใช้บริการมากที่สุด

ช่องทางที่ทำธุรกรรมน้อยสามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยลูกค้าส่วนใหญ่เลือกทำธุรกรรมของธนาคารออมสินผ่านการใช้บริการที่สาขาอยู่ร้อยละ 31.3 และลูกค้าเลือกทำธุรกรรมผ่านบริการธนาคารทางโทรศัพท์อยู่ร้อยละ 45.3 และลูกค้าเลือกใช้บริการผ่านทางตู้ ATM/ADM อยู่ร้อยละ 18.1 นั่นเพราะลูกค้าแต่ละคนอาจจะมีวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกันและยังมีธุรกรรมอื่นที่แอปพลิเคชันทำได้ไม่ครอบคลุม ธนาคารจึงควรเพิ่มรูปแบบการทำธุรกรรมธนาคารทางโทรศัพท์ให้มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการมากขึ้นสอดคล้องกับงานศึกษาของสุวิสา สุรังสิมันต์กุล (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่าช่องทางในการทำธุรกรรมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน โดยการทำธุรกรรมที่มีความซับซ้อนผู้ใช้บริการอาจจะเลือกทำธุรกรรมผ่านทางสาขานี้ แต่การทำธุรกรรมที่ทำได้ง่ายผู้ใช้บริการอาจจะเลือกบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมเพราะประหยัดเวลาค่าใช้จ่ายในการเดินทางทำได้รวดเร็วและสะดวกมากขึ้น ซึ่งบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเริ่มมีปริมาณการสมัครใช้บริการและทำธุรกรรมผ่านช่องทางนี้มากขึ้น

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยตัวแปรค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อช่องทางอื่น มีผลต่อความน่าจะเป็นที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินน้อยกว่าการเลือกทำธุรกรรมผ่านทางช่องทางอื่นอยู่ร้อยละ 17.3 เพราะการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอื่นอาจทำให้ลูกค้าประทับใจและเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ ส่วนตัวแปรอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับคุณสมบัติ มีความน่าจะเป็นที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินอยู่ร้อยละ 11.5 ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากแม้บริการจะมีค่าธรรมเนียมแต่เมื่อเทียบกับคุณสมบัติและปัจจัยอื่น เช่น ค่าเดินทางและเวลาอาจทำให้ลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มากกว่าที่จะมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร สอดคล้องกับงานศึกษาของชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร (2557) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ KTB Netbank ซึ่งผู้ใช้บริการจะคำนึงถึงค่าบริการในการทำธุรกรรมประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการในการทำธุรกรรมในแต่ละครั้ง และจะเกิดความพึงพอใจเมื่อผู้ใช้บริการเปรียบเทียบถึงประโยชน์ที่ได้รับกับค่าบริการที่ต้องสูญเสียไปจากการใช้บริการในแต่ละครั้ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยการโฆษณาบริการผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ มีความน่าจะเป็นที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินอยู่ที่ร้อยละ 10.5 เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดผ่านการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในช่องทางต่างๆไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา จะทำให้ลูกค้าใหม่ได้รับรู้และเข้าใจในคุณสมบัติและสมัครใช้บริการมากขึ้นสอดคล้องกับงานศึกษาของพัชรินทร์ แสนศิริพันธุ์ (2555) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของวัยกลางคนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ว่าจะเป็น การแจกของ การประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้ง ซึ่งจะเป็สิ่งจูงใจและกระตุ้นให้ลูกค้าเลือกใช้บริการและทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งจนเกิดการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติที่ดีในการทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งและจะเลือกใช้บริการต่อไป

ส่วนตัวแปรอื่นๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีกับธนาคารออมสิน คือ สลากออมสิน ประเภทธุรกรรมที่ใช้บ่อยของธนาคารออมสิน คือ บริการฝาก/ถอน แหล่งรับรู้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน คือ ป้ายโฆษณาสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การทำรายการไม่ซับซ้อนมีความสะดวกรวดเร็ว ปัจจัยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อธนาคารอื่น

ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีความเหมาะสม และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ คือ ช่องทางการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน ไม่สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี1 จังหวัดชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการทางโทรศัพท์ให้สามารถให้บริการได้หลากหลาย รวมถึงการหาช่องทางบริการรูปแบบใหม่นำมาปรับใช้ให้เกิดความทันสมัยและสะดวกต่อผู้ใช้งาน เพิ่มกลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เมื่อเทียบกับบริการช่องทางอื่นเพื่อให้ผู้ใช้บริการยอมรับบริการธนาคารทางโทรศัพท์เข้ามาเป็นเครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้ธนาคารควรพัฒนารูปแบบการให้บริการให้สามารถใช้งานได้ง่ายเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและใช้บริการอย่างต่อเนื่อง
2. ธนาคารควรส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีชื่อเสียงในด้านผู้ให้บริการในธุรกรรมทางการเงินที่ทันสมัย สร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ให้บริการเกิดความมั่นใจในองค์กร รวมถึงให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ให้ลูกค้าเชื่อมั่นในการใช้บริการ และควรพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถของพนักงานผู้ให้บริการให้สามารถตอบปัญหาและให้ความช่วยเหลือในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจนถูกต้อง ซึ่งจะเป็นการเพิ่มการใช้บริการของลูกค้าและจงใจให้ประชาชนใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ให้เป็นไปตามแนวทางสังคมไร้เงินสดที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้า

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะจงและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนมากขึ้น
2. ควรเพิ่มขอบเขตในการศึกษาทั้งในด้านพื้นที่และประชากร คือ ขยายพื้นที่การศึกษา เพื่อให้การศึกษามีความน่าเชื่อถือและได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ในวงกว้าง และขอบเขตในด้านปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา ควรเพิ่มปัจจัยด้านอื่นๆ เพื่อให้ผลการศึกษา มีความชัดเจนครอบคลุมส่วนสำคัญของบริการมากขึ้น
3. ควรทำการศึกษาปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบจากการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ และทำการศึกษาได้ตรงจุดเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปแก้ไขปรับปรุงพัฒนาบริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- กฤษติน ศิริตันตราภรณ์และคณะ. (2551). *ทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของคนกรุงเทพฯ*.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
กรุงเทพฯ.
- คมสัน สุริยะ. (2552). *แบบจำลองโลจิสติก: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์*
(Online). <https://www.tourismlogistics.com>. 17 ตุลาคม 2560.
- จุไรพร วงษ์เรียนรอต. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารโทรศัพท์มือถือของลูกค้า
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)*. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ใน
เขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชัยญาพัทธ์ จงทวี. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking
ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ณัฐณี ศุภกิจวานิชย์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคาร
ออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
ประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. พิมพ์ครั้งที่
1. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนสามัญปิซิเนสส์แอนด์ดี.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ
Internet Banking 2555 - 2559* (Online). <https://www2.bot.or.th>, 29 พฤศจิกายน
2560.
- ธนาคารออมสิน. (2560). *เอกสารประชาสัมพันธ์ MyMo* (Online). <https://www.gsb.or.th>,
16 ธันวาคม 2560.
- ธนาคารออมสิน ภาค15. (2560). *ผลการดำเนินงานธนาคารออมสิน ภาค15* รายงานการประชุม
ประจำเดือน. ธนาคารออมสิน ภาค15. (อัดสำเนา)
- นิลสัน ประเทศไทย . 2559. Top 10 โมบาย แอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด (Online).
<https://mgronline.com>, 23 ธันวาคม 2561
- ปัญญา สุนทรปิยะพันธ์. (2552). *พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบ่งกึ่งของกลุ่มนักศึกษาระดับ
บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์

มหบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

พัชรินทร์ แสนศิริพันธุ์. (2555). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต* *แบบค์ึ่งของวัยกลางคนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. จุฬินพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต* สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

ภัทรา มหามงคล. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของ* *ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ* *มหบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.*

วิสา สุรังสิมันต์กุล. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทย* *พาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ* *เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.*

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2550). *การวิเคราะห์พหุระดับ Multi-level analysis. พิมพ์ครั้งที่ 4.* *กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ธีระฟิล์ม และ* *ไซเท็ก จำกัด.*

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์* *มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*

**อิทธิพลของความร่วมมือกันระหว่างเกษตรกรกับโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้
ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออก
จังหวัดจันทบุรี**

**The Influence of the cooperation of Agriculturists and the Fruits
packaging and sorting Plants that have an effect on the financial
implementation of the Fruits packaging and sorting Plants for Export,
Chanthaburi Province**

พิมพ์ชนก แสงนิติเดช(Pimchanok Sangnitidaj) * พงศ์ภัค บานชื่น(Pongpak Banchuen)

สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

*Corresponding author. Email: pimchanok.san1@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ที่มีผล ต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าในเขตจังหวัดจันทบุรี 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี และ 3) วิเคราะห์ความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี จำนวน 190 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ One way ANOVA การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

จากผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า พบว่าด้านระยะเวลาในการดำเนินงานและประเทศที่ทำการส่งออกที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า ส่วนด้านจำนวนพนักงานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า 2) ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าด้านการสื่อสาร ด้านความร่วมมือ และด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินมีผลต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่า ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้า ปัจจัยย่อยด้านการสื่อสาร ด้านความร่วมมือและความพึงพอใจของลูกค้า สามารถร่วมกันพยากรณ์การผลการดำเนินงานด้านการเงินได้ร้อยละ 47.30 ($R^2 = 0.473$) และสามารถอธิบายผลการดำเนินงานด้านการเงินร้อยละ 30.70 (adjust $R^2 = 0.307$)

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ ความร่วมมือ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

Abstract

The purposes of this research were 1) to study a factor regarding general information of entrepreneurs of the Fruits packaging and sorting Plants that had an effect on the cooperation between the trading partners in the area of Chanthaburi Province; 2) to analyze a relation between the cooperation of the trading partners and the satisfaction of the customers of the Fruits packaging and sorting Plants business in the area of Chanthaburi Province; 3) to analyze the cooperation between the trading partners and the satisfaction of the customers that had an effect on financial implementation of the Fruits packaging and sorting Plants business in the area of Chanthaburi Province.

The assumptions of this research were divided into 3 clauses, the results of the study found that 1) a factor regarding different general information of entrepreneurs of the Fruits packaging and sorting Plants did not have an effect on the cooperation between the trading partners; however, it was found that the aspects of the duration for implementation and different target countries for the export had an effect on the cooperation between the trading partners, but the aspect of the different number of staff did not have an effect on the cooperation between the trading partners; 2) the relation between the cooperation between the trading partners and the satisfaction of the customers found that the communication, cooperation and trust had a relation to the satisfaction of the customers with the statistical significance at the level of 0.05; 3) the aspect of the cooperation between the trading partners and the satisfaction of the customers that had an effect on the result of financial implementation and affected each other significantly in statistic at the level of 0.05. The results of the study were summarized that the aspect of the cooperation between the trading partners, sub factor regarding the communication, the cooperation and the satisfaction of the customers could be jointly forecasted the financial implementation at 47.30 percent ($R^2 = 0.473$) and 30.70 percent (adjust $R^2 = 0.307$)

Keywords: Entrepreneurs, Collaboration, Financial Performance

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ตั้งในภูมิศาสตร์เขตร้อนมีความได้เปรียบในทางด้านสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศสามารถให้ผลผลิตผลไม้ในเขตเมืองร้อนได้หลากหลายชนิด ทำให้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศมีการประกอบอาชีพ

เกษตรกรรมอย่างแพร่หลายในทุกภูมิภาคทั้งนี้ยังสามารถเพาะปลูกพืชผักและผลไม้ได้หลากหลายชนิด โดยเฉพาะผลไม้ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 5 ของประเทศ ในปี พ.ศ.2559 มีมูลค่าการส่งออกผลไม้อยู่ที่ 45,217.39 ล้านบาท การส่งออกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 0.42 มีการขยายตัวมากขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2558 ช่วง (มกราคม-ตุลาคม) รองจากข้าว,ยางพารา,ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และไก่แปรรูป โดยปริมาณผลไม้ที่มีการส่งออกมากที่สุด 3 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่ ทูเรียน ปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 17,468.60 ล้านบาท ลำไย ปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 11,616.40 ล้านบาทและมังคุด ปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 4,274,104 ล้านบาท การค้าระหว่างประเทศ (2560) ทั้งนี้ในปีพ.ศ.2559 เดือนมกราคม-ธันวาคมผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ส่วนใหญ่นั้นมาจากจังหวัดจันทบุรี โดยมีปริมาณทูเรียน 230,715,416 กิโลกรัม/ปี ปริมาณลำไย 184,064,646 กิโลกรัม/ปี ปริมาณมังคุด 84,215,210 กิโลกรัม/ปี กรมส่งเสริมการเกษตร (2560) จากการศึกษาจังหวัดจันทบุรีจึงเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งออกผลไม้ของประเทศไทย

เนื่องจากปัจจุบันมีคู่แข่งที่สำคัญได้แก่ ประเทศจีน ฟิลิปปินส์ เวียดนาม มาเลเซียที่ส่งออกผลไม้สดบางชนิดคล้ายกับของประเทศไทยได้ในราคาต่ำกว่าและมีคุณภาพตรงกับรสนิยมของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิ์เลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการ ทั้งในด้านคุณภาพและราคาที่ย่อมเยา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2560) ส่งผลให้ประเทศไทยประสบปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกผลไม้ได้แก่ ด้านราคาที่แพงกว่าเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน การผลิตคุณภาพของผลผลิตได้มาตรฐานแต่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด อีกทั้งยังมีสารเคมีตกค้างในสินค้า การขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตรกรรมรวมถึงเกษตรกรในประเทศยังขาดความรู้ความสามารถที่จะนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มผลผลิต และการขาดความรู้ในการดูแลและป้องกันผลผลิต ส่งผลให้ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตในแต่ละปีไม่แน่นอนอีกด้วย จากงานวิจัยของ กำจัด เล่ห์มงคล, รุ่งอรุณ สาสนหาญาดิ, นราวุธ ทองมะโรงสี และสุจิตตา หงษ์ทอง (2559: 180-181) แสดงให้เห็นว่าปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปประเทศจีน มีดังนี้ ด้านแรงงานไม่ใส่ใจในคุณภาพการเก็บเกี่ยว ขาดการวางแผนการลงทุน ด้านการจัดระบบการทำงานยังไม่มีประสิทธิภาพ เช่นการจัดคิว ทำให้การทำงานล่าช้า ด้านการวางแผนการผลิตตามความต้องการลูกค้า เช่นการติดต่อระหว่างผู้รวบรวม/ผู้ประกอบการส่งออกกับเกษตรกร ไม่ชัดเจนทำให้เกษตรกร

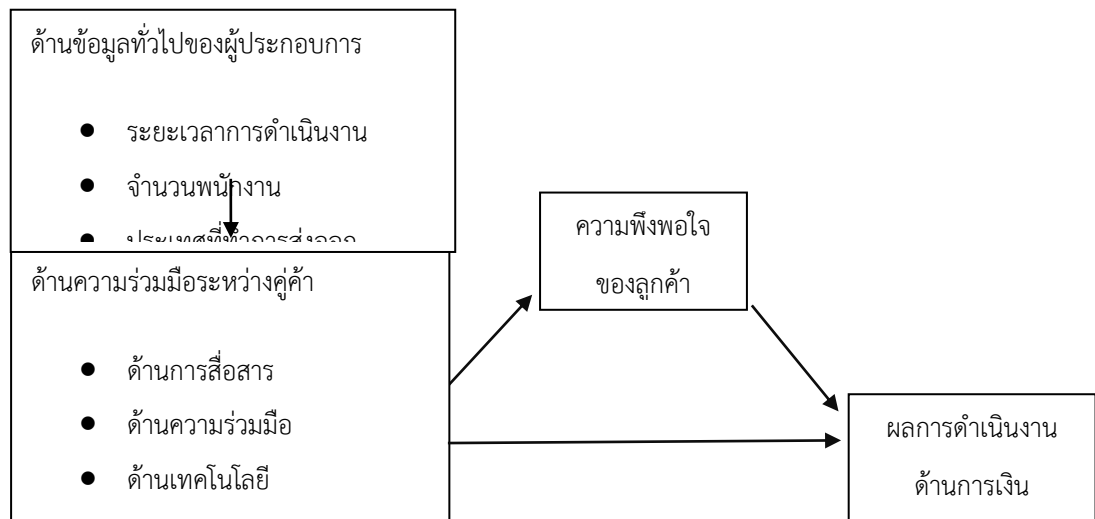
คาดการณ์ผลผลิตอย่างคร่าวๆทำให้ปริมาณผลผลิตมากกว่าหรือน้อยกว่าที่แจ้ง ด้านการจัดประชุมอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร โดยเกษตรกรมีความรู้ไม่มากนักยังไม่เข้าใจกลไกการตลาดต่างประเทศ ด้านการหาแนวทางแก้ปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่ตื่นตัวกับการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะปลูก เป็นต้น จากอุปสรรคและปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ปริมาณการส่งออกกล้วยไข่ของไทยยังมีปริมาณส่งออกไม่แน่นอนเนื่องจากมีข้อจำกัดมากมาย ทั้งจากคุณภาพตัวสินค้าที่ไม่ตรงตามมาตรฐานคุณภาพของประเทศผู้นำเข้าสินค้า การควบคุมต้นทุนการดำเนินงานเพื่อกำหนดราคาสินค้าที่แข่งขันได้และความรู้เกี่ยวกับข้อตกลงทางการค้าเสรีระหว่างประเทศเพื่อการได้รับประโยชน์มากขึ้นระหว่างประเทศคู่ค้าทำให้ประเทศไทยสูญเสียโอกาสศักยภาพในการแข่งขันและการขยายตลาดของการส่งออก

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงปัญหาและความสำคัญที่เกิดขึ้นในภาวะการแข่งขันที่สูง ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดและสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของความร่วมมือกันระหว่างเกษตรกรกับโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี ซึ่งจากสถิติที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่า ถึงแม้ว่าจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่ให้ผลผลิตผลไม้มากที่สุดและมีความหลากหลายในการผลิตผลไม้ การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านการสร้างความร่วมมือในโซ่อุปทานจึงมีส่วนสำคัญ ยังมีความจำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องในหลายๆ ด้านไม่เพียงแต่มุ่งเน้นพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญในด้านอื่นๆ เพื่อรักษามาตรฐานและศักยภาพในการส่งออกความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าทางการเงินอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ที่มีผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าในเขตจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อวิเคราะห์ความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการด้านการเงินของธุรกิจโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า

สมมุติฐานที่ 1.1 ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า

H0: ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าไม่แตกต่างกัน

H1: ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 1.2 จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า

H0: จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าไม่แตกต่างกัน

H1: จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 1.3 ประเทศที่ทำการส่งออกที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า

H0: ประเทศที่ทำการส่งออกที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าไม่แตกต่างกัน

H1: ประเทศที่ทำการส่งออกที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับความพึงพอใจของลูกค้า

สมมุติฐานที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H0: ด้านการสื่อสารไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H1: ด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สมมติฐานที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความร่วมมือส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H0: ด้านความร่วมมือไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H1: ด้านความร่วมมือมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สมมติฐานที่ 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H0: ด้านเทคโนโลยีไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H1: ด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สมมติฐานที่ 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความไว้วางใจส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H0: ด้านความไว้วางใจไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H1: ด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สมมติฐานที่ 3 ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

สมมติฐานที่ 3.1 ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

H0: ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

H1: ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรเป้าหมาย ผู้ประกอบการโรงคัดแยกบรรจุผลไม้ หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีสายงานในการคัดแยกสินค้า และสายงานด้านการส่งออกผลไม้ ที่ประกอบการในเขตจังหวัดจันทบุรี ผู้ประกอบการโรงคัดแยก จังหวัดจันทบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น โดยมีจำนวนประชากร 190 ราย กรมวิชาการเกษตร (2561)

การคัดเลือกตัวอย่าง ประชากรทั้งหมดในเขตจังหวัดจันทบุรีที่มีรายชื่อในฐานข้อมูลทั้งหมดจำนวน 190 ราย ทั้งนี้จากการคำนวณของยามานะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 129 ราย ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมด 190 ราย ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณเป็นกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลทั้งหมดเพื่อให้ผลการศึกษามีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่จัดทำขึ้นโดยค้นคว้าจากเอกสารและผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับปรุงข้อคำถามให้สอดคล้องกับบริบทในการศึกษา เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านข้อมูลทั่วไปเป็นข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ประกอบการแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบคำถามปลายเปิด ได้แก่ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และประเทศที่ทำการส่งออก

ส่วนที่ 2 ตอนที่ 1 แบบสอบถามด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าของผู้ประกอบการธุรกิจโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี จำนวน 4 ด้านได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านความร่วมมือ ด้านเทคโนโลยี และด้านความไว้วางใจ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านความพึงพอใจของลูกค้ากับผลการดำเนินงานด้านการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี

ในส่วนแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นลักษณะคำถามปลายปิด ซึ่งในข้อความแบบสอบถามจะมีคำถามทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ โดยทุกข้อคำถามมีการกำหนดเป็น 5 ระดับตามแบบ Likert's scale

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อธุรกิจโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ในเขตจังหวัดจันทบุรี

การทดสอบเครื่องมือ การทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านได้พิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของคำถาม แต่ละข้อว่าตรงตามจุดประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยค่าที่ได้ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จากการทดสอบแบบสอบถามงานวิจัยนี้ค่าความเที่ยงตรงที่ได้อยู่ในช่วง 0.67-1.00 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ใน จังหวัดระยองจำนวน 30 ผู้ประกอบการ นำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach ค่าที่ได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 ชีระ กุลสวัสดิ์ (2558: 1-2) จากผลการทดสอบแบบสอบถามด้านการสื่อสาร ด้านความร่วมมือ ด้านเทคโนโลยี ด้านความไว้วางใจ ความพึงพอใจของลูกค้าและผลการดำเนินงานด้านการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.82 0.72 0.89 0.84 0.87 และ 0.81 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่า One way ANOVA ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) วิธี Stepwise

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความร่วมมือกันระหว่างเกษตรกรกับโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยเป็นดังนี้

ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และประเทศที่ทำการส่งออก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 6-10 ปีจำนวน 56 ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 29.47 โดยมีจำนวนพนักงาน 26-50 คน จำนวน 107 ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 56.31 และ ประเทศจีนเป็นประเทศที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการส่งออกมากที่สุดถึง จำนวน 118 ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 62.11

ผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์โดยกำหนดการแปลความหมายไว้ ดังนี้

เกณฑ์ (ค่าเฉลี่ย)	แปลความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้า ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านความร่วมมือ ด้านเทคโนโลยี ด้านความไว้วางใจ จากการวิจัยพบว่าด้านการสื่อสาร ด้านเทคโนโลยี และด้านความไว้วางใจ มีความร่วมมือระหว่างคู่ค้าอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 4.21 และ 4.21 ตามลำดับ ส่วนด้านความร่วมมือมีความร่วมมือระหว่างคู่ค้าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ความพึงพอใจของลูกค้า มีความสำคัญกับความร่วมมือระหว่างคู่ค้า โดยรวมในระดับสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ผู้ประกอบการมีหลักการทำงานที่เป็นระบบ โปร่งใส ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ด้านผลงานดำเนินการด้านการเงิน พบว่า ผลงานดำเนินการด้านการเงินมีความสำคัญกับความร่วมมือระหว่างคู่ค้าโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด 4.28 และด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด

ได้แก่ ผู้ประกอบการมีการจัดการระบบงาน การพิจารณา และมีการตัดสินใจอย่างรอบคอบเพื่อให้ธุรกิจบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

สรุปและอภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ด้านจำนวนพนักงาน และด้านประเทศที่ทำการส่งออก พบว่ามีเพียง 2 ด้านเท่านั้นที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน และด้านประเทศที่ทำการส่งออก ส่วนด้านจำนวนพนักงานนั้นไม่ส่งผลอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. ปัจจัยด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์สูงที่สุด

3. ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านความร่วมมือ และด้านการสื่อสาร มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินตามลำดับ

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Stepwise

ปัจจัย	R	R ²	Adj R ²	SEE	F	P
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า	0.633	0.401	0.398	0.324	125.858	0.000*
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า	0.675	0.456	0.450	0.310	78.280	0.000*
ด้านความร่วมมือ						
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า	0.688	0.473	0.465	0.306	55.707	0.000*
ด้านความร่วมมือ ด้านการสื่อสาร						

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 สรุปได้ว่า เมื่อเพิ่มตัวแปรพยากรณ์เข้าไปในสมการครั้งละหนึ่งตัวเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยต่างๆ กับผลการดำเนินงานด้านการเงินในแต่ละขั้นตอน แล้วจะพบว่า ค่าอำนาจการพยากรณ์ (R^2) เพิ่มขึ้น และค่าความคลาดเคลื่อนลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งประกอบไปด้วยด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านความร่วมมือ และด้านการสื่อสาร ในขณะที่ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และด้านความไว้วางใจ เมื่อนำเข้าสู่สมการแล้วพบว่าค่าอำนาจการพยากรณ์เพิ่มขึ้นอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงถูกนำออกจากสมการพยากรณ์

ตาราง 2 ตัวแปรที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่ปรับ มาตรฐาน (b)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ปรับมาตรฐาน (Beta)	t
ค่าคงที่	0.665	-	2.277
ด้านการสื่อสาร	0.141	0.148	2.491
ด้านความร่วมมือ	0.193	0.204	3.172
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า	0.537	0.501	8.357

R = 0.688, R² = 0.473, adjust R² = 0.465, SEE = 0.306, F = 55.71, Sig of F = 0.000

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 สามารถอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับทางสถิติ โดยสามารถอธิบายผลการดำเนินงานด้านการเงินได้ร้อยละ 47.3 (R² = 0.473) และสามารถอธิบายผลการดำเนินงานด้านการเงินร้อยละ 30.70 (adjust R² = 0.307) โดยมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SEE) เท่ากับ 0.306

สมการความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในรูปคะแนนดิบดังนี้

ผลการดำเนินงานด้านการเงิน = 0.665 + 0.141 (ด้านการสื่อสาร) + 0.193 (ด้านความร่วมมือ) + 0.537 (ด้านความพึงพอใจของลูกค้า)

สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปของคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

ผลการดำเนินการด้านการเงิน = 0.501 (ด้านความพึงพอใจของลูกค้า) + 0.204 (ด้านความร่วมมือ) + 0.148 (ด้านการสื่อสาร)

อภิปรายผลงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า

1.1 ระยะเวลาการดำเนินงาน ของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการที่ผู้วิจัยลงพื้นที่นั้นพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ดำเนินการมาเป็นระยะเวลานานจะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ามากกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อย เนื่องจากมีการซื้อขายกันมายาวนานส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ มีการยอมรับมีความน่าเชื่อถือในสินค้า และการบริการ ทั้งนี้พบว่าลูกค้าก็ยังกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงยังมีลูกค้ารายใหม่เข้ามาเพิ่ม ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของ สุรวดี ฤทธิริน (2554:71-78) ที่ทำการศึกษาเรื่องการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านขายยาอิสระในพื้นที่อำเภอเมือง

จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าร้านที่ตั้งอยู่ในทำเลหลักส่วนใหญ่เปิดบริการมานานมากกว่า 15 ปี ส่วนร้านที่ตั้งอยู่ท่าเลร่อง เปิดให้บริการระหว่าง 4-15 ปี โดยระยะเวลาที่เปิดดำเนินการหรืออายุของกิจการ ช่วยเพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน การดูแลเอาใจใส่คนไข้ และการสร้างความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังสร้างความพึงพอใจให้กับคนไข้ได้ดีกว่าร้านที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน น้อย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียานุช เอ็มสิงห์ (2555: 142) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สินค้าในธุรกิจขนส่งขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี จากการศึกษาพบว่าระยะเวลาประกอบธุรกิจมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สินค้าเพื่อการพาณิชย์ของผู้บริโภค โดยลักษณะทั่วไปของกิจการด้านระยะเวลานานในการประกอบธุรกิจสามารถสร้างกำไรได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพฤติกรรมการเลือกใช้สินค้าเพื่อการพาณิชย์ของผู้บริโภคนั้นมาจากชื่อเสียงของสถาบันทางการเงินขึ้นอยู่กับระยะเวลาประกอบธุรกิจของกิจการ เหตุผลอาจเป็นเพราะระยะเวลาประกอบธุรกิจอาจเป็นตัวบ่งชี้ถึงความมั่นคงของกิจการ

1.2 จำนวนพนักงานของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการศึกษาผู้วิจัยมีความเห็นดังนี้ ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานน้อยนั้นสามารถปรับแผนการผลิต ควบคุมจัดการงานได้ดีและรวดเร็ว ทั้งนี้การทำงานที่คล่องตัวมากกว่าอาจส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรเพ็ญ ชาประดิษฐ์ (2557: 83) ที่ได้ศึกษาในเรื่องการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม โดยผลการวิจัยพบว่าธุรกิจเจ้าของคนเดียวเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็ก การทำงานจะไม่ซับซ้อนทำให้มีอิสระและมีความคล่องตัวเต็มที่และสะดวกในการตัดสินใจ อีกทั้งงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2554: 53-54) ศึกษาเรื่อง การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการวัดผลปฏิบัติแบบดุลยภาพ ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย มีผลการวิจัยไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของประเทศไทยมีพนักงานน้อยกว่า 20 คน หรือธุรกิจขนาดเล็ก มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพไว้วางใจและเชื่อถือได้ในระยะยาว รวมถึงมีการผลิตสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องทำให้เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าในระยะยาว ทำให้สามารถสร้างรายได้ให้กับธุรกิจเพิ่มขึ้น

1.3 ประเทศที่ทำการส่งออกของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการส่งออกแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน ทำให้ความร่วมมือระหว่างคู่ค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การส่งออกผลไม้ไปบางประเทศนั้นมีข้อกำหนดกฎหมายที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการที่ทำการส่งออกไม่มีข้อมูลอย่างเพียงพอในการ

ส่งออกผลไม้ไปยังบางประเทศ ดังนั้นทางหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาส่งเสริมข้อมูลให้ ความรู้แก่ผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงข้อกำหนดกฎหมายในการส่งออกผลไม้ ได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพล รังสุทธิภูธร (2557: 181) ศึกษาเรื่องโอกาสและ อุปสรรคของอุตสาหกรรมการส่งออกผลไม้ไทยในตลาดอินเดียและบังคลาเทศ พบว่าความแตกต่างใน การขนส่งจากไทยไปยังตลาดอินเดียและบังคลาเทศ ซึ่งในขณะนั้นก็พบเห็นถึงปัญหาดังแต่น้ำที่ยัง ขาดข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการส่งออกยังไม่มี ความเข้มแข็ง ซึ่งใกล้เคียงกับ การศึกษาของ อูมา วรรณชัย (2555: 72-73) ศึกษาเรื่อง การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไป สาธารณรัฐประชาชนจีน จากผลการศึกษาพบว่าข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับ สาธารณรัฐประชาชนจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกผลไม้สดได้แก่ ทูเรียน ลำไย และมังคุด

2. ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับความพึงพอใจของลูกค้า

2.1 ด้านการสื่อสารของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรีที่มีความสัมพันธ์ ต่อความพึงพอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตาม สมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ประกอบการที่มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่ค้าอย่างเป็น ประจักษ์นั้น ทำให้ผู้ประกอบการบรรเทาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ทำให้สามารถตอบสนองต่อความ ต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่คู่ค้า ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อการส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดลูกผสมแบบมี สัญญาผูกพันในอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ของเชษฐ สวຍงาม (2550: 95) พบว่าด้านการสื่อสาร ทำให้เกษตรกรมีความพึงพอใจในระดับมากในประเด็นความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ เกษตรกร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ อาจส่งผลให้เกษตรกรจัดการแปลงผลิตให้ได้มาตรฐานมากขึ้น รวมถึงผลผลิต ที่จะได้สูงขึ้น อีกทั้งยังใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ฉลองชัย ชุ่มชื่น (2555 : 98) ที่ได้ศึกษาในเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการส่งเสริมการผลิตพืชอาหารสัตว์ภายใต้โครงการวิจัยและทดสอบ พันธุ์กระบือของศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์สุรินทร์ ด้านการสื่อสารพบว่าเกษตรกรได้รับความรู้จาก การเข้าร่วมโครงการวิจัยและทดสอบพันธุ์กระบือของศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์สุรินทร์ มีความพึง พอใจอยู่ในระดับมากเนื่องจาก สามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรอย่างได้ผล ที่ทำให้ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการไปหาพืชอาหารสัตว์จากแหล่งอื่นมาเลี้ยงกระบือในช่วงฤดูฝนทำให้ เกษตรกรสามารถนำเวลาที่เหลือไปใช้ในการประกอบอาชีพทั้งในภาคเกษตร และนอกภาคเกษตร หา เลี้ยงครอบครัวได้มากขึ้น และมีรายได้จากการเลี้ยงกระบือเฉลี่ย 26,560 บาท/ครัวเรือน

2.2 ด้านความร่วมมือของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรีที่มี ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุตาพรรณ ขัติยะเนตร (2552: 111)

เรื่องการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจและสังคมของการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้คุณภาพดีเพื่อการส่งออก พบว่า กลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตมังคุด และทุเรียนคุณภาพ อ.เขาคิชฌกูฏ จ.จันทบุรี พบว่า ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของเกษตรกร ภายหลังจากการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายทำให้ปริมาณผลผลิตมังคุดและทุเรียนที่มีคุณภาพของกลุ่มเกษตรกรมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยปริมาณการส่งออกมังคุดเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 50 และปริมาณการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 55 เป็นร้อยละ 70 และมีราคาการส่งออกสูงขึ้นจากเดิมร้อยละ 10 อีกทั้งไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ อูรสา บัวตะมะ และคณะ (2549: 3) การศึกษากระบวนการทางการตลาดทุเรียนของเบญจภาศีส่งออกผลไม้จังหวัดจันทบุรี จากงานวิจัยพบว่า การร่วมกันในรูปแบบพันธมิตร (Cluster) เพื่อให้เกิดความร่วมมือและช่วยเหลือกันและกันของกลุ่มผู้ผลิตผลไม้ ผู้ส่งออก และกลุ่มที่เกี่ยวข้องนำไปสู่ การพัฒนาศักยภาพทั้งด้านการผลิตและการตลาดอย่างครบวงจร

2.3 ด้านเทคโนโลยีของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรีมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการที่สถานประกอบการนำเทคโนโลยีมาใช้ควบคู่กับการทำงานสามารถช่วยให้การประสานงานระหว่างกับลูกค้าและฝ่ายต่างๆเป็นไปได้อย่างสะดวก เช่น การใช้อีเมล อินเทอร์เน็ต โนบายแอปพลิเคชันในการสื่อสารและทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ช่วยลดขั้นตอนการทำงาน ระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเกษตรกรขนาดเล็กหรือเกษตรกรที่ดำเนินการมานานยังเข้าไม่ถึงระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย เนื่องมาจากส่วนใหญ่เกษตรกรไม่มีความรู้ ทั้งนี้การที่จะพัฒนาระบบเทคโนโลยีให้เข้าถึงได้นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้าไปให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง ทำให้สามารถลดเวลาและต้นทุนลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pickernell et al. (2004: 207) เกษตรกรในเวลส์มีกลุ่มสมาคมใช้เครือข่ายออนไลน์ สมาชิกในกลุ่มนั้นจะได้รับการฝึกอบรมอย่างเหมาะสม เครือข่ายนี้สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง ด้วยการเพิ่มผลประโยชน์ในเครือข่ายของเกษตรกร สามารถสร้างการเติบโตในด้านการจัดการความร่วมมือเนื่องจากเกษตรกรในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ผลผลิตค่อนข้างต่ำ ส่วนหนึ่งมาจากการนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศมาใช้ในการจัดการและการตลาดดิจิทัลไม่กว้างขวางนัก และยังไม่เชื่อมโยงเทคโนโลยีที่ทันสมัยไปสู่เกษตรกรรายย่อยรากหญ้าที่ครอบคลุม ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ Baourakis et al. (2002: 589-590) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของอีคอมเมิร์ซในภาคเกษตร พบว่าอินเทอร์เน็ตสามารถให้ประโยชน์อย่างมากทั้งการค้า B2C และ B2B เช่น ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมที่ลดลง ทั้งนี้การใช้อีคอมเมิร์ซเริ่มมีแนวโน้มที่สูงขึ้นในภาคการเกษตร แต่ในส่วนภาคการเกษตรขนาดเล็กยังมีอัตราการเติบโตที่ช้า

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความไว้วางใจส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าด้านความไว้วางใจของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรีที่มี

ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการลงพื้นที่สำรวจแบบสอบถามและพูดคุยกับผู้ประกอบการ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการดำเนินงานด้วยความไว้วางใจที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการและคู่ค้านั้น ส่วนใหญ่มาจากการร่วมงานกันมาเป็นระยะเวลานาน อีกทั้งการที่ผู้ประกอบการผ่านการรับรองตามระบบการรับรองโรงงานผลิตสินค้าเกษตร ยิ่งสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้นรวมไปถึง ปัจจัยด้านการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพและตรงต่อเวลาที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของลูกค้าเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกานต์ สหวัชรินทร์ และคณะ (2556: 110-111) ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันภายใต้โซ่อุปทานของธุรกิจสหกรณ์การเกษตรไทย พบว่าการสื่อสารถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่ผู้บริโภคปลายน้ำเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ของเครือข่ายมากขึ้นเป็นการสร้างเสริมความเชื่อมั่นไว้วางใจ อีกทั้งยังใกล้เคียงกับงานวิจัยของ Lawson and Guthrie (2008: 21) ศึกษาเรื่องการสร้างมูลค่าด้วยความร่วมมือการสืบสวนตลาดเกษตรกรในประเทศนิวซีแลนด์ พบว่าการเติบโตของตลาดเกษตรกรในประเทศนิวซีแลนด์ นั้นได้รับความไว้วางใจจากประชาชนในชุมชนท้องถิ่นที่ออกมาใช้จ่ายมาก เนื่องจากการมีส่วนร่วมและความร่วมมือระหว่างผู้ค้าในตลาดเหล่านี้ในนิวซีแลนด์ สามารถระบุได้ว่าระดับความร่วมมือที่ตุนั้นส่งผลต่อประสิทธิภาพในแง่ของอัตรากำไรที่ตลาดได้รับเพิ่มมากขึ้น

3. ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

จากการศึกษาพบว่า ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน จากการศึกษพบว่า ด้านความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและความพึงพอใจของลูกค้าของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรีที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการเงิน มีผลต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านความร่วมมือ และความพึงพอใจของลูกค้า จากการศึกษาผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความร่วมมือระหว่างคู่ค้าที่ดีย่อมส่งผลให้ การประสานงานทางด้านการซื้อสินค้า การผลิต การจัดส่งสินค้า รวมไปถึงด้านอื่นๆ นั้นย่อมจะส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น สิ่งเหล่านี้นย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มากขึ้นและยังส่งผลไปถึงยอดขายอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณรินทร์ อัมทับ และคณะ (2558: 123) ศึกษาเรื่อง แบรินด์เนื่อโค :ปัจจัยแห่งความสำเร็จในมุมมองของห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน ความร่วมมือระหว่างเกษตรกรและสหกรณ์ พบว่าเกษตรกรจะมีความพึงพอใจมากหากได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเป็นระยะอย่างสม่ำเสมอจากสหกรณ์ สมาชิกจะมีความพึงพอใจการดำเนินงานของสหกรณ์ เมื่อสหกรณ์มีการบริหารงานอย่างมีหลักการและเป็นระบบ โปร่งใส การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของ สหกรณ์อย่างสม่ำเสมอ การมีจำนวนสมาชิกและทรัพย์สินเพิ่มขึ้นมีส่วนทำให้สมาชิกเชื่อมั่นถึงความมั่นคงของสหกรณ์ เห็นได้

จากความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและอยู่ในระดับที่สูง และงานวิจัยของ ภัทรภูมิ ไชยแก้ว (2553: 233) ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของการสื่อสารภายในห่วงโซ่อุปทานที่มีต่อกลยุทธ์การจัดซื้อและผลประกอบการด้านการเงินของธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร การที่องค์กรสามารถมีวัตถุดิบไว้เพื่อทำการผลิตและจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายในเวลา ย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและส่งผลให้เกิดความภักดีกับองค์กรได้ ซึ่งการรักษาลูกค้าเก่านั้นมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการหาลูกค้าใหม่ นอกจากนั้นการที่ลูกค้าพึงพอใจ แล้วเกิดกระแสการพูดกันปากต่อปากส่งผลต่อยอดขายก็เป็นได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่าด้านการสื่อสารที่ดีย่อมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินทั้งนี้ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ในจังหวัดจันทบุรีมีการแข่งขันกันสูง โดยส่วนใหญ่ส่งออกไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นควรมีการสื่อสารและส่งเสริมความรู้ด้านการรักษาคุณภาพของผลไม้ การเก็บรักษาที่ถูกต้อง รวมไปถึงการตรวจสอบคุณภาพที่ดี เพื่อลดการสูญเสียของผลไม้ที่ส่งออกไปยังต่างประเทศ
2. จากการศึกษาด้านความร่วมมือมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน รัฐบาลควรมีส่วนเข้ามามีส่วนร่วมรวมถึงการให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการให้มากขึ้น โดยเฉพาะข้อกฎหมาย ที่เอื้อต่อการติดต่อการค้าขายกับต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการในประเทศมีโอกาสและช่องทางใหม่ๆที่จะสามารถสร้างผลการดำเนินงานด้านการเงินที่ดียิ่งขึ้น โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางเพื่อทำการส่งออกไปยังต่างประเทศ
3. การรวมกลุ่มของผู้ส่งออกที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้น ยังมีสมาชิกค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อที่จะให้การส่งออกสามารถแข่งขันได้ในตลาดอย่างยั่งยืน การรวมกลุ่ม การร่วมกันแก้ไขปัญหา การแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล นั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งต่างประเทศได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาการวิจัยเพียงโรคคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออก เป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดเล็กการศึกษาครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มอื่น เช่น กลุ่มเกษตรกรกลุ่มพ่อค้าคนกลาง เป็นต้น เพราะเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนประชากรมากและมีความหลากหลายของข้อมูล
2. การวิจัยครั้งต่อไปอาจจะทำการศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติม ซึ่งอาจมีความเป็นไปได้ที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน เช่น ด้านราคาสินค้า ด้านความรวดเร็วในการส่งมอบ หรือ

ศึกษาตัวแปรอื่นที่มีผลต่อความร่วมมือระหว่างคู่ค้า เช่น ด้านการลดต้นทุนการผลิต คุณภาพสินค้าดี
ขึ้นของเสียลดลง

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความดูแลเอาใจใส่ และความกรุณาเป็นอย่างสูงของ
อาจารย์พงศ์ภัก บานชื่น อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์เติมศักดิ์ สุขวิบูลย์ ในการ
ให้คำปรึกษา ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ รวมทั้ง การตรวจแก้ไขเนื้อหาให้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
นับตั้งแต่การเริ่มต้นดำเนินงานจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณความกรุณาที่ได้รับ
เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุก
ท่านที่ให้ความช่วยเหลือ และให้ความรู้ด้านต่างๆ ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาในสาขาการบริหารและ
พัฒนาอุตสาหกรรม และขอบคุณผู้ประกอบการโรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรี
สำหรับการตอบแบบสอบถาม แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ
จนทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยคดาว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจ ในด้านอิทธิพลของความ
ร่วมมือกันระหว่างเกษตรกรกับโรงงานคัดแยกบรรจุผลไม้ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของ
โรงคัดแยกบรรจุผลไม้เพื่อการส่งออกจังหวัดจันทบุรี ไม่มากนักน้อย พร้อมกันนี้ หากเกิดข้อผิดพลาด
ประการใดทางคณะผู้วิจัยขอรับผิดชอบ และขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2560). *กรมส่งเสริมการเกษตร*. ค้นข้อมูลเมื่อ 22 มกราคม 2560, จาก
<http://www.production.doae.go.th>
- กรมวิชาการเกษตร. (2561). *รายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองตามระบบการรับรอง
โรงงานผลิตสินค้าเกษตร*. ค้นข้อมูลเมื่อ 22 มีนาคม 2561, จาก <http://www.doa.go.th>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2560). *กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ*.
ค้นข้อมูลเมื่อ 23 มกราคม 2560, จาก <http://www.ditp.go.th>
- การค้าระหว่างประเทศ. (2560). *การค้าระหว่างประเทศ*. ค้นข้อมูลเมื่อ 16 มกราคม 2560, จาก
<http://www.ops3.moc.go.th>
- กำจัด เลห์มมงคล และคณะ. (2559). *โครงการ การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของกล้วยไข่
ไทยรองรับการค้าเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา การส่งออกไปยัง*

- สาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- จันทร์เพ็ญ ขาประดิษฐ์. (2557). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีน
จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ฉลองชัย ชุ่มชื่น. (2555). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการส่งเสริมการผลิตพืชอาหารสัตว์ภายใต้
โครงการวิจัยและทดสอบพันธุ์กระบือของศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์สุรินทร์. (วิทยานิพนธ์
เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สุโขทัย
- เชษฐ สวงาม. (2550). ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อการส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด
ลูกผสมแบบมีสัญญาณผูกพันในอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก. (วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตร
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สุโขทัย
- ณัฐกานต์ สหวัชรินทร์ และคณะ. (2556). โครงการวิจัยแนวทางการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
ภายใต้โซ่คุณค่าของธุรกิจสหกรณ์การเกษตรไทย.: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย
(สกว.).
- ณัฐพล รังษฤษฏ์วรการ. (2557). โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมส่งออกผลไม้ไทยในตลาด
อินเดียและบังคลาเทศ. (วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). การจัดการความรู้. คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์. ค้นข้อมูลเมื่อ 11
พฤษภาคม 2561, จาก www.km.buu.ac.th
- ปริญญ์ เอิมสิงห์. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อในธุรกิจขนส่ง ขนาดกลางและขนาด
ย่อม (SMEs) ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครชลบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ชลบุรี
- ภัทรภูมิ ไชยแก้ว. (2553). ผลกระทบของการสื่อสารภายในห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่อกลยุทธ์การจัดซื้อ
และ ผลประกอบการด้านการเงินของธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยา
นิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2554). การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการ
ดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการวัดผลปฏิบัติแบบดุลยภาพ
ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ 2(1): 41-57
- วรรณิ์ อัมทับ และคณะ. (2558). แปรนด์เนื้อโค : ปัจจัยแห่งความสำเร็จในมุมมองของห่วงโซ่
อุปทานที่ยั่งยืน: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.).
- สุดาวรรณ ขัตติยะเนตร. (2552). การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจและสังคมของการรวมกลุ่ม
เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้คุณภาพดีเพื่อการส่งออก. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ

- สุรวดี ฤทธิริน. (2554). การศึกษาการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านขายยาอิสระในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, อุบลราชธานี
- อุมา วรณชัย. (2555). การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ
- อุรสา บัวตะมะ และคณะ. 2549. โครงการศึกษากระบวนการทางการตลาดทุเรียนของเบญจภาคีส่งออกผลไม้จังหวัดจันทบุรี: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.)
- Baourakis, G. and et al. (2002). The impact of e-commerce on agro-food marketing the case of agricultural cooperatives, firms and consumers in Crete. British Food Journal, 104(8), 580-590.
- Lawson, R. and Guthrie, J. (2008). Creating value through cooperation An investigation of farmers' markets in New Zealand. British Food Journal, 110 (1), 11-25.
- Pickernell, D.-G. and et al. (2004). Farmers' markets in Wales: making the 'Net work. British Food Journal, 106(3), 194-210

ปัญหาการทวงถามหนี้ตามพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558

ศึกษากรณีการคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล

Problems in Debt Collection in Accordance with Debt Collection Act

2015 A Case Study of Cooperate Representative Loans Protection

อุทิศ จิตรทะวงศ์¹

¹นักศึกษาปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่

บทคัดย่อ

พระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 มุ่งคุ้มครองพฤติการณ์ความรู้สึกของลูกหนี้ประเภทบุคคลธรรมดาตามกฎหมายเป็นสาระสำคัญ เพราะบุคคลธรรมดาเป็นบุคคลมีความรู้สึกนึกคิด ตามอารมณ์ความรู้สึกและตามสิทธิทางกายภาพบนพื้นฐานของหลักธรรมชาติของบุคคลทั่วไปจากการบัญญัติข้อกำหนดดังกล่าวไม่มีความชัดเจนถึงวัตถุประสงค์แท้จริงของผู้ร่างกฎหมายฉบับนี้จึงเกิดประเด็นปัญหาในทางกฎหมาย กล่าวคือ ผู้แทนนิติบุคคลซึ่งกระทำการแทนนิติบุคคลตามขอบอำนาจและหน้าที่ตามข้อบังคับหรือตราสารจัดตั้งที่ได้กำหนดไว้ไม่ได้รับการคุ้มครอง ซึ่งผู้แทนนิติบุคคลย่อมอาจถูกละเมิดเนื้อตัวร่างกาย สิทธิเสรีภาพ ทรัพย์สิน ทำให้เสียชื่อเสียงต่อนิติบุคคลโดยการทวงถามหนี้ที่ไม่เหมาะสมได้ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการทวงถามหนี้ในปัจจุบัน ศึกษาแนวความคิดการคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาวิธีวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) จากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ด้านเอกสารทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่าลูกหนี้ ตามพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 หมายความว่าลูกหนี้บุคคลธรรมดาเท่านั้น แต่ไม่ได้รวมถึงลูกหนี้ที่เป็นประเภทผู้แทนนิติบุคคล เนื่องจากประเทศไทยรับอิทธิพลจากกฎหมายสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ การร่างกฎหมายฉบับนี้ใช้กฎหมายของสหรัฐอเมริกา ทำให้เกิดช่องว่างของกฎหมาย เมื่อผู้แทนนิติบุคคลเป็นผู้เสียหายอาจไม่ได้รับความคุ้มครอง ข้อเสนอแนะกฎหมายฉบับนี้ควรมีการแก้ไข ความหมายของคำว่า “ลูกหนี้” ในมาตรา 3 ให้หมายความรวมถึงลูกหนี้ประเภทผู้แทนนิติบุคคลด้วย ให้มีความเหมาะสมตามสถานะเศรษฐกิจ สังคมในปัจจุบันและเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ลดช่องว่างของกฎหมาย และเกิดความเป็นธรรมต่อกระบวนการทางกฎหมายได้ดียิ่ง

คำสำคัญ: ปัญหาการทวงถามหนี้ / การคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล

ABSTRACT

The objectives of this qualitative study were to investigate: 1) current problems in debt collection, concepts, and methods of corporate loans protection. This study employed documentary research. The following were results of the study:

According to Debt Collection Act 2015, debtor refers to a debtor who is an ordinary person, not includes a juristic person. This is because Thailand gains the influence of the U.S.A.'s law. There is an idea that an ordinary person and a juristic person of the countries are people who deserve to be protected as the basic rights-equal rights of an individual. Therefore, the definition of 'debtor' should include the debtor who is a juristic person so that it will appropriate with the current social and economic conditions. This can construct fairness and decrease law loophole. Besides, it should have legislation on the prohibition about debt collection, the magnification of a cooperate representative debtor protection, the magnification of a cooperate representative debtor protection for fairness in legal process.

Keywords: Debt collection problem , cooperate representative debtor protection

บทนำ

ภาวะเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2559 เข้าสู่รูปแบบการหยุดชะงัก ภาคธุรกิจหลายประเทศมีลักษณะผันผวน ตกต่ำ และมีการไหลออกของเงินทุนจำนวนมาก ขณะที่การเติบโตของเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว มีความเชื่อซบเซาลงสู่ระดับอ่อนแอ สาเหตุหลักเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจการเติบโตของประเทศจีนเริ่มชะลอตัว พยายามมุ่งพัฒนาสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคภายในประเทศเพิ่มศักยภาพกำลังการซื้อมากขึ้น ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกายังไม่ฟื้นตัวหลังจากเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอย่างต่อเนื่อง แม้ปัจจุบันรัฐบาลจะมีการปรับนโยบายด้านการเงินอัดฉีดเข้าสู่ภาคธุรกิจเพิ่มขึ้นก็ตาม เป้าหมายหลักของโลกจึงมุ่งสู่ประเทศกำลังพัฒนาเพื่อสร้างแรงอุปสงค์อุปทานและความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจระดับมหภาค โดยการปรับการเติบโตของเศรษฐกิจจะเน้นทิศทางกลไกไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งได้แก่ การสร้างความมั่นคงและความเชื่อมั่นของระบบเศรษฐกิจทั่วโลก พัฒนาสินค้าและบริการให้ไหลเวียนอย่างมีระบบ สร้างความเชื่อมโยงระหว่างภาคการเงินกับกิจกรรมภาคเศรษฐกิจที่ตรงจุดในประเทศ ที่สำคัญมีการพัฒนาการลงทุนและส่งเสริมนิติบุคคลภาคเอกชนในทุกประเภท เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค ทั้งต้องเข้าใจสถานะการเงินของธุรกิจ เพื่อนำไปพัฒนาเงินทุน

หมุนเวียนในธุรกิจตนเอง แต่จากการศึกษาภาวะเศรษฐกิจโลกยังพบว่าสาเหตุหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน นั้นคือ ภาวะหนี้สินของภาคธุรกิจประเภทนิติบุคคลที่เพิ่มพูน อาจทำให้นิติบุคคลขาดสภาพคล่องเกิดปัญหาในระดับโลก

เศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันยังคงปรับในระดับทรงตัว เมื่อเทียบกับเศรษฐกิจในปีที่ผ่านมา โดยรัฐบาลใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจรวมถึงนโยบายการลงทุนของภาครัฐที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น การส่งเสริมให้ประชาชนเพิ่มอัตราการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในช่วงปลาย และสามารถนำไปลดภาษีได้แต่ไม่เกิน 15,000 บาท จึงทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นและกำลังซื้อเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แม้จะเป็นการกระตุ้นในระยะชั่วคราว แต่ก็ทำให้ระบบเศรษฐกิจและเงินหมุนเวียนในภาคธุรกิจได้ดี ด้านการลงทุนนั้นรัฐบาลส่งเสริมการลงทุนภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มขยายตัวตามความเชื่อมั่นที่ดีด้วยแรงสนับสนุนของการลงทุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อรองรับความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นจากการเปิดเศรษฐกิจอาเซียน แม้ผู้ประกอบการ นิติบุคคลบางรายยังรอการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและความชัดเจนของนโยบายรัฐบาล กล่าวคือ ประเทศไทยยังมีปัจจัยความเสี่ยงภาคธุรกิจที่ยังไม่เพียงพอ จึงทำให้นักลงทุนต่างประเทศไม่กล้าเข้ามาลงทุนมากนัก ทำให้ธุรกิจการส่งออกมีแนวโน้มลดลงจากปีก่อนเพราะไม่มีปัจจัยพิเศษและไม่มีสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ชัดเจน ส่วนธุรกิจการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่ดี เพราะประเทศไทยมีจุดขายการท่องเที่ยวและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ จึงมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่วนด้านธุรกิจอื่นยังคงทรงตัว สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ของประเทศไทย โดยยึดกรอบการพัฒนาแบบ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เน้นการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม มีระบบเศรษฐกิจแบบยั่งยืน รัฐบาลให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการนโยบายการเงินและนโยบายการคลัง ทั้งต้องปฏิรูประบบเพื่อรักษาเสถียรภาพและประสิทธิภาพ ปรับโครงสร้างทั้งห่วงโซาระบบธุรกิจ การบริการ การลงทุนต่อยอดสร้างมูลค่าให้เติบโตยิ่งขึ้น และวางรากฐานระบบธุรกิจที่มีอยู่แล้วให้มีมูลค่ายิ่งขึ้น นั่นคือการพัฒนาศักยภาพนิติบุคคลให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยเน้นการปรับปรุงกฎระเบียบให้ทันสมัยและส่งเสริมการลงทุนภายใต้มิติการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (บัณฑิต สีหะอำไพ, 2558 หน้า 4)

การดำเนินธุรกิจของนิติบุคคลเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย เพราะสามารถกระตุ้นระบบเศรษฐกิจให้เติบโตได้ แต่ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินการลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น ซึ่งนิติบุคคลภาคเอกชน มักขับเคลื่อนด้วยนโยบายที่สำคัญหลายด้านด้วยกันอันจะทำให้เกิดผลเป็นรูปธรรม ประกอบด้วย การเตรียมความพร้อมธุรกิจเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและใช้ประโยชน์ความเชื่อมโยงระหว่างอาเซียนด้วยกันในมิติเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เป็นต้น นอกจากนั้นการส่งเสริมนิติบุคคลทุกประเภท ยังเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพราะสามารถพัฒนาเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตในระดับรากหญ้าไปสู่

ระดับประเทศได้ แต่บ่อยครั้งพบว่านิติบุคคลในหลายธุรกิจขาดการบริหารจัดการองค์กร ขาดแรงงานที่มีคุณภาพ มีคู่แข่งหน้าใหม่ในตลาดตลอดเวลา โดยเฉพาะเงินทุนหมุนเวียนของนิติบุคคล ทำให้กิจการเริ่มต้นด้วยการจัดหาแหล่งเงินทุนใหม่ในรูปแบบการกู้ยืมจากแหล่งทุน เช่น ธนาคารทั่วไป และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร อาจนำทรัพย์สินของนิติบุคคลใช้เป็นหลักประกันเพื่อให้ได้เงินเสริมสภาพคล่องของธุรกิจ

นิติบุคคลคือบุคคลที่กฎหมายสมมติ ไม่มีชีวิตจิตใจและสภาพบุคคลตามธรรมชาติ เป็นเพียงกฎหมายรับรองสภาพบุคคลให้มีสิทธิและหน้าที่ นิติบุคคลจึงต้องมีผู้แทนกระทำการแทนเพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวแห่งสิทธิหน้าที่ตาม ปพพ. มาตรา 65 66 67 การแสดงเจตนาความประสงค์ของนิติบุคคลย่อมแสดงออกผ่านผู้แทนของนิติบุคคลตาม ปพพ. มาตรา 70 เช่น การทำสินเชื่อของนิติบุคคลต้องมีผู้แทนนิติบุคคลกระทำการแทนภายในขอบวัตถุประสงค์ของนิติบุคคล จึงทำให้นิติบุคคลมีสภาพเป็นลูกหนี้ได้ ถ้าธุรกิจมีสภาพทางการเงินสะดุดลง ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้แทนนิติบุคคลถูกทวงถามหนี้ตามพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 ได้ (สุขุม ศุภนิธย์, 2557 หน้า 147)

พระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 มีสาระสำคัญการทวงถามหนี้อย่างวิญญูชนมองลูกหนี้เป็นบุคคลผู้เจริญ ไม่ใช่อาชญากรรมทางสังคม และมีแนวคิดในการควบคุมธุรกิจทวงถามหนี้ทั้งในระบบและนอกระบบให้อยู่ในกรอบของสังคม เพื่อไม่ให้ผู้ทวงถามหนี้กระทำการทวงหนี้ที่ไม่เหมาะสมต่อลูกหนี้ไม่ว่าจะเป็นการใช้ถ้อยคำที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอย่างรุนแรง การคุกคามโดยข่มขู่ ใช้กำลังประทุษร้าย หรือทำให้เสียชื่อเสียง อันเกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ลูกหนี้ รวมถึงการให้ข้อมูลเท็จและการสร้างความรำคาญต่อบุคคลอื่น เป็นต้น ดังที่ได้บัญญัติมาตรา 3

“ลูกหนี้” หมายความว่า ลูกหนี้ซึ่งเป็นบุคคลธรรมดา และให้หมายความรวมถึงผู้ค้ำประกันซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาด้วย

พระราชบัญญัตินี้มุ่งคุ้มครองพฤติการณ์ความรู้สึกของลูกหนี้ประเภทบุคคลธรรมดาตามกายภาพเป็นสาระสำคัญ เพราะบุคคลธรรมดาและค้ำประกันเป็นบุคคลมีความรู้สึกนึกคิด เสียใจ โกรธ ระอา ย ร้องไห้ ดีใจ เสียใจ ตามอารมณ์ความรู้สึกและตามสิทธิทางกายภาพบนพื้นฐานของหลักธรรมชาติของบุคคลทั่วไป จากการบัญญัติข้อกำหนดดังกล่าวไม่มีความชัดเจนถึงวัตถุประสงค์แท้จริงของผู้ร่างกฎหมายฉบับนี้ จึงเกิดประเด็นปัญหาในทางกฎหมายว่า ผู้แทนนิติบุคคลซึ่งกระทำการแทนนิติบุคคลตามขอบอำนาจและหน้าที่ตามข้อบังคับหรือตราสารจัดตั้งที่ได้กำหนดไว้ เพราะความประสงค์ของนิติบุคคลย่อมแสดงออกผ่านผู้แทนนิติบุคคลอันจะเกิดการเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงสิทธิและหน้าที่ของนิติบุคคลเสมอมา กล่าวคือ ผู้แทนนิติบุคคลย่อมอาจถูกละเมิดเนื้อตัวร่างกาย สิทธิเสรีภาพ ทรัพย์สิน ทำให้เสียชื่อเสียงต่อบุคคลโดยการทวงถามหนี้ที่ไม่เหมาะสมได้เช่นกัน ประเด็นต่อมาพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 เป็นกฎหมายพิเศษเพราะเป็นคดีผู้บริโภคในศาลยุติธรรม กล่าวคือ ถ้าผู้แทนนิติบุคคลถูกผู้ทวงถามหนี้ละเมิดสิทธิเนื้อตัวร่างกาย ใช้หลักทั่วไปจะฟ้อง

ในคดีละเมิด ภาระการพิสูจน์ตกแก่ผู้แทนนิติบุคคลเองที่ต้องหาพยานหลักฐานว่าได้ถูกผู้ทวงถามหนี้ละเมิด ตรงข้ามลูกหนี้ขยายความถึงผู้แทนนิติบุคคลแล้ว ย่อมเข้าใจกฎหมายพิเศษเป็นความผิดเด็ดขาดและเป็นบทข้อยกเว้นตามหลักกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งมาตรา 94 ซึ่งภาระการพิสูจน์ย่อมตกแก่ผู้ทวงถามหนี้เป็นผู้หาพยานหลักฐานเองว่าตนไม่ได้ละเมิดตัวผู้แทนนิติบุคคล ดังนั้นการที่บทบัญญัติดังกล่าวไม่ชัดเจนทำให้ผู้แทนนิติบุคคลอาจเกิดความเสียหายและไม่ได้รับความเป็นธรรมได้

ด้วยเหตุผลที่ได้อธิบายถึงความสำคัญและความจำเป็นในวิธีการคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลในการกระบวนทวงถามหนี้ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัญหาการทวงถามหนี้ตามพระราชบัญญัติทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 กรณีศึกษาการคุ้มครองผู้แทนนิติบุคคลให้มีความเหมาะสมกับบริบทสังคมไทย โดยศึกษาวิจัยแนวคิดทฤษฎี สภาพปัญหาการทวงถามหนี้ในปัจจุบัน ถึงการคุ้มครองผู้แทนนิติบุคคลจากปัญหาการทวงถามหนี้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการทวงถามหนี้ในปัจจุบันและวิธีการคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 แนวคิด หลักเกณฑ์การคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล และการทวงถามหนี้ที่เหมาะสมในบริบทของสังคมไทย อันจะนำไปปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายการทวงถามหนี้ให้มีความเหมาะสมและมีความเป็นธรรมในสังคมไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาวิธีวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) จากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ด้านเอกสารทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. การค้นคว้าข้อมูลด้านเอกสาร หนังสือ งานวิจัยได้จัดแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลเนื้อหาเอกสารตามวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยพิจารณาดังนี้

หนังสือด้านกฎหมาย ผู้วิจัยคัดเลือกหนังสือจากผู้แต่งที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับในสาขาวิชาดังกล่าว จำนวนการพิมพ์หลายครั้ง มีความทันสมัยเหมาะสมกับยุคสมัยปัจจุบัน จนเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไปและมีการอ้างอิงจากนักวิชาการอย่างต่อเนื่อง

รายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยพิจารณาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใกล้เคียงกัน ทั้งเป็นงานวิจัยจากสถาบันการศึกษาด้านกฎหมายโดยตรง และงานวิจัยได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัย อันทำให้มีความ

น่าเชื่อถือมากขึ้นการค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงได้ ผู้วิจัยพิจารณาความน่าเชื่อถือจาก
สื่อออนไลน์ของรัฐบาล มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านกฎหมาย ซึ่งมีงานวิชาการด้านกฎหมาย คำพิพากษา
และข้อเท็จจริงอื่นสามารถตรวจสอบได้

ขั้นตอนที่ 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตีความตามเนื้อหา โดยการจัด
หมวดหมู่ของข้อมูลและจำแนกวิเคราะห์ตามประเด็นวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นนำงานวิจัยให้
ประธานและคณะกรรมการตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เพื่อวิเคราะห์ประกอบความลุ่มลึกของ
งานวิจัย

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์สภาพปัญหาการทวงหนี้

พบว่าระบบกฎหมายของประเทศไทย เป็นระบบกฎหมายแบบ Civil law ลักษณะของ
กฎหมายแบบลายลักษณ์อักษร มีประมวลกฎหมายเป็นแนวทางในการพิจารณาดำเนินคดี ระบบการ
พิจารณาดำเนินคดีโดยทั่วไปเป็นระบบกล่าวหา กล่าวคือ ศาลวางตัวเป็นกลาง ทำหน้าที่วินิจฉัยชี้ขาด
ปัญหาข้อเท็จจริงและปัญหาข้อกฎหมาย โดยให้คู่ความมีสิทธิและบทบาทในการดำเนินกระบวนการ
พิจารณาคดี ยึดหลักการ ผู้ใดกล่าวอ้างข้อเท็จจริง ผู้นั้นมีภาระนำสืบถึงความมีอยู่แห่งข้อเท็จจริงนั้น
คำพิพากษาของศาลไม่ถือเป็นบรรทัดฐาน เพราะคำพิพากษาเป็นเพียงการอธิบายหลักกฎหมายหรือ
ตัวอย่างการใช้กฎหมายเท่านั้น

อดีตที่ผ่านมาปัญหาการติดตามทวงถามหนี้ในประเทศไทยมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอย่าง
รุนแรงและต่อเนื่อง จากกรณีที่สื่อนำเสนอข่าวเกี่ยวกับทวงหนี้โหดและใช้วิธีการที่ไม่เหมาะสมและ
เกิดกว่าเหตุ ไม่ว่าจะเป็นการประจานให้ลูกหนี้อับอาย การทวงถามในเวลาที่ไม่เหมาะสม โทรศัพท์
หรือส่งข้อความหรือโทรสารไปยังสถานที่ทำงานเพื่อประจานลูกหนี้ เป็นต้น จนรัฐบาลหลายยุคสมัย
พยายามออกกฎหมายการทวงถามหนี้อย่างเป็นธรรม เพื่อเป็นการปกป้องสิทธิลูกหนี้ เช่น ใน พ.ศ.
2550 มีการเสนอร่างพระราชบัญญัติการติดตามทวงถามหนี้เป็นธรรม พ.ศ....โดยการระดม
ความเห็นจากตัวแทนภาคเอกชน มูลนิธิคุ้มครองผู้บริโภคและตัวแทนหน่วยงานของรัฐ เสนอต่อสภา
นิติบัญญัติแห่งชาติ เพื่อพิจารณาออกเป็นกฎหมาย แต่ร่างดังกล่าวไม่ได้รับการพิจารณาเนื่องจากมี
การยุบสภานิติบัญญัติไปเสียก่อน ต่อมาใน พ.ศ. 2553 กระทรวงการคลังกลับมาแก้ไขนำเสนอ
คณะรัฐมนตรีและได้อนุมัติหลักการร่างพระราชบัญญัติการติดตามทวงถามหนี้เป็นธรรม พ.ศ....
และส่งให้คณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา โดยให้รับข้อสังเกตของสำนักงานคณะกรรมการ
ข้าราชการพลเรือน กระทรวงยุติธรรม สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ สำนักงาน

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีไปประกอบการพิจารณา ส่งให้คณะกรรมการประสานงานสภาผู้แทนราษฎรพิจารณาแต่ต่อมามีการยุบสภานิติบัญญัติเช่นกัน เนื่องจากเกิดรัฐประหาร

ความพยายามในการผลักดันให้มีพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้เป็นระยะเวลานานหลายปี ในที่สุดเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เข้ามาควบคุมอำนาจการปกครองประเทศและเล็งเห็นประเด็นความจำเป็นเร่งด่วนในการออกพระราชบัญญัติการติดตามทวงถามหนี้ จึงออกประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 46/2557 เรื่องความผิดเกี่ยวกับการติดตามทวงหนี้ มีสาระสำคัญเป็นการกำหนดโทษทางอาญาแก่ผู้ทวงถามหนี้ด้วยวิธีการข่มขู่ใจ ใช้กำลังประทุษร้าย หรือขู่เข็ญว่าจะใช้กำลังทำอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย เสรีภาพ ชื่อเสียง หรือทรัพย์สิน ต่อมามีการประกาศในราชกิจจานุเบกษาใช้พระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 และใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 180 วันนับจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา (วันวิสาขบูชา 2557) โดยมีนัยยะที่อยากให้กลุ่มเจ้าหนี้ บริษัททวงหนี้ มีเวลาในการปรับตัวและทำการศึกษาถึงกฎหมายฉบับดังกล่าวเพื่อใช้ในทางปฏิบัติได้

พระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 มีแนวคิดที่ว่าลูกหนี้ไม่ได้เป็นอาชญากรรมทางสังคมจึงต้องทวงหนี้แบบยืดหยุ่นตามวิถีชุมชนทั่วไป แต่กลับพบว่าไม่ได้คุ้มครองลูกหนี้นิติบุคคล มุ่งคุ้มครองลูกหนี้บุคคลธรรมดาเท่านั้นเนื่องจากโดยกายภาพบุคคลธรรมดามีโอกาสถูกละเมิด ส่วนบทกำหนดโทษ แบ่งความรับผิดชอบตามกฎหมายออกเป็น 2 กรณี คือ ความผิดทางปกครอง และความผิดทางอาญา

ประเด็นการคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลของประเทศไทยภายใต้กฎหมายการทวงถามหนี้ ผู้วิจัยพบว่ากฎหมายของประเทศไทยมีส่วนคล้ายกับกฎหมายสหรัฐอเมริกา (Fair Debt Collection Practices Act 1977) กล่าวคือเพื่อควบคุมธุรกิจการทวงถามหนี้ให้อยู่ในกรอบของกฎ ข้อบังคับตามกฎหมายที่บัญญัติไว้ โดยสาระสำคัญของการคุ้มครองนั้น พบว่า คำว่า “ลูกหนี้” มีความหมายเหมือนกัน เป็นบุคคลธรรมดาเท่านั้น ซึ่งหมายความว่าเฉพาะบุคคลที่มีพันธะผูกพันหนี้สินที่ต้องชำระแต่ไม่รวมถึงลูกหนี้ที่เป็นผู้แทนนิติบุคคล อันเป็นการให้ความหมายอย่างแคบ เพราะการตีความลักษณะเช่นนี้ เกิดช่องว่างของกฎหมายในการบังคับใช้ และการละเมิดสิทธิบุคคลเพราะไม่ได้คุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลแล้ว ผู้ทวงถามหนี้อาจใช้วิธีการหลอกลวงและไม่ตกอยู่ภายใต้ข้อปฏิบัติการทวงถามหนี้ตามพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 นี้ ผลสุดท้ายอาจเกิดความไม่เป็นธรรมต่อการดำเนินคดีของผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล ยกตัวอย่างคดี Morgovsky v. Creditor's Collection Service (ปองพิทย สามัตถิยากร, 2550 หน้า 144) ศาลได้วินิจฉัยว่าถ้อยคำในบทนิยามคำว่า “หนี้” หมายถึง หนี้ของบุคคลธรรมดาที่พิสูจน์แล้วว่ามิได้อยู่จริงหรือลูกหนี้กล่าวหาว่าเป็นหนี้ แต่ไม่ได้หมายความว่ารวมถึงผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล

การให้ความหมายลักษณะเช่นนี้ไม่สอดคล้องเจตนารมณ์และความตั้งใจของผู้ร่างกฎหมาย ทวงถามหนี้ กล่าวคือ ผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล สามารถเป็นผู้บริโภคได้ ถ้านิติบุคคลนั้นขาดทุนจากผลประกอบการ อันตกเป็นผู้เสียเปรียบผู้ประกอบการที่มีอำนาจการต่อรองสูงกว่าในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังนั้นลูกหนี้นิติบุคคลย่อมต้องได้รับการคุ้มครองโดยสิ้นเชิง สอดคล้องกับคำวินิจฉัยของประธานศาลอุทธรณ์ที่ 74/2551 ที่วินิจฉัยว่านิติบุคคลอาจตกเป็นผู้บริโภคได้ ถ้าอยู่ในสถานะตกเป็นผู้เสียประโยชน์ทางธุรกิจกับเจ้าหนี้ อันทำให้เจ้าหนี้ต้องดำเนินการเรียกให้ชำระหนี้ที่ค้าง จึงทำให้สถานะของนิติบุคคลตกเป็นลูกหนี้ตามกฎหมายได้ เช่นเดียวกับวินิจฉัยของประธานศาลอุทธรณ์ที่ 101/2552 ที่วินิจฉัยทำนองเดียวกัน

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าประเทศไทยควรนำแนวคิดการคุ้มครองลูกหนี้นิติบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติการทวงถามหนี้ เพราะเป็นการช่วยเหลือลูกหนี้ในภาวะขาดสภาพคล่อง และเป็นการคุ้มครองทำให้สิทธิของบุคคลเท่าเทียมกัน ลดช่องว่างกฎหมาย เพราะการหมายเฉพาะลูกหนี้บุคคลธรรมดาย่อมไม่เกิดประโยชน์แต่อย่างใด และควรแก้ไข ลูกหนี้เฉพาะบุคคลธรรมดา ให้ขยายไปถึงผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลด้วย

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์สภาพปัญหาการทวงหนี้

ปัญหาการทวงถามหนี้ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยพบว่า ผู้ทวงถามหนี้ยังขาดทักษะ ความรู้ ความสามารถ การเจรจาต่อรอง ไม่อยู่ในกรอบของกฎหมาย ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล กล่าวคือจะดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อการทวงหนี้ให้ประสบความสำเร็จจากการทวงหนี้ ทำให้ใช้วิธีการโดยไม่คำนึงถึงเหตุผลหรือปัญหาของลูกหนี้ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ เช่น วิธีการข่มขู่ ปิบบังคับ ประจานให้ลูกหนี้อับอาย กดดันให้ชำระหนี้โดยไม่ฟังเหตุผล รวมทั้งหลอกลวงโดยอ้างว่าตัวเองเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ทำเอกสารเลียนแบบหมายศาล มีข้อความลักษณะที่คล้ายเอกสารการฟ้องของศาล เพื่อให้ลูกหนี้เกิดความกลัว ในกรณีติดต่อทางโทรศัพท์ผู้ทวงถามหนี้ใช้คำพูดหยาบคาย ข่มขู่ และดูถูกตัวลูกหนี้ มีการติดต่อบุคคลที่สามที่ไม่เกี่ยวข้อง เช่น เพื่อน นายจ้าง ญาติ พ่อแม่ เพื่อให้ลูกหนี้ต้องอับอาย จึงเกิดการร้องเรียนอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ ชนเดตี พิพัฒนางกูร (2552 หน้า 24) อธิบายว่าการทวงหนี้ยังพบปัญหาอย่างต่อเนื่อง สาเหตุหลักเพราะผู้ทวงหนี้จะได้รับค่าตอบแทนสูง อันเป็นแรงจูงใจให้มีการทวงหนี้นอกกรอบกฎหมาย

คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เล็งเห็นประเด็นความจำเป็นเร่งด่วนในการประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 46/2557 เรื่องความผิดเกี่ยวกับการติดตามทวงหนี้ มีสาระสำคัญเป็นการกำหนดโทษทางอาญาแก่ผู้ทวงถามหนี้ด้วยวิธีการข่มขู่ ใช้กำลังประทุษร้าย หรือขู่เชือดว่าจะใช้กำลังทำอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย เสรีภาพ ชื่อเสียง หรือทรัพย์สิน จึงมีการผลักดัน

ให้มีพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษาใช้พระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 แต่พระราชบัญญัตินี้ไม่ได้คุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล สาเหตุเพราะได้รับอิทธิพลจากกฎหมายทวงถามหนี้ของประเทศสหรัฐอเมริกา (Fair Debt Collection Practices Act 1977) ที่มุ่งคุ้มครองเฉพาะลูกหนี้บุคคลธรรมดาเท่านั้น

2.การวิเคราะห์ปัญหาการคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลจากการทวงถามหนี้ อันจะนำไปปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายการทวงถามหนี้ให้มีความเหมาะสม

ผู้วิจัยพบว่า ผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลมีการจัดการนิติบุคคลตามขอบวัตถุประสงค์และตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่รับรองสภาพความเป็นนิติบุคคล สอดคล้องกับทฤษฎีสมมติว่าเป็นนิติบุคคล (Fiction Theory) ซึ่งมีฐานคิดว่าสภาพนิติบุคคลเป็นบุคคลสมมติ ไม่มีตัวตนอยู่อย่างแท้จริง นิติบุคคลจึงเป็นสิ่งที่กฎหมายได้คิดหรือได้กำหนดขึ้น หากได้มีตัวตนโดยแท้จริงไม่ Savigny นักนิติศาสตร์ของเยอรมัน (อ้างใน ชัยนันท์ งามขจรกุลกิจ, 2541 หน้า 50) ได้เสนอแนวคิดนี้ มีฐานคิดที่ว่าสภาพนิติบุคคลเป็นบุคคลสมมติ ไม่มีตัวตนอยู่อย่างแท้จริง นิติบุคคลจึงเป็นสิ่งที่กฎหมายได้คิดหรือได้กำหนดขึ้น หากได้มีตัวตนโดยแท้จริงไม่ อาจกล่าวได้ว่านิติบุคคลเกิดขึ้นเพราะผลของกฎหมายรับรอง อุปโลกน์ขึ้นมาเพื่อให้มีสิทธิและหน้าที่เสมือนเป็นบุคคลธรรมดา ไม่ได้มีตัวตนและไม่ได้มีความเป็นอยู่ที่แท้จริง กล่าวคือไม่มีร่างกาย จิตใจ ที่สามารถเดิน นอน ฯลฯ เฉกเช่นบุคคลธรรมดาไม่ ถ้าไม่มีกฎหมายรับรอง ดังนั้นสิทธิและหน้าที่จึงมีเพียงเท่าที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น แต่เมื่อกฎหมายให้สภาพหรือถอนสภาพของนิติบุคคลก็อาจกระทำได้ (สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล, 2553 หน้า 8) ขณะที่ Sir John Salmond นักกฎหมายชาวอังกฤษ (ประสิทธิ์ ไขว้ไถกุล, 2543 หน้า 6) ออกมาสนับสนุนและยอมรับทฤษฎีนี้ โดยอธิบายว่า นิติบุคคลตาม Fiction Theory เกิดขึ้นเพราะผลการรับรองของกฎหมาย โดยแบ่งสถานภาพออกจากบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลได้รับการปฏิบัติเสมือนเป็นบุคคลเพียงถือว่าเป็นบุคคลที่กฎหมายสมมติขึ้นเพื่อให้มีสิทธิและหน้าที่เสมือนบุคคลธรรมดา

อาจกล่าวได้ว่านิติบุคคลเกิดขึ้นเพราะผลของกฎหมายรับรอง อุปโลกน์ขึ้นมาเพื่อให้มีสิทธิและหน้าที่เสมือนเป็นบุคคลธรรมดา ไม่ได้มีตัวตนและไม่ได้มีความเป็นอยู่ที่แท้จริง กล่าวคือไม่มีชีวิตจิตใจ สภาพร่างกาย สิทธิและหน้าที่จึงมีเพียงเท่าที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น เช่นเดียวกับทฤษฎีองค์การ (Organization Theory) ซึ่งสำนักเหตุผลนิยม (Rational Systems) อธิบายความหมายของนิติบุคคล ในทิศทางเดียวกันว่าโดยมีสมาชิกในองค์การมีเหตุผลในการตัดสินใจและรู้สำนึกในสิ่งที่ตนเองกระทำ มีการดำเนินการของคณะบุคคลเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น ผู้แทนของนิติบุคคล ในองค์การสำนักเหตุผลนิยมจึงมีความสำคัญและเป็นหัวใจของสมาชิกในองค์การ ความสำคัญของสำนักนี้จะพยายามแบ่งงานกันทำตามความชำนาญเฉพาะเจาะจงตามวัตถุประสงค์ขององค์การเท่านั้น ไม่สามารถกระทำการนอกขอบวัตถุประสงค์ได้

เมื่อพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 มีฐานคิดมาจากกฎหมายสหรัฐอเมริกา ที่อธิบายนิติบุคคลตามกฎหมาย Fiction Theory ไม่มีสภาพชีวิตจิตใจ ถ้ากฎหมายไม่รับรอง จึงไม่สามารถตีความเสมือนบุคคลธรรมดาได้ กล่าวคือบุคคลธรรมดาเท่านั้นสามารถเป็นผู้บริโภคได้ แม้นิติบุคคลจะมีผู้แทน บริหารจัดการ ดูแลทรัพย์สินของนิติบุคคลตามกฎหมายครบถ้วนแล้ว แต่เมื่อเกิดการทวงถามหนี้ที่ไม่เหมาะสม บุคคลธรรมดาได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัตินี้ อันเป็นกฎหมายเฉพาะ แต่ผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลกลับต้องใช้กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยเรื่องละเมิด อันเป็นกฎหมายทั่วไป ซึ่งไม่ตรงประเด็นต่อเจตนารมณ์ของกฎหมายทวงหนี้และไม่ก่อให้เกิดความเป็นธรรมในสังคม อีกทั้งเกิดความยุ่งยากในกระบวนการยุติธรรมและเกิดความไม่เป็นธรรมในการพิจารณาคดี กล่าวคือ ผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลต้องมีการพิสูจน์ตาม ป.วิ.พ. มาตรา 94 ตามหลักทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การวิเคราะห์ความหมาย “ลูกหนี้” ในเรื่องการทวงถามหนี้ จึงไม่สอดคล้องต่อเจตนารมณ์ของกฎหมายอย่างแท้จริง กล่าวคือ ถ้าผู้ทวงถามหนี้กระทำการติดตามทวงหนี้อันเข้าลักษณะละเมิดหรือกระทำการที่เกินขอบเขตในเรื่องทวงถามหนี้แล้ว ผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลย่อมเกิดความเสียเปรียบและไม่ได้รับการคุ้มครองจากพระราชบัญญัตินี้ กฎหมายควรขยายความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสังคมประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่ากฎหมายฉบับนี้ควรมีการแก้ไข ความหมายของคำว่า “ลูกหนี้” ให้หมายรวมถึงผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลด้วย เพื่อลดช่องว่างของกฎหมายมากที่สุด
2. ควรมีการบัญญัติประเด็นข้อห้ามในการปฏิบัติการทวงถามหนี้ ขยายไปถึงผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคล กล่าวคือ เมื่อมูลหนี้ของลูกหนี้ธรรมดากับมูลหนี้ของลูกหนี้นิติบุคคลมีลักษณะอย่างเดียวกัน ผู้ทวงถามหนี้กระทำการละเมิดข้อบัญญัติจากการติดตามหนี้อย่างเดียวกัน แต่ลูกหนี้ธรรมดากลับได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ ตรงข้ามกับผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลกลับต้องเลือกวิธีการคุ้มครองตนเอง ตามมาตรา 420 เรื่องละเมิดตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ดังนั้นพระราชบัญญัติฉบับนี้จึงไม่ควรเลือกปฏิบัติลูกหนี้ในแต่ละประเภท อันจะทำให้ผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลเกิดความเสียเปรียบ จึงควรคุ้มครองผู้แทนลูกหนี้นิติบุคคลจากกระบวนการทวงถามหนี้

เอกสารอ้างอิง

ชนคดี พิพัฒนางูร. (2552, ตุลาคม – ธันวาคม). “วิเคราะห์การติดตามทวงหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลของบริษัทประกอบธุรกิจสินเชื่อที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน”. วารสารร่วมพฤษัย , 27(2), 52-59.

- ชัยนันท์ งามขจรกุลกิจ. (2541, มกราคม – มีนาคม). “ทฤษฎีว่าด้วยนิติบุคคลและความเป็นนิติบุคคลของบริษัทจำกัด” **วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์** นิต้า, 3,24--50.
- บัณฑิต สีหะอำไพ. (2558). “ความรับผิดทางอาญาของนิติบุคคล: ศึกษากรณีนิติบุคคลตามกฎหมายมหาชน” **วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ**.
- ประสิทธิ์ โขวิไลกุล. (2543). “คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยนิติบุคคลและความรับผิดทางอาญาของนิติบุคคล”. **กรุงเทพฯ: นิติธรรม**.
- ปองพิทย์ สามัตถิยากร. (2550) “การติดตามทวงหนี้อย่างเป็นธรรม : ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายของสหรัฐอเมริกาและกฎหมายไทย”. **กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**.
- วันวิภา สุขสวัสดิ์. (2557). “กฎหมายติดตามทวงหนี้อย่างเป็นธรรม : กฎหมายความหวังของลูกหนี้”.
. http://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2557/jul2557-2.pdf. [2557 มีนาคม 1].
- สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล. (2553). “ความรับผิดทางอาญาของนิติบุคคล”. **กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**.
- สุขุม ศุภนิธย์. (2557) “คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค”. **กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**. Fair Debt Collection Practices Act 1977.

การศึกษาสภาพการพัฒนามนุษย์บุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา

A Study of status of human resource development for support staff in University of Phayao

ธัญญ์ชนาธร ธัญญ์ชัญญธารักษ์(Thanchanathorn Thanchanyatharn)*

รักษิต สุทธิพงษ์(Raksit Sutthipong)

สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะวิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา

*Corresponding author. E-mail: thanchanathorn.th@up.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการพัฒนามนุษย์บุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา -กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสายสนับสนุนและหัวหน้างานในมหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 301 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม-แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง อยู่ระหว่าง .67-1.00 และค่าเชื่อมั่นที่ .95 ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ที่ .96 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและได้กลับคืนจำนวน 280 ชุด คิดเป็นร้อยละ 93.02 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า สภาพการพัฒนามนุษย์บุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา โดยภาพรวมและรายด้านมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีการพัฒนาจากลำดับสูงสุดไปต่ำสุดตามลำดับคือ ด้านการพัฒนารายบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน-ด้านการพัฒนา และด้านการพัฒนาอาชีพ

คำสำคัญ : การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนามนุษย์บุคลากรสายสนับสนุน

Abstract

The objective of this research was to study the status of human resource development for the support staff of University of Phayao. The sample size for the research was 301 persons including support staff and supervisor by quota sampling. Questionnaires were used as research tools and there was a return of 280 persons 93.02 percent with the overall reliability value at 0.95 Index of item objective congruence at .67-1.00 and Cronbach's alpha coefficient at .96. Data was analysed in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation.

Results of the study revealed that the status of human resource development for officers in University of Phayao, generally was moderate. While considering each aspect, it was found that all aspects of development were at a moderate level. The Individual development was the highest, followed by the performance management and organization development. Finally, career development was the lowest average.

Keywords : Human Resource Development ,Support staff development

บทนำ

การพัฒนาประเทศโดยอาศัยโมเดลประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ถือเป็นบริบทใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย อดีตที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ ยุคแรก คือ “ประเทศไทย 1.0” เน้นการเกษตรเป็นหลัก เช่น ผลิตและขาย พืชไร่ พืชสวน การเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ต่อมายุคที่สอง “ประเทศไทย 2.0” เน้นอุตสาหกรรมเบา เช่น การผลิตและขายรองเท้า เครื่องหนัง เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น และยุคที่สาม “ประเทศไทย 3.0” เน้นอุตสาหกรรมหนัก และการส่งออก เช่น การผลิตและขาย ส่งออกเหล็กกล้า รถยนต์ กลั่นน้ำมัน แยกก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น โดยการดำเนินงานผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกว่า 60 ปี ที่ประเทศไทยมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับแรกจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2504-2564) ซึ่งวัฏระดับการพัฒนาประเทศด้วยรายได้เป็นหลัก แต่ขณะนี้ประเทศไทยยังคงติดกับดักรายได้ปานกลาง มีความเหลื่อมล้ำสูงทั้งด้านเศรษฐกิจ การศึกษาและด้านอื่นๆ มีปัญหาคอร์รัปชัน และมีความขัดแย้งในสังคมรุนแรง โดยสภาพัฒน์แห่งชาติดูแลสรุปว่าไทยมีปัญหาทั้งด้านทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนธรรมชาติ และทุนคุณธรรมจริยธรรม รัฐบาลปัจจุบันจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวและกำหนดเป็นนโยบายหลัก คือ โมเดลประเทศไทย 4.0 โดยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เพื่อก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลาง การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศนั้นจะต้องเปลี่ยนจากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศที่มีอยู่ 2 ด้าน คือ ความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ขณะเดียวกันยังต้องเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) ไปสู่การสร้างมูลค่า (High Value) หรือการสร้างผลิตภาพ (Productivity) ภายใต้ โมเดลประเทศไทย 4.0 นั้น จะต้องเริ่มจากสร้างความเข้มแข็งจากภายใน คือ การยกระดับนวัตกรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ ชุมชน และเครือข่ายในทุกภาคส่วนของประเทศ

เมื่อโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศเข้มแข็งแล้ว สิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไป คือ การเชื่อมโยงกับภายนอก ทั้งในรูปแบบภูมิภาค เช่น กลุ่มประเทศอาเซียน และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกต่อไป เป้าหมายการขับเคลื่อน คือ การก้าวไปสู่การเป็น ‘ประเทศที่มีรายได้สูง’ ด้วยนวัตกรรมที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ซึ่งเมื่อประเทศไทยสามารถขับเคลื่อนไปได้แล้ว จะทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และสามารถลดการพึ่งพาต่างชาติ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ เป็นการสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนได้อย่างแท้จริง (MM Thailand, 2560) การมุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยรัฐบาลให้ความสำคัญที่สุดคือคนไทย 4.0 (พงศ์พิพัฒน์ บัญชานนท์, 2560) เมื่อแนวโน้มการพัฒนาประเทศเปลี่ยนแปลงไป เพื่อเตรียมกำลังคนให้พร้อมในการเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย การผลิตคนจึงเป็นหน้าที่หลักที่สถาบันการศึกษาที่จะต้องจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ

เมื่อพิจารณาการพัฒนาการศึกษาไทยแบ่งเป็นยุค การศึกษาไทย 1.0 เป็นยุคการศึกษาเพื่อสร้างนักปกครอง เป็นการศึกษาสำหรับชนชั้นสูงในสังคม โดยมีการจัดการศึกษาอย่างไม่เป็นทางการให้กับบุตรหลานชนชั้นปกครอง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นนักปกครองในรุ่นต่อไป การศึกษาในยุคนี้ไม่เป็นที่แพร่หลาย มีการจัดการศึกษาเฉพาะกลุ่มเท่านั้น รูปแบบการจัดการศึกษาเป็นแบบบอกความรู้จากผู้สอน การศึกษาไทย 2.0 เป็นยุคแห่งการจัดการศึกษาที่เปิดกว้างขึ้น เนื่องจากการจัดการศึกษาในยุค 1.0 นั้น ไม่สามารถผลิตกำลังคนได้ทันต่อความต้องการในการบริหารราชการบ้านเมือง ทำให้ชนชั้นปกครองต้องแก้ปัญหาด้วยการจัดให้มีการศึกษาสำหรับลูกหลานขุนนางชั้นสูง เพื่อผลิตกำลังคนป้อนเข้าสู่ระบบราชการ ที่มีการขยายขอบเขตงานเพิ่มมากขึ้น ตามความเจริญและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในยุคนี้ รูปแบบการจัดการศึกษาเริ่มมีระบบโรงเรียน แต่ยังเป็นการเรียนแบบบอกความรู้จากผู้สอนเช่นเดิม การศึกษาไทย 3.0 เป็นยุคที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศกำลังพัฒนา ที่พึ่งพาอุตสาหกรรมเบาในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ การศึกษาในยุคนี้ เป็นการจัดการศึกษาเพื่อผลิตกำลังคนป้อนเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรม การผลิตบัณฑิตจำนวนมากทุกสถาบัน โดยรูปแบบการจัดการเรียนรู้นั้น เป็นแบบทางการเหมือนสายพานการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม สำหรับการศึกษาไทย 4.0 การศึกษาในยุคนี้ ควรเป็นการศึกษาเพื่อการสร้างนวัตกรรม จึงต้องมีการจัดการเรียนการสอนที่สอนให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ที่มีอยู่ทุกหนทุกแห่งบนโลกนี้ มาบูรณาการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนานวัตกรรมต่างๆ มาตอบสนองความต้องการของคนในสังคม (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2559) ซึ่งการจัดการศึกษานั้นสถาบันการศึกษาทุกระดับต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ชั้นสูง ทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตแหล่งผลิตบุคลากรเพื่อพัฒนาประเทศ วิจัย บริการสังคม จำเป็นต้องร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาเชิงโครงสร้างและปัญหาอื่นๆอย่างรอบด้าน เพื่อนำไปสู่แนวทางในการหาทางออกและปฏิรูปประเทศไทย

มหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มีบทบาทหน้าที่หรือพันธกิจตามพระราชบัญญัติของแต่ละสถาบันโดยภาพรวมแต่ละสถาบันจะมีพันธกิจคล้ายกันประกอบด้วย การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยพะเยาเป็นหนึ่งในสถาบันการศึกษา มีพันธกิจมุ่งเน้นการกระจายโอกาสและสร้างความเสมอภาคทางการศึกษาให้กับประชาชน มหาวิทยาลัยพะเยา มุ่งกระจายโอกาสและสร้างความเสมอภาคทางการศึกษาให้กับประชาชนในเขตภาคเหนือตอนบน 7 จังหวัด ได้แก่ พะเยา แพร่ น่าน ลำปาง ลำพูน เชียงราย แม่ฮ่องสอน และภูมิภาคอื่นด้วย โดยจัดการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่เป็นความต้องการของท้องถิ่น ภูมิภาคและประเทศ เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีงานทำทั้งกลุ่มสาขาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มสาขาทางด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพและกลุ่มสาขาทางด้านสังคมศาสตร์ ซึ่งมีพันธกิจที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิตบัณฑิต ด้านการวิจัย ด้านการบริการวิชาการ ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและด้านการบริหาร

ทั้งนี้มหาวิทยาลัยจะมีบทบาทตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ชาติได้ นั้นต้องพิจารณาจากภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยสู่ความเป็นเลิศ ภารกิจหลักที่ถือเป็น Core Functions ประการแรก คือ การสร้างคน ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ โดยมีคุณภาพและตรงกับความต้องการของสังคม ซึ่งเป็นภาระหลักที่สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งต้องทำ ประการที่สองคือ การสร้างความรู้ เพื่อใช้ความรู้ในการสร้างคนให้เป็นคนดีคนเก่ง เพราะความรู้จะเกิดประโยชน์สูงสุดเมื่อมีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับบุคคลและสังคม และประการสุดท้าย การสร้างนวัตกรรม โดยต่อยอดจากงานวิจัย หรือองค์ความรู้ต่างๆ อาทิ ภูมิสหกิจศึกษา หรือ Cooperative Education (Coop) เป็นนวัตกรรมที่นำมาใช้เสริมการผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาต่างๆ เพื่อให้พร้อมทำงาน (Employability) ทักษะที่สำเร็จการศึกษา ถือเป็นการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างคน ปัจจุบันเกณฑ์วัดความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยให้ค่าน้ำหนักส่วนใหญ่ในการสร้างความรู้ ที่ตรงกับความต้องการทั้งระดับโลก ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับท้องถิ่นและระดับชุมชน (วิจารณ์ พานิชย์, 2553) เพื่อให้การบริหารงานของมหาวิทยาลัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและแนวนโยบายในการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพทางการศึกษาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนภารกิจ เพราะ “คน” หรือ “ทรัพยากรมนุษย์” หรือ “ทรัพยากรบุคคล” เป็นสิ่งสำคัญในการ พัฒนางค์กรทุกองค์กร ทั้งนี้เพราะทุกคนในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันให้องค์กรเดินไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ หากองค์กรใดไม่สามารถปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการก็จะสูญสลายไปในที่สุด

การพัฒนางค์กรให้เป็น องค์กรแห่งการเรียนรู้ และ องค์กรประสิทธิภาพ ในระดับแนวหน้า จำเป็นต้องมีการพัฒนาในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านอาคารสถานที่ แผนกลยุทธ์ กระบวนการทำงาน การพัฒนาศักยภาพและการบริหารจัดการ วิธีการทำงาน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการตลาด ใน

ระยะแรก ๆ ของการพัฒนา องค์กรเน้นและให้ความสำคัญด้านฐานข้อมูลและการจัดเก็บ มีความพยายามที่จะจัดการกับฐานข้อมูลและองค์ความรู้ในรูปของเอกสารทางคอมพิวเตอร์ แต่ไม่สามารถทำให้องค์กรพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ ปัจจุบันมหาวิทยาลัยพะเยา มีบุคลากรทั้งสิ้น 1,835 คน (ข้อมูล ณ เดือน พฤษภาคม 2560) โดยมีบุคลากรสายวิชาการ ปฏิบัติงานจริง จำนวน 808 คน ศึกษาคือต่อ จำนวน 188 คน รวมบุคลากรสายวิชาการทั้งสิ้น จำนวน 996 และบุคลากรสายสนับสนุน ปฏิบัติงานจริง จำนวน 820 ศึกษาคือต่อ จำนวน 19 คน รวมบุคลากรสายสนับสนุนทั้งสิ้น จำนวน 839 คน (มหาวิทยาลัยพะเยา กองการเจ้าหน้าที่, 2560) มหาวิทยาลัยประกอบไปด้วยบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน ซึ่งทั้งสองส่วนต้องทำงานส่งเสริมซึ่งกันและกัน

ด้วยภาระกิจข้างต้นมหาวิทยาลัยพะเยาจึงเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาบุคลากรสายวิชาการเป็นลำดับต้น เนื่องจากพนักงานสายวิชาการเป็นกำลังหลักในการดำเนินงานเพื่อให้มีศักยภาพสอดคล้องกับการปฏิบัติการของมหาวิทยาลัย แต่ทั้งนี้บุคลากรสายสนับสนุนก็มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากในการสนับสนุน เอื้อให้การทำงานของสายวิชาการและของหน่วยงานบรรลุตามภาระกิจเป้าหมายขององค์กร และถึงแม้ว่าในปัจจุบันมหาวิทยาลัยได้มีการกำหนดกรอบมาตรฐานข้อกำหนดหน้าที่ของตำแหน่งงานของบุคลากรสายสนับสนุนไว้อย่างชัดเจนเพื่อคัดเลือกบุคลากรเข้าปฏิบัติงาน (มหาวิทยาลัยพะเยา กองการเจ้าหน้าที่, 2558) แต่หลังจากการบรรจุรับบุคลากรเข้าสู่ตำแหน่งงานยังมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาคุณภาพของบุคลากรเพื่อการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความก้าวหน้าโดยเฉพาะการพัฒนาทักษะและความชำนาญในวิชาชีพ ให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ และนำมาปรับใช้ในการพัฒนาองค์กรได้อย่างเหมาะสม เพราะ “คน” หรือ “ทรัพยากรบุคคล” เป็นสิ่งสำคัญในการ พัฒนาองค์กรทุกองค์กร

พนักงานทุกคนในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันให้องค์กรเดินไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ องค์กรเป็นได้ทั้งสิ่งที่ไม่มีและมีชีวิต พนักงานในองค์กรทำให้องค์กรมีชีวิตสามารถเรียนรู้ เกิดทักษะ สร้างนวัตกรรม เพิ่มผลผลิต และพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ สร้างผลกำไรให้กับองค์กร กลายเป็นองค์กรคุณภาพที่แข็งแกร่ง สามารถยืนหยัดต้านกระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างมั่นคง ในยุคโลกาภิวัตน์ที่เต็มไปด้วยการแข่งขันที่นับวันจะเข้มข้นทุกที ๆ หากองค์กรใดไม่สามารถปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการ ให้สามารถยืนหยัดอยู่ในยุทธจักรของการแข่งขันได้ ก็จะถูกกลืนหายไป ในที่สุด การพัฒนาองค์กรให้เป็น องค์กรแห่งการเรียนรู้ และ องค์กรประสิทธิภาพ ในระดับแนวหน้า จำเป็นต้องมีการพัฒนาในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านอาคารสถานที่ แผนกลยุทธ์ กระบวนการทำงาน การพัฒนาบุคลากรและการบริหารจัดการ วิธีการทำงาน การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และการตลาด ในระยะแรก ๆ ของการพัฒนา องค์กรเน้นและให้ความสำคัญด้านฐานข้อมูลและการจัดเก็บ มีความพยายามที่จะจัดการกับฐานข้อมูลและองค์ความรู้ในรูปของเอกสาร

ทางคอมพิวเตอร์ แต่ไม่สามารถทำให้องค์กรพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ เกิดความตระหนักว่าสิ่งสำคัญที่สุดไม่ใช่ระบบฐานข้อมูล แต่เป็นคน “คน” หรือ “ทรัพยากรบุคคล” ที่เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาองค์กรสู่การแข่งขัน คนในองค์กรที่มีคุณภาพ จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (องค์การ เรื่องรัตนอัมพร, 2555) เนื่องจากการพัฒนาบุคลากรสายวิชาการมีกรอบการพัฒนาอย่างชัดเจน ซึ่งการดำเนินการนี้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยพะเยา ว่าด้วย การบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง การพัฒนางาน มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งกำหนดแนวทางในการพัฒนาบุคลากรไว้ในแผนพัฒนาบุคลากรมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีงบประมาณ 2558-2561 โดยแบ่ง เป็น 4 แนวทาง ได้แก่ แนวทางแนวทางที่ 1 การมอบหมายงาน แนวทางที่ 2 การพัฒนาบุคลากร ประกอบด้วย 1) กำหนดให้บุคลากรจัดทำแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan) และติดตามการดำเนินการตามแผนฯ เพื่อการพัฒนาตนเอง อย่างต่อเนื่อง 2) ส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาคุณวุฒิ และตำแหน่งทางวิชาการ โดยกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นรายบุคคล 3) สำรวจความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในทุกตำแหน่ง แล้วดำเนินการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร ตามความเหมาะสม แนวทางที่ 3 การบริหารทรัพยากร และแนวทางที่ 4 การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยการพัฒนาศักยภาพจะให้ความสำคัญไปที่พนักงานสายวิชาการเป็นลำดับ จากข้อมูลโครงการพัฒนาบุคลากรต่างๆ ที่ปรากฏในแผนพัฒนาบุคลากรมหาวิทยาลัยพะเยา (พ.ศ. 2558-2561)

การพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนเรื่อง การส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาคุณวุฒิ และตำแหน่งทางวิชาชีพ โดยกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ยังมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับสายวิชาการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา เนื่องจากสภาพการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุนที่เหมาะสม จะทำให้ทราบข้อมูลการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุนในปัจจุบันข้อมูลที่ได้รับจะสามารถนำไปใช้เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ดีและมีความสอดคล้องในการดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีส่วนสำคัญในประสิทธิภาพหรือการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายและภารกิจ ของหน่วยงานและของมหาวิทยาลัยพะเยา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์หรือแนวทางในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยพะเยาต่อไป

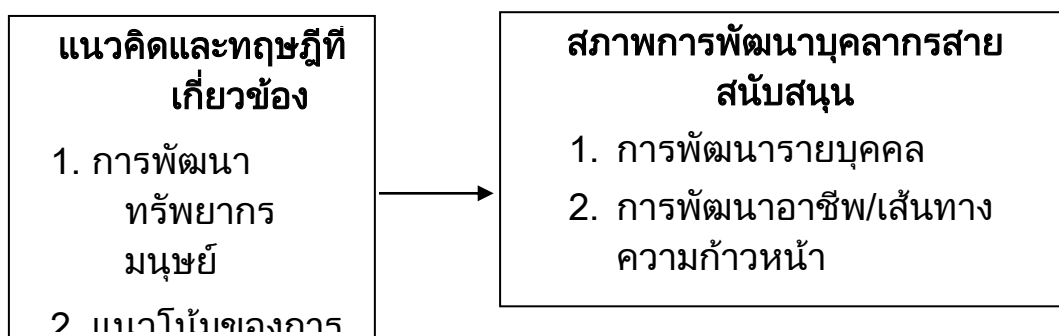
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาสภาพการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แนวโน้มของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยอาศัยเครื่องมือ 4 ด้าน ได้แก่ 1) มีการพัฒนารายบุคคล (Individual Development : ID) 2) มีการพัฒนาอาชีพ (Career Development: CD) 3) มีการบริหารผลการปฏิบัติงาน มีผลสัมฤทธิ์(Performance Management : PM) และ 4) การพัฒนาองค์กร (Organization Development:OD) และ แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยกรอบแนวคิดในการศึกษามีดังนี้

ตัวแปรที่ศึกษา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบสภาพการพัฒนาศาสนาสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา
2. ผู้บริหาร หน่วยงาน หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศาสนาสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาสภาพการพัฒนาศาสนาสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้ **ประชากร** ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรศาสนับสนุนและหัวหน้างานที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2560 ยกเว้นวิทยาเขตเชียงรายและวิทยาการจัดการวิทยาเขตกรุงเทพฯ จำนวน 937 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มหลายขั้นตอน โดยขั้นตอนแรกใช้วิธีการคำนวณสูตรของ Krejcie and Morgan (อานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551 หน้า 51) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรแล้วได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 274 คน จากนั้นกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา ตามจำนวนบุคลากรของแต่ละหน่วยงาน จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานบริหาร/กอง กลุ่มที่ 2 ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานคณะ/วิทยาลัย/โรงเรียน กลุ่มที่ 3 ปฏิบัติงาน ณ ศูนย์/โครงการจัดตั้ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และ ตำแหน่งงาน และตอนที่ 2 สภาพการพัฒนาศักยภาพสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการพัฒนารายบุคคล - ด้านการพัฒนาอาชีพ ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน และ ด้านการพัฒนางานองค์กร

หาคุณภาพของแบบสอบถาม

ด้านความตรงเชิงเนื้อหาโดยการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ที่มีประสบการณ์ ในการกำกับดูแลการบริหารบุคลากรตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไปหรือผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญด้านระเบียบ วิธีการวิจัย คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence; IOC) ข้อ คำถามมีค่า IOC ระหว่าง .67-1.00 หลังจากปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ทดสอบ ความเที่ยงของเครื่องมือ โดยทดสอบกับบุคลากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากวิทยาเขตเชียงราย และวิทยาลัยการจัดการ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.96

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เนื่องจากการ เก็บข้อมูลเป็นการใช้แบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเอง อาจมีการกรอกข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือ แบบสอบถามสูญหาย พิจารณาเพิ่มแบบสอบถาม ร้อยละ 10 โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 301 ฉบับ ได้แบบสอบถามกลับคืนมาและคำตอบสมบูรณ์ครบถ้วนจำนวน 280 ฉบับ คิดเป็น ร้อยละ 93.02

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ทำการวิเคราะห์โดยหา ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และตอนที่ 2 สภาพการพัฒนาศักยภาพสายสนับสนุนใน มหาวิทยาลัยพะเยา ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้ว นำเสนอในรูปของตารางประกอบ ความเรียง

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด จำนวน 280 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 93.02 ของ แบบสอบถามทั้งหมด และมีแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วนสมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์

ข้อมูลจำนวน 280 ฉบับ (ร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด) ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (168 คน, ร้อยละ 60.4) มีอายุระหว่าง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีอายุงาน อยู่ในช่วง 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.2 ระดับการศึกษา ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 40.4 ซึ่งมีความใกล้เคียงกัน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบุคลากรสายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณะ/วิทยาลัย/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 35.4

ตาราง ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา

การพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา	$\bar{X}$	(S.D.)	ระดับการพัฒนา
1. การพัฒนารายบุคคล	3.45	.68	ปานกลาง
2. การพัฒนาอาชีพ	3.12	.75	ปานกลาง
3. การบริหารผลการปฏิบัติงาน	3.38	.75	ปานกลาง
4. การพัฒนาองค์กร	3.31	.67	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.32	.67	ปานกลาง

จากตาราง พบว่า สภาพการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา โดยภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนารายบุคคล ($\bar{X}=3.45$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การบริหารผลการปฏิบัติงาน ($\bar{X}=3.38$) การพัฒนาองค์กร ($\bar{X}=3.31$) และ การพัฒนาอาชีพ ($\bar{X}=3.12$) ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของแต่ละด้านดังนี้

ด้านการพัฒนารายบุคคล โดยภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า หน่วยงานที่สังกัดมีการศึกษา ทบทวน หรือวางแผนในการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคลของบุคลากรสายสนับสนุนเพื่อเตรียมความพร้อมด้านพัฒนาความรู้ทักษะและปรับพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ หน่วยงานมีแผนพัฒนารายบุคคลทำให้ผลการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นหรือดีขึ้นทำให้มีคุณสมบัติความสามารถหรือศักยภาพในการทำงานให้สำเร็จ เป้าหมายที่ตนเองคาดหวังไว้ และหน่วยงานมีการส่งเสริม สนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการอบรมหรือศึกษาต่อเพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตามลำดับ ส่วนหน่วยงานมีการประเมินศักยภาพบุคคลเพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ด้านการพัฒนาอาชีพบุคลากรสายสนับสนุน โดยภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าหน่วยงานที่สังกัดมีการถ่ายทอดหรือชี้แจงหรือทำความเข้าใจให้บุคลากร รับทราบกรอบการพัฒนาอาชีพหรือเส้นทางความก้าวหน้าในสายงานของบุคลากรสายสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การพัฒนาอาชีพหรือเส้นทางความก้าวหน้าในสายงานของบุคลากรสายสนับสนุนมาจากการวิเคราะห์รายบุคคลเพื่อให้ทราบความสนใจ ค่านิยม ความรู้ ความสามารถ กิจกรรม และบุคลากรมีส่วนร่วมในการวางแผนการมอบหมายงานให้ปฏิบัติและวิธีการพัฒนาอาชีพ เพื่อพัฒนาทักษะสำหรับการปฏิบัติงานในอนาคต ตามลำดับ ส่วนหน่วยงานที่สังกัดมีการนำผลการวิเคราะห์รายบุคคลเพื่อพัฒนาอาชีพในอนาคต มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงานบุคลากรสายสนับสนุน โดยภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า หน่วยงานที่สังกัด มีการวางแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และสอดคล้องกับทิศทางตามยุทธศาสตร์ขององค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ หน่วยงานที่สังกัดมีการติดตามผลการปฏิบัติงานเพื่อให้ผู้บังคับบัญชากำกับดูแลให้คำปรึกษาแก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และ หน่วยงานที่สังกัดมีการพัฒนาผลการปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้ดียิ่งขึ้น ตามลำดับ ส่วนหน่วยงานที่สังกัดมีการนำผลที่ได้จากการประเมินไปประกอบการพิจารณาตอบแทน ความดีความชอบแก่ผู้ปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ด้านการพัฒนาองค์กร โดยภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การตัดสินใจของผู้บริหารในการพัฒนาบุคลากรแต่ละฝ่ายงานมีความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ ที่เปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ หน่วยงานมีการประเมินความพร้อมขององค์กร เกี่ยวกับ งบประมาณ ทรัพยากร รวมถึงความพร้อมของคณะทำงานที่ดำเนินการพัฒนา ตลอดจนระยะเวลาที่สามารถปฏิบัติได้ และหน่วยงานที่สังกัดมีเป้าหมายและแผนการดำเนินงานพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนอย่างชัดเจน ตามลำดับ ส่วนลักษณะโครงสร้างองค์กรมีสายบังคับบัญชาที่สั้น ไม่ซับซ้อน และเป็นองค์กรแบบสมัยใหม่ เอื้อให้การพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานเป็นไปอย่างราบรื่น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่พบว่า สภาพการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยาในภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านการพัฒนารายบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นๆ ที่ปรากฏผลเช่นนี้อาจเป็นเพราะ มหาวิทยาลัยพะเยามีนโยบายให้หน่วยงานที่สังกัดมีการศึกษา ทบทวน หรือวางแผนแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคลของบุคลากรสายสนับสนุนเพื่อเตรียมความพร้อมด้านพัฒนาความรู้ทักษะและปรับพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรแต่ละคน ตลอดจนหน่วยงานมีแผนพัฒนารายบุคคลทำให้ผลการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นหรือดีขึ้นทำให้มี

คุณสมบัติความสามารถหรือศักยภาพในการทำงานให้สำเร็จเป้าหมายที่ตนเองคาดหวังไว้ และหน่วยงานมีการส่งเสริม สนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการอบรมหรือศึกษาต่อเพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของ Gilley and Eggland (1989 อ้างใน ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี 2557, หน้า 141-151) ที่กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการบูรณาการของกิจกรรมการพัฒนาปัจเจกบุคคล กิจกรรมพัฒนาอาชีพและกิจกรรมพัฒนาองค์การ เพื่อให้พนักงานในองค์กรมีคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุดเพื่อตอบสนองเป้าหมายขององค์การเพื่อให้เกิดประสิทธิผลขององค์การ โดยกิจกรรมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นประกอบไปด้วย การพัฒนาปัจเจกบุคคล และการพัฒนาองค์การ และเป็นไปตามหลักการของ ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2556, หน้า 4-5) ได้กล่าวถึงหลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า เป็นหน้าที่สำคัญของการบริหารจัดการองค์กร เป็นการลงทุนด้านบุคลากร (Human capital) เป็นองค์ความรู้ที่พัฒนาคู่ขนานไปพร้อมกันทั้งองค์กรและบุคลากรโดยผ่านกระบวนการศึกษาในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การให้ศึกษาเรียนรู้งาน การฝึกอบรมให้ปฏิบัติงานได้ และการพัฒนาสายงานอาชีพโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงความสามารถในการทำงานของพนักงานทั้งในฐานะปัจเจกบุคคลและกลุ่ม เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพ ซึ่งการดำเนินการนี้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยพะเยา ว่าด้วย การบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง การพัฒนาพนักงานมหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งกำหนดแนวทางในการพัฒนาบุคลากรไว้ในแผนพัฒนาบุคลากรมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีงบประมาณ 2558-2561 โดยแบ่ง เป็น 4 แนวทาง ได้แก่แนวทางที่ 1 การมอบหมายงาน แนวทางที่ 2 การพัฒนาบุคลากร ประกอบด้วย 1) กำหนดให้บุคลากรจัดทำแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan) และติดตามการดำเนินการตามแผนฯ เพื่อการพัฒนาตนเอง อย่างต่อเนื่อง 2) ส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาคุณวุฒิ และตำแหน่งทางวิชาการ โดยกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นรายบุคคล 3) สำรวจความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในทุกตำแหน่ง แล้วดำเนินการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร ตามความเหมาะสม แนวทางที่ 3 การบริหารทรัพยากรบุคคล และแนวทางที่ 4 การประเมินผลการปฏิบัติงานซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยต่างๆ ดังนี้ กองทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยมหิดล (2560,ออนไลน์) ที่กล่าวถึง แนวทางในการพัฒนาบุคลากรไว้ว่า ทรัพยากรบุคคลเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดของมหาวิทยาลัยเนื่องจากบุคลากรจะเป็นผู้ผลักดันให้ภารกิจต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นการส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถมีสมรรถนะสอดคล้องตามเป้าหมายและยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ตลอดจนมีคุณลักษณะที่ดีพึงประสงค์ และมีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย จะทำให้มหาวิทยาลัยเจริญก้าวหน้า และเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสำหรับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีพ.ศ. 2556-2560) ได้มีแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์คือ ทรัพยากรบุคคลเป็นองค์ประกอบ

สำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจต่างๆของมหาวิทยาลัยให้บรรลุ เป้าหมาย ผลสัมฤทธิ์ ศักยภาพของบุคลากรจึงเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพให้มีความสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นตลอดจนมีคุณลักษณะที่ดีพึงประสงค์ จึงเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และมหาวิทยาลัยสุรนารี (อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2556) มีแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จากนโยบายการพัฒนาบุคลากรว่า “การพัฒนางานและการพัฒนาคน” ควบคู่กันไปการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานทั้งสายวิชาการและสายปฏิบัติการวิชาชีพและบริหารทั่วไปได้รับการพัฒนาความสามารถทักษะและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาอย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการ โดยกำหนดให้บุคลากรทุกคนได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถอย่างเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรได้มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุวเพ็ญ ดุ้ยคำ (2555) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยพะเยาการ พบว่า การดำเนินงานพัฒนาบุคลากรมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิระชาติ อุบแก้ว (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่า ด้านการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยสูงสุดที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัยพะเยา และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรธยา บันเทิง (2555) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมุ่งใจในการปฏิบัติงานกับความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรที่ปฏิบัติงานระหว่าง 7-9 ปี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรนันท์ จิระวัฒนภิณู (2558) พบว่า การพัฒนารายบุคคลและการพัฒนาองค์การมีความสัมพันธ์กับวงจรอาชีพและเส้นทางการฝึกอบรมจากฐานความสามารถ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา ให้ความสำคัญในการพัฒนาตนเองเพื่อให้ผลการปฏิบัติงานสูงโดยบุคลากรเห็นว่าการทำแผนพัฒนารายบุคคลจะทำให้บุคลากรสายสนับสนุนมีคุณสมบัติ ความสามารถ หรือศักยภาพในการทำงานให้สำเร็จเป้าหมายเป็นอันเดียวกับเป้าหมายขององค์กรและเป้าหมายที่ตนเองคาดหวังไว้ หากหน่วยงาน หรือมหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมหรือนโยบายเรื่องการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคลที่เน้นพัฒนาความสามารถรายบุคคลจะช่วยให้การดำเนินงานมีทิศทางที่ดีเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร และควรมีการนำผลการวิเคราะห์รายบุคคลมาจัดทำแผนการพัฒนาอาชีพหรือเส้นทางความก้าวหน้าในสายงานของบุคลากรสายสนับสนุนอย่างชัดเจนเพื่อนำไปสู่แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของหน่วยงานและในมหาวิทยาลัยยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านการพัฒนาอาชีพ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้น มหาวิทยาลัยพะเยา ควรติดตามกำกับให้หน่วยงานภายในสังกัดนำผลการวิเคราะห์รายบุคคลไปพัฒนาความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานในอนาคตโดยเฉพาะการนำสื่อเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยพะเยากับกลุ่มปฏิบัติงาน ณ สำนักงานบริหาร-กอง, ณ สำนักงานคณะ,วิทยาลัย,โรงเรียน ณ ศูนย์,โครงการจัดตั้ง
2. ควรศึกษาวิจัย ความต้องการพัฒนาศักยภาพรายบุคคลและแนวทางการพัฒนาสู่ตำแหน่งทางวิชาชีพที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยพะเยา

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัย เรื่อง การศึกษาสภาพการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยพะเยา ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยพะเยาและคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ที่หลากหลายที่มีประโยชน์แก่ข้าพเจ้า ด้วยการให้ความช่วยเหลือแนะนำของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดาวัลย์ อุ่นกอง รองคณบดีฝ่ายวิชาการวิทยาลัยการศึกษา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักจิต สุทธิพงษ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยตรวจแก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ และติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัยจนสำเร็จ ตลอดจนผู้บริหารและบุคลากรคณะเภสัชศาสตร์ ที่เป็นต้นสังกัดในการส่งเสริมและสนับสนุนให้การศึกษาครั้งนี้ลุล่วงมาด้วยดี

ขอขอบคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยพะเยา ดร.น้ำฝน กันมา รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา วิทยาลัยการศึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สุรศักดิ์ เส่าแก้ว กรรมการสภามหาวิทยาลัยประเททอาจารย์และอดีตรองคณบดีฝ่ายบริหารคณะเภสัชศาสตร์ นายอานนท์ณัฐ์ จินเอียด ผู้อำนวยการกองการเจ้าหน้าที่ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำข้อคิดเห็นตรวจสอบ ให้การอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยพะเยา. (2559). *หลักสูตรการพัฒนาบุคลากร มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีงบประมาณ 2559*.
- กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยพะเยา. (2560). *รายงานสรุปอัตรากำลังบุคลากร มหาวิทยาลัยพะเยา*. เดือน พฤษภาคม 2560.

- กองทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยมหิดล. *แผนเส้นทางการพัฒนาบุคลากร (Development Roadmap)มหาวิทยาลัยมหิดล*. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา, <http://www.op.mahidol.ac.th/orpr/newhrsite/HrManagement/HRDevelopment.html>(13 กรกฎาคม 2560)
- จุฬามาศ แสงอาวุธ และพรนิภา จินดา. (2552). *รายงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี . วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2559). *แผนยุทธศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (พ.ศ. 2560 – 2563)*.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). *โครงการ Talent Development สายปฏิบัติการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา, <http://www.hrm.chula.ac.th/newhrm/talent-development/>
- โชติชวัล พุทธิกาญจน์. (2559). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2545). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2559). *การจัดการทรัพยากรบุคคล พื้นฐานแนวคิดเพื่อการปฏิบัติ*.
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS : ครอบคลุมทุกเวอร์ชัน (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสแอนดี.
- นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. (2559). *หลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21*. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเวศน์ มหารัตนสกุล. (2556). *การจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ:ปัญญาชน.
- พงศ์พิพัฒน์ บัญชานนท์. (2560). *บทวิเคราะห์ :ไทยแลนด์ 4.0 วิสัยทัศน์ชาติ ที่ยังขาดรายละเอียด*.
[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา <http://www.bbc.com/thai/thailand-38527250?SThisFB>
(7 กรกฎาคม 2560)
- พระมหาวิชิตพงษ์ ศรีจันทร์ . (2546). *ปัญหาและความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรในมหาวิทยาลัย มกุฏราชวิทยาลัย. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา สำนักงานบัณฑิตศึกษา. สถาบันราชภัฏเลย)*.
- พิเชษฐ์ วงศ์เกียรติขจร. (2559). *แนวทางการเรียนรู้การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.
- พัชรนันท์ จิระวัฒนภิญโญ. (2558). *การวางแผนอาชีพกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในกรมปศุสัตว์*.
การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 26 มิถุนายน 2558 มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่

- ไพฑูรย์ สินลารัตน์. (2559). *การศึกษาไทย 4.0 เป็นยิ่งกว่าการศึกษา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีระชาติ อุปแก้ว . (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัย
พะเยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา
วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา.*
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2556). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์กลาง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ปี พ.ศ. 2556-2560.*
- มหาวิทยาลัยพะเยา. (2558). *แผนพัฒนาศูนย์กลางมหาวิทยาลัยพะเยา (พ.ศ. 2558 – 2561) ฉบับ
ปรับปรุงแก้ไข พ.ศ. 2558.*
- มหาวิทยาลัยพะเยา. (2557). *นโยบายและทิศทางการบริหาร มหาวิทยาลัยพะเยา (พ.ศ. 2558-
2561). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา, [http://www.up.ac.th/FileUpload/ นโยบายและ
ทิศทาง%.pdf](http://www.up.ac.th/FileUpload/นโยบายและทิศทาง%.pdf) (6 กรกฎาคม 2560)*
- ลัดดาวัลย์ สำราญ. (2558). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: บริษัท ทริปปี้ล กรุ๊ป จำกัด.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด. (2546). *พัฒนาทรัพยากรบุคคลและองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรง
พิมพ์สยามมิตร.
- วีรวิทย์. (2559). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. เชียงใหม่ : ภาวีการพิมพ์.Tamara J.Erickson &
Lynda
Gratton. 2551. *การบริหารจัดการคนเก่ง*. พิมพ์ครั้งที่ 2 แปลโดย ญัฐยา สันตรการผล เรียบเรียง
โดย วีรวิทย์ มาฆะศิรินันท์. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็กวเปอร์เน็ท จำกัด.
- วิจารณ์ พาณิชย์. (2553). *การเสวนาทางวิชาการ เรื่อง บทบาทของมหาวิทยาลัยกับการปฏิรูป
ประเทศไทย*. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/372658>
(12 กรกฎาคม 2560)
- วิจิตร ศรีสะอ้าน. (2559). “*ปาฐกถา ในการอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “บทบาทของมหาวิทยาลัย
ในระบบนิเวศ ผู้ประกอบการ”*.[ระบบออนไลน์. (12 กรกฎาคม 2560)
- วันชัย จันทะดารา. (2552). *สภาพปัจจุบันความต้องการและแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
คณะวิทยาศาสตร์สังคม มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย).*
- ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี. (2557). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สัมพันธ์ ธรณีชัย. (2553). *หลักทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัทสำนักพิมพ์ ข้าวฟ่าง จำกัด.
- สุนทร โคตรบรรเทา. (2554). *หลักการและทฤษฎีบริหารการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ปัญญาชนา.
- สนธยา บันเทิง . (2555). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของบุคลากรสาย
บริหารมหาวิทยาลัยพะเยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขา
บริหารการศึกษา วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา.*
- สุวเพ็ญ คำตุ้ย. (2555). *แนวทางการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยพะเยา.
การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา วิทยาลัย
การศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา.*
- สุภาวดี ขุนทองจันทร์. (2559). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างบูรณาการ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.
- สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานยกรัฐมนตรี. (2560). “สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12” [ระบบออนไลน์]. (13 กรกฎาคม 2560)
- องค์การ เรื่องรัตนอัมพร. (2555). *พัฒนาคน พัฒนาองค์กร*. [ระบบออนไลน์]. (13 กรกฎาคม 2560)
- อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. (2556). *แผนการพัฒนาคณากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
สุรนารี*.
- อาทร ใช้กิจจา. (2552). *ผลกระทบของแผนพัฒนารายบุคคลต่อผู้ปฏิบัติงานในองค์การมหาชน*. สาร
นิพนธ์ พัฒนาแรงงานการศึกษามหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- MM Thailand (2560, มกราคม 21). *โมเดล ‘ประเทศไทย 4.0’ ขับเคลื่อนประเทศไทยด้วย
นวัตกรรม*. [ระบบออนไลน์]. (18 กรกฎาคม 2560)

คุณลักษณะของนวัตกรรมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Characteristics of E-commerce Business Innovator

วรโชติ ทัดจอมไตร(Worachot Tatjomtra) ศิริระ ศรีโยธิน(Sira Sriyothin)

สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

* sirasriyothin@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ได้แก่ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของ นวัตกรรมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน โดยในการวิจัยนี้จะทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะสำคัญของผู้ที่จะเป็นนวัตกรรมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 1) ความสามารถในการมองหาโอกาส 2) ความคิดสร้างสรรค์ และ 3) การมุ่งเน้นดำเนินธุรกิจไปยังส่วนองค์กรมีความ-ถนัดสำหรับปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน ได้แก่ 1) ปัญหาผู้บริหารองค์กรธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขาดความรู้ในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และ 2) ปัญหาธุรกิจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

คำสำคัญ : นวัตกรรม ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาและอุปสรรค

Abstract

This research had the purpose: to study the characteristics of e-commerce business innovator and to study the problems and obstacles of e-commerce business today. This research will be conducted by in-depth interviews with successful e-commerce business owners. Research founded that. The key features of e-commerce business innovator include the characteristics to 1) Looking for opportunities, 2) Creativity and 3) Concentration on the expert of business. The problems and obstacles of e-commerce business today 1) E-commerce businesses corporate executives lack of knowledge in human resource management and 2) E-commerce business in Thailand is not widely known.

Keywords: Innovator, E-commerce Business, Problems and Obstacles

บทนำ

นโยบาย Thailand 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายของรัฐบาลในปัจจุบัน โดยมีเป้าหมายที่จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยถูกขับเคลื่อนโดยการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ การพัฒนานโยบายเศรษฐกิจดังกล่าวของรัฐบาลเกิดจากที่ผ่านมามีในอดีตตั้งแต่ยุค Thailand 1.0 ประเทศไทยเริ่มพัฒนาเศรษฐกิจจากการมุ่งเน้นพัฒนาด้านการเกษตรเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรและส่งออกไปขายทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตามการพัฒนาดังกล่าวมีข้อจำกัดในเรื่องมูลค่าสินค้าที่ต่ำ ทำให้เศรษฐกิจขยายตัวน้อย จึงเป็นที่มาของนโยบายเศรษฐกิจ Thailand 2.0 ที่เน้นการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นจำนวนมากเพื่อให้เกิดการจ้างงาน อุตสาหกรรมที่เติบโตในช่วงนี้ ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมตามนโยบายเศรษฐกิจ Thailand 2.0 จะเน้นที่ค่าแรงที่มีราคาถูกเป็นสำคัญ ทำให้ต่อมาเมื่อมีประเทศอื่นที่มีค่าแรง- ต้นทุนที่มีราคาถูกกว่ามาผลิตสินค้าแบบเดียวกันได้ ทำให้ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ทำให้รัฐบาลจึงได้นำนโยบายเศรษฐกิจ Thailand 3.0 เข้ามาใช้ โดยนโยบายนี้มุ่งเน้นการสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมหนัก ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น อุตสาหกรรมเหล็กกล้า อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมผลิตพลังงาน เป็นต้น โดยมุ่งเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ ซึ่งในระยะแรกของการใช้นโยบายนี้ ทำให้ประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูง แต่ต่อมาเมื่อมีประเทศอื่นๆ ที่พัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมหนักเพิ่มมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ราคาสินค้าที่ส่งออกมีราคาลดลงจากผลการแข่งขัน ส่งผลให้อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตกต่ำ จึงเป็นที่มาของนโยบาย Thailand 4.0 ที่มุ่งเน้นให้ภาคธุรกิจในประเทศไทยพัฒนาศักยภาพตนเองโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการผลิตและการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการได้มากขึ้น (ปานระพี รพีพันธ์, 2560)

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นธุรกิจที่สามารถตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 ได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นธุรกิจที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ซึ่งจากการศึกษาของ Statista ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยการตลาดที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่ง พบว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดรวมมากกว่า 2.9 พันล้านดอลลาร์ ในปีพ.ศ. 2560 และมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 14.5 ต่อปี โดย Statista ยังรายงานอีกว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีบทบาทสำคัญในการช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคต ดังนั้นจึงเป็นเหตุจำเป็นที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรให้ความสำคัญกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น และควรให้ความสำคัญในการศึกษาเพื่อหาแนวทางพัฒนาการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบความสำเร็จ พร้อมทั้งพัฒนานวัตกรรมหรือผู้ริเริ่มทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น

จากความสำคัญของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และความสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาคุณลักษณะที่สำคัญของนวัตกรรมในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อไป นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหา เพื่อพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยให้เจริญเติบโตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะของนวัตกรรมของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขตการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย ได้แก่ ประธานผู้บริหารคุณสุทธิเกียรติ จันทชัยโรจน์ บริษัท ชิปป็อบ จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จ โดยธุรกิจมีมูลค่ามากถึงสามร้อยล้านบาท

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก คุณสุทธิเกียรติ จันทชัยโรจน์ ประธานผู้บริหารบริษัท ชิปป็อบ จำกัด แล้วจึงนำข้อมูลจากบทสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ซึ่งผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีนักวิจัยได้ให้ความหมายของ “นวัตกรรม” ไว้ดังต่อไปนี้ “นวัตกรรม คือ ผู้ที่คิดสิ่งใหม่ ๆ แล้วลงปฏิบัติ โดยตั้งใจทำให้สิ่งที่คิดประสบความสำเร็จ ต่อเนื่อง และยั่งยืน” (จิระ หงส์ดารมภ์, 2550) “นวัตกรรม คือ ผู้ที่สร้างการเปลี่ยนแปลง ประดิษฐ์คิดค้น สร้างสรรค์ และสนับสนุนให้เกิดเทคนิควิธีการ รูปแบบ เครื่องมือ กระบวนการ หรือผลงานที่เป็นนวัตกรรม สำหรับใช้ในการปฏิบัติงานของตนและองค์กร ซึ่งมีประโยชน์มีคุณค่า และเหมาะสมต่อการพัฒนาและแก้ปัญหาธุรกิจของตน” (วสันต์ สุทธาวาส และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2558) จากความหมายของนวัตกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า “นวัตกรรม” หมายถึงบุคคลผู้ริเริ่มนำสิ่งใหม่ที่มีคุณค่ามาใช้ในองค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนาและแก้ปัญหาในองค์กร โดยมี

เป้าหมายเพื่อให้องค์กรเกิดความยั่งยืน ดังนั้นบุคคลที่จะเป็นนั้ตกรได้จึงต้องมีคุณลักษณะบางอย่างที่แตกต่าง คำถามคือ คุณลักษณะที่สำคัญต้องมีคุณลักษณะอย่างไรบ้าง ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีการศึกษาคุณลักษณะไว้ดังต่อไปนี้ จากการศึกษาของ W.D. Bygrave (2536) พบว่า นั้ตกรนั้นควรมีคุณลักษณะเด่น 10 ประการ ดังต่อไปนี้

- ความฝัน หมายถึง ความหวังที่จะทำให้้องค์กรประสบความสำเร็จ
- ความสามารถในการตัดสินใจ หมายถึง เมื่อเจอสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยนไป นั้ตกรต้องสามารถประมวลทางเลือกในการตัดสินใจ และตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ นั้นได้อย่างเหมาะสม
- ความสามารถในการสั่งการ หมายถึง เมื่อตัดสินใจจะดำเนินการสิ่งใด ต้องสามารถสั่งการให้บุคคลที่เกี่ยวข้องใน้องค์กรไปดำเนินการต่อได้อย่างบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้ ซึ่งจะเห็นว่าความสามารถในการสั่งการเกี่ยวข้องโดยตรงกับศาสตร์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นศาสตร์ที่นั้ตกรจะต้องมีความรู้
- ความมุ่งมั่น หมายถึง นั้ตกรต้องไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการทำงาน
- ความทุ่มเท หมายถึง การให้ความสำคัญกับการพัฒนาให้การดำเนินธุรกิจดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้จะบรรลุเป้าหมายที่วางไว้แล้ว แต่ไม่ได้หยุดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไป
- ความเสียสละ หมายถึง เสียสละแรงกาย แรงใจ และเวลา เพื่อความสำเร็จของ้องค์กร ความเสียสละของนั้ตกรนี้จะเป็นตัวอย่งให้พนักงานใน้องค์กรเกิดความนับถือและเป็นแรงจูงใจในการทำงาน
- ความละเอียดรอบคอบ หมายถึง มีความช่างสังเกตและใส่ใจในรายละเอียดเล็กน้อยๆ ในปัจจัยต่างๆ ที่สามารถส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจได้ นั้นหมายความว่า นั้ตกรต้องมีความสามารถในการพิจารณาสภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจอย่างละเอียด เพื่อแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจ
- ความไม่ยอมแพ้ในโชคชะตา หมายถึง ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการที่นำพา้องค์กรผ่านปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นไปให้ได้
- ความสามารถในการบริหารเงิน หมายถึง ความสามารถในการบริหารรายรับและรายจ่ายอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
- ความสามารถในการกระจายความรับผิดชอบไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง หมายถึง นั้ตกรไม่สามารถนำพา้องค์กรให้อยู่รอดได้เพียงลำพัง ต้องอาศัยความร่วมมือจากพนักงานใน้องค์กรด้วย ดังนั้นจึงต้องมีความสามารถในการมอบหมายงานให้กับพนักงานแต่ละคนอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคล

จากการศึกษาของวสันต์ สุธาวาศและพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2558) พบว่า “นวัตกรรม” ต้องมีคุณลักษณะสำคัญอยู่ 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสามารถ ด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ด้านความสามารถ หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัวของนวัตกรรมที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานในธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ได้แก่ การเป็นผู้ที่แสวงหาความรู้ (Knowledge Seeking), การรวบรวมทรัพยากร (Source Collecting), การมองเห็นปัญหาและโอกาส (Problem and Opportunities), ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Idea), การเปลี่ยนความคิดให้เป็นจริง (Possible Dream), การสร้างเครือข่าย (Networking), การทำงานร่วมกับผู้อื่น (Team Working) ,และการส่งมอบเชิงวิชาการไปยังลูกน้อง (Academic Delivery)
- ด้านพฤติกรรม หมายถึง คุณลักษณะที่แสดงออกในระหว่างปฏิบัติงานที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น พนักงานในองค์กร ลูกค้า หรือหุ้นส่วนธุรกิจ เป็นต้น สามารถสังเกตเห็นได้ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรู้สึกอยากจะทำางานด้วยหรือไม่ ได้แก่ ความกระหายในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ, ความช่างสังเกต, การมีตั้งข้อสงสัยและหาคำตอบ, ความละเอียดรอบคอบ, การเปิดใจและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น, ความมุ่งมั่นและปฏิบัติงานต่อเนื่อง, ความอดทนไม่ย่อท้อ และ การประพุดิตนเป็นต้นแบบที่ดี
- ด้านทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกข้างในของนวัตกรรม ที่มีต่อสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งบุคคล สิ่งของ องค์กร หรือสถานการณ์ต่างๆ โดย “ทัศนคติ” ของนวัตกรรมจะมีผลต่อการแสดงออกด้านพฤติกรรมของตัวนวัตกรรมต่อไปนั่นเอง โดยถ้านวัตกรรมมีทัศนคติที่เหมาะสม การแสดงออกด้านพฤติกรรมก็จะส่งผลให้บุคคลที่เกี่ยวข้องอยากร่วมงานด้วย ซึ่งประกอบด้วย การมีจิตอาสาและรักษาประโยชน์ส่วนรวม (Volunteer), การมีความเชื่อมั่น (Confidence) และการตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาและเยาวชน (Education Awareness)

จากการศึกษาของพัชรพร อยู่เย็น, อภิญญา ภูมิโอดาและศิริระ ศรีโยธิน (2560) พบว่า นวัตกรรมต้องมีคุณลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

- การเป็นผู้มีความคิดที่แตกต่าง หมายถึง การมองเห็นในสิ่งที่ผู้อื่นหรือคู่แข่งยังไม่เห็นนำไปสู่การพัฒนาสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นในองค์กร
- การเป็นผู้เปิดใจกว้างในการรับฟังความคิดเห็น หมายถึง นวัตกรรมต้องไม่ยึดถือความคิดของตนเองเป็นศูนย์กลาง พร้อมทั้งจะเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่าง หรือความคิดเห็นแย้งความคิดของตน เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อนำ ไปพัฒนาสิ่งที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร

- การเป็นผู้ที่สามารถเชื่อมโยงสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบได้ หมายถึง นวัตกรรมจะต้องมีความคิดที่เป็นตรรกะ สามารถวิเคราะห์เหตุและผลของสถานการณ์ต่างๆได้ ความสามารถในการจำแนกเหตุและผลได้นี้ทำให้ นวัตกรรมมองปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของนวัตกรรม พบว่าแม้ว่าจะมีการศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมอย่างละเอียดมาก่อนแล้ว แต่เป็นการศึกษาเพื่อหาคุณลักษณะของนวัตกรรมโดยทั่วไป และยังไม่ได้มีการศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็นที่มาที่ผู้วิจัยต้องการการศึกษาในครั้งนี้

ผลการศึกษา

ผลจากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์คุณสุทธิเกียรติ จันทระชัยโรจน์ ประธานผู้บริหาร บริษัท ซีป๊อบ จำกัด สามารถจำแนกคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เป็น 3 คุณลักษณะสำคัญ ได้แก่ ความสามารถในการมองหาโอกาส ความคิดสร้างสรรค์ และการมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจไปยังส่วนองค์กรมีความถนัด ดังนี้

1.) การมองหาโอกาส นวัตกรรมในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด เพื่อหาโอกาสทางการตลาดให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะสภาพตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในปัจจุบัน ที่มีแนวโน้มเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภค นวัตกรรมต้องสามารถมองว่าอะไรคือปัญหาที่ผู้บริโภคต้องการได้รับการตอบสนอง ซึ่งปัญหาของผู้บริโภคก็คือโอกาสของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั่นเอง เมื่อนวัตกรรมมองเห็นโอกาสจากปัญหาของผู้บริโภคที่ต้องการการตอบสนองแล้ว นวัตกรรมจำเป็นต้องมีการเตรียมตัวเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้อย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน เพราะจะเป็นที่มาของความได้เปรียบทางการแข่งขันเนื่องจากใครที่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ก่อน ย่อมจะนำมาซึ่ง ความจงรักภักดีของผู้บริโภค และกลายเป็นผู้นำทางการตลาดต่อไป

2.) ความคิดสร้างสรรค์ เป็นคุณลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการเป็นนวัตกรรมในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจคือคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ชอบความซ้ำซากจำเจ และต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆและทันสมัยอยู่เสมอ ดังนั้นการ

คิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆและนำมาใช้ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ตลอดเวลา จะช่วยให้สามารถครองใจลูกค้าในระยะยาวได้

อนึ่งจะพบว่าความคิดสร้างสรรค์ของนวัตกรรมนี้จะนำมาซึ่ง “แรงบันดาลใจ” ทำให้เกิดการสร้าง “นวัตกรรม” ใหม่ ๆ มาใช้ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจเกิดเป็นลูกค้าประจำ และลูกค้าจะส่งข้อมูลความพอใจนั้นไปยังผู้ที่ใกล้ชิดต่อไป ทำให้องค์กรมีชื่อเสียงโดยไม่ต้องใช้การโฆษณา ส่งผลให้องค์กรสามารถใช้ชื่อเสียงดังกล่าวในการขยายธุรกิจไปยังสินค้าและบริการประเภทอื่นๆตามมาได้ในอนาคต

3.) การมุ่งเน้นดำเนินธุรกิจไปยังส่วนองค์กรมีความถนัด หมายความว่า ในทุกองค์กรไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกอย่างผ่านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยผลมาจากข้อจำกัดในเรื่องทรัพยากร เช่น เงินทุน บุคลากร หรือเทคโนโลยี เป็นต้น ดังนั้น นวัตกรรมจำเป็นต้องวิเคราะห์ตนเองให้ ออกจาก องค์กรถนัดทำธุรกิจด้านใดมากที่สุด และมุ่งเน้นพัฒนาธุรกิจด้านนั้นให้ดีที่สุด เพราะจะเป็นที่มาของความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการสร้างลูกค้าที่จงรักภักดีตามมาในอนาคต อนึ่งการขยายธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะนำมาซึ่งความสูญเสียของทรัพยากรและเงินลงทุน ดังนั้น คนที่เป็นนวัตกรรมในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงควรตระหนักในเรื่องนี้ให้มาก

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันนี้ จ า ก ก า ร สัมภาษณ์สามารถแยกได้เป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ปัญหาผู้บริหารองค์กร ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขาดความรู้ในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และปัญหาธุรกิจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.) ปัญหาผู้บริหารองค์กรธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขาดความรู้ในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริหารองค์กรธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาจากพื้นฐานความรู้ที่หลากหลาย และไม่ได้มีพื้นฐานความรู้ ในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์มาโดยตรง เมื่อต้องมาบริหารบุคลากรในองค์กรที่มาจากหลากหลายสาขาวิชาชีพ ทำให้ไม่รู้วิธีการบริหารคน ส่งผลให้ไม่สามารถทำให้ทุกคนในองค์กรมีเป้าหมายร่วมกันได้ ซึ่งส่งผลเสียต่อการเจริญเติบโตขององค์กรธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระยะยาว

2.) ปัญหาธุรกิจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทำให้ไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเท่าที่ควร และส่งผลให้หาบุคลากรที่มีคุณภาพเข้ามาร่วมทำงานได้น้อย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาในเรื่องคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 3 คุณลักษณะ ได้แก่ ความสามารถในการมองหาโอกาส ความคิดสร้างสรรค์ และการมุ่งเน้นดำเนินธุรกิจไปยังส่วนองค์กรมีความถนัดนั้น จะเห็นว่าการพัฒนาเพื่อให้ได้นวัตกรรมที่มีคุณสมบัติดังกล่าวต้องเริ่มต้นจากการ-ได้รับความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรที่สามารถพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณสมบัติดังกล่าว ซึ่งเป็นเรื่องที่รัฐบาลต้องให้การสนับสนุนโดยมีนโยบายในการปฏิรูปการศึกษาที่ชัดเจนเพื่อพัฒนาคนตามที่ต้องการ ซึ่งเป็น เรื่องที่ต้องดำเนินการในระยะยาว

สำหรับในระยะสั้นนั้น ภาคธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรเข้าไปร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาบัณฑิตร่วมกัน ได้แก่ การที่ผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้าไปร่วมบรรยายและถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์กับนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย การร่วมกันร่างหลักสูตรโดยมีภาคธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย หรือการเปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีโอกาสได้ฝึกงานจริงในระหว่างเรียน ซึ่งจะเป็แนวทางที่ช่วยในการสร้างนวัตกรรมให้กับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระยะสั้นได้

ผลการศึกษาในเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันนั้น ในประเด็นปัญหาเรื่องความรู้ในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของผู้บริหารในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ภาครัฐสามารถช่วยในเรื่องการจัดหลักสูตรฝึกอบรมโดยผ่านมหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอน ในด้านนี้ได้ โดยภาคธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาความรู้ด้านนี้เช่นเดียวกัน สำหรับปัญหาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผู้วิจัยเห็นว่าจะต้องเริ่มสร้างการรับรู้ถึงความสำคัญของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับภาครัฐก่อน โดยองค์กรธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีการรวมตัวจัดตั้งเป็นสมาคมเพื่อนำเสนอความสำคัญของภาคธุรกิจนี้กับภาครัฐ ทำให้เกิดความเชื่อถือจากภาครัฐมากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับคนรุ่นใหม่ ทั้งในการจัดอบรมฟรี และการเข้าไปแนะนำในสถาบันการศึกษา โดยในผลจากการวิจัยทั้งหมด ทั้งในด้านของคุณลักษณะของนวัตกรรมของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่ได้ไปทำการทบทวนมาเรื่อง ความ

เป็นนวัตกรรมทางการศึกษาขั้นพื้นฐานในภาครัฐ: การศึกษาทฤษฎีรากฐาน“นวัตกรรม” ต้องมีคุณลักษณะสำคัญอยู่ 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสามารถ ด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติอย่างข้อมูลที่มีในเบื้องต้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีแนวโน้มเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะเป็ธุรกิจหลักที่ช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตตามนโยบาย Thailand 4.0 ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เจริญเติบโตตามเป้าหมาย คือ การสร้างนวัตกรรมที่มีคุณลักษณะ 3 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการมองหาโอกาส ความคิดสร้างสรรค์ และการมุ่งเน้นดำเนิน ธุรกิจไปยังส่วนที่องค์กรมีความถนัด เข้ามาช่วยพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนานวัตกรรมที่มีคุณสมบัติดังกล่าวต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการร่วมมือกันพัฒนา

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันนั้น ปัญหาเกี่ยวกับการขาดความรู้ในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของผู้บริหารองค์กรธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ภาคธุรกิจจะต้องตระหนักถึงความสำคัญ ของความรู้ในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ก่อน และภาครัฐควรเข้าไป ช่วยเหลือในการให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวผ่านมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตร ทางด้านนี้ สำหรับปัญหาธุรกิจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้างนั้น ควรให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ไปยังภาครัฐและภาคประชาชนโดยเน้นที่กลุ่มคนรุ่นใหม่

เอกสารอ้างอิง

- พิชัย ยอดพฤติกกร. (2547). เจ้าของกิจการ. สำนักพิมพ์ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- พิบูล ทีปะปาล, ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2552). การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship).
- ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2556). คู่มือเงินทองต้องวางแผนก้าวสู่การเป็นเจ้าของกิจการ. สำนักพิมพ์ : บริษัท เมจิกเพรส จำกัด
- ไม่ทราบชื่อผู้แต่ง. (2560). E-Commerce Landscape 2017 : รวมธุรกิจอีคอมเมิร์ซในไทย เอาไว้ในที่เดียว!. ค้นเมื่อ (20 เม.ย. 2561),
- ปานระพี รพีพันธ์, 2560. (2560). Thailand 4.0 ประเทศไทย 4.0 คืออะไร. ค้นเมื่อ (20 เม.ย. 2561)
- จีระ หงส์ลดารมภ์. (2550). นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์. ค้นเมื่อ (29 เม.ย. 2561)

พัชรพร อยู่เย็น, อภิญา ภูมิโอบาและศิริะ ศรีโยธิน. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นนวัตกรรม :
กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ PUNN. สืบค้นเมื่อ (20 เม.ย. 2561),
วสันต์ สุทธาวาสและพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2558). ความเป็นนวัตกรรมทางการศึกษาขั้นพื้นฐานในภาครัฐ:
การศึกษาทฤษฎีรากฐาน. สืบค้นเมื่อ (21 เม.ย. 2561),
ศศิมา สุขสว่าง. (2560). นวัตกรรมคืออะไร (What is Innovation). สืบค้นเมื่อ (20 เม.ย. 2561)
สุภาภรณ์ พวงสมบัติ, พุทธิวัต สิงห์ตง (2561).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในขั้นตอนการ
ดำเนินงานของธุรกิจ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์. สืบค้นเมื่อ (21 เม.ย. 2561)
อมิตา อริยอัชฌา. (2552). เขาหาเงินกันแบบไหนถึงได้รวย. สำนักพิมพ์ : บริษัท แพลน พรินท์ติ้ง
จำกัด
ออสบอร์น, แอลแฟร็ด อี. (2553). คัมภีร์เจ้าของกิจการ. สำนักพิมพ์ : ธรรมกลการพิมพ์

เพลงเรือแหลมโพธิ์ จังหวัดสงขลา
กับบทบาทด้านการสื่อสารต่อการสะท้อนชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรม
PlengRuaLeampho Songkhla As the role of communication
to reflect a way of life, society and culture

ทีปวิธ พงศ์ไพบูลย์ (Teepavit Pongpaibool)
สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์ สารสนเทศศาสตร์ และนิเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: Teepavit@hotmail.com

บทคัดย่อ

เพลงเรือแหลมโพธิ์ จังหวัดสงขลา จัดเป็นสื่อพื้นบ้านชนิดหนึ่งซึ่งเกิดจากพลังศรัทธาต่อพุทธศาสนาของผู้คนในลุ่มน้ำอู่ตะเภา จังหวัดสงขลา เกิดเป็นที่มาของประเพณี(ชัก)ลากพระทางน้ำสู่แหลมโพธิ์ ซึ่งเรือจากชุมชนต่าง ๆ ในลุ่มทะเลสาบสงขลาตอนล่างจะลากเรือพระมุ่งหน้าสู่หาดแหลมโพธิ์ เมื่อเกิดความเหน็ดเหนื่อยจึงได้ร้องเพลงเพื่อเรียกขวัญกำลังใจ กลายเป็นที่มาของเพลงเรือแหลมโพธิ์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบทบาทของเพลงเรือแหลมโพธิ์ในการสื่อสารต่อการสะท้อนชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมของคนในชุมชนรอบลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยการวิเคราะห์เนื้อหาของบทเพลงแหลมโพธิ์ที่ถูกแต่งไว้ ผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันเพลงเรือแหลมโพธิ์ยังมีการเล่นอยู่บ้างประปราย เนื่องจากประเพณี(ชัก)ลากพระทางน้ำนั้นเปลี่ยนไปเป็นการลากพระทางบกตามการพัฒนาเส้นทางคมนาคม การเล่นเพลงเรือระหว่างลากพระทางน้ำจึงปรับเปลี่ยนรูปแบบการเล่นสู่การแสดงในงานต่าง ๆ ส่วนคุณค่าของการเล่นเพลงเรือแหลมโพธิ์นอกจากการเล่นเพื่อความสนุกสนาน เพลงเรือแหลมโพธิ์ยังทำหน้าที่บันทึกเรื่องราวทางสังคมในแต่ละยุคสมัยไว้ ทั้งยังเป็นช่องทางในการสื่อสารจากผู้แต่งและผู้ร้องเล่นไปยังชุมชนเป็นการสะท้อนชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมในมิติต่าง ๆ

คำสำคัญ: เพลงเรือแหลมโพธิ์ การสื่อสาร การสะท้อนชีวิต สังคม วัฒนธรรม

Abstract

PhlengRuaLampho Songkhla province, Organized as a folk media. Phleng Rua Lampho has long been accumulated from Buddhism notions of making merit after the Buddhist Lent. The purpose of performing Phleng Rua Lampho was not only for entertaining people but also for responding their religion belief. The research aimed to study about the role of communication to reflect a way of life, society and

culture By analyzing the contents of song The research found that nowadays, PhlengRuaLampho was rarely found in the area because the Chak Pra festival has changed since road became the major form of transportation. Thus, Chak Pra festival was significantly affected by the changes of transportation from the national policy and people also preferred to use road instead of canal. In that case, Phleng RuaLampho has been challenging and its form of performing was also slightly adjusted in order to sustain this local performing arts The value of performing Phleng Rua Lampho was In addition to singing for fun and it was also responsible for social stories. As a channel of communication from author and petitioner to community as the reflect a way of life, society and culture in the various dimension.

Keywords: Pleng Rua Leampho, communication, reflect of life, society, culture

บทนำ

สื่อพื้นบ้าน คือสื่อดั้งเดิมของชุมชนชาวไทย เป็นสื่อที่สามารถนำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การให้ความรู้ในด้านต่างๆ และยังช่วยปรับเปลี่ยนทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนการสืบทอดวัฒนธรรมให้แก่กลุ่มชนรุ่นต่อไป

สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2527) กล่าวว่า สื่อพื้นบ้านมิได้หมายถึงการแสดงละครเท่านั้น แต่หมายถึงรูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือบุคคลกับกลุ่มคน หรือกลุ่มคนกับกลุ่มคนที่ได้ประเพณีปฏิบัติสืบทอดกันมาจนกลายเป็นความเคยชิน

สมควร กวียะ (2529) กล่าวว่า สื่อพื้นบ้านคือวัฒนธรรมที่ได้รับการสร้างสรรค์และสั่งสมมาแต่อดีต กลายเป็นเครื่องมือที่รับส่งและเก็บข่าวสารที่เป็นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ปรากฏให้เห็นเป็นรูปของ คำพูด ข้อเขียน บทเพลง ดนตรีและการละเล่น พิธีการ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยมหรือแม้กระทั่งวิถีชีวิต

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สื่อพื้นบ้านคือรูปแบบของการสื่อสารทางวัฒนธรรมที่มีการสั่งสม พัฒนาในตัวเองและผ่านการสืบทอดกันมาอย่างเป็นระบบ และก่อให้เกิดรูปแบบของการสื่อสารที่แสดงถึงอัตลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นในแต่ละชุมชนหรือสังคม เช่น ประเพณี พิธีกรรม การแสดงและการละเล่นต่าง ๆ

กาญจนา แก้วเทพ (2539) กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านตามแนวคิดของสำนักหน้าที่นิยมว่า สื่อพื้นบ้านเปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งในสถาบันย่อยสถาบันหนึ่งของสังคม ซึ่งนักวิชาการจากสำนักนี้ได้เปรียบเทียบถึงหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนว่า สื่อพื้นบ้านทำหน้าที่ได้มากมายหลากหลายกว่า เช่น

1. ทำหน้าที่ปลดปล่อยแรงผลักดันทางเพศ
2. สร้างความสามัคคีระหว่างกลุ่มคนต่างๆในสังคม
3. ทำการวิพากษ์วิจารณ์สังคมที่เป็นอยู่
4. ช่วยพัฒนาภูมิปัญญาของมนุษย์
5. ทำหน้าที่ให้การศึกษาและสร้างความสำนึกทางการเมือง
6. สื่อพื้นบ้านจะมีลักษณะสัมพันธ์กับชีวิตของผู้คนในชุมชน
7. ทำหน้าที่ให้ความบันเทิง

เพลงเรือแหลมโพธิ์ จังหวัดสงขลา ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ สาขาสื่อพื้นบ้านและศิลปการแสดง เมื่อพ.ศ. 2556 เพลงเรือแหลมโพธิ์เป็นเพลงพื้นบ้านชนิดหนึ่ง เดิมเรียกว่า เพลงยาว เพลงเรือ หรือเพลงเรือยาว ซึ่งเล่นกันที่บ้านแหลมโพธิ์อำเภอบางกล่ำ ใกล้ตำบลเกาะยอ อำเภอเมืองสงขลาการชักพระทางน้ำเป็นต้นกำเนิดของเพลงเรือแหลมโพธิ์ที่มีมานานไม่ต่ำกว่า 200 ปี ในการเล่นนั้นจะมีโอกาสเฉพาะ คือ จะทำกันในวันออกพรรษา ซึ่งชาวบ้านเรียกกันทั่วไปว่า “ลากพระ” หรือ “ชักพระ” ทางน้ำ ซึ่งนอกจากชาวบ้านจะร้องเล่นกันในเรือขณะเคลื่อนตัวไปตามลำน้ำแล้ว ยังมีการถือไม้พายมาเดินร้องกันบนบกในที่ชุมชนด้วย (ที่ชุมชนเรือพระ) ประเพณีชักพระทางน้ำ มีอยู่ทั่วไปในชุมชนริมน้ำรอบลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยในการชักพระนั้นจะมีการล่องเรือพระไปตามคลองต่าง ๆ โดยมีที่หมายในการลากเรือพระทุกลำมารวมกันที่บ้านแหลมโพธิ์ ในการลากพระชาวบ้านจะใช้เรือหางยาวผูกเข้ากับเรือพระแล้วพายลากจนถึงแหลมโพธิ์ ระหว่างการลากเรือพระจะมีเรือคร้ว เรือพก ของชาวบ้านตามขบวนเรือพระมาด้วย ระหว่างการลากเรือพระ ชาวบ้านเกิดความเหน็ดเหนื่อยจึงเกิดการร่วมร้องเพลงกันอย่างสนุกสนานเพื่อลดความเหนื่อย สร้างความครึกครื้น และสร้างความสมัคคีสามัคคี ร่วมแรงกายและใจในการลากเรือพระไปให้ถึงจุดหมาย ครูเปลื้อง สุขสวัสดิ์ ครูเพลงคนสำคัญของบ้านหวนอนวัด ในวัย 72 ปีได้เล่าทวนย้อนความทรงจำวัยหนุ่มเรื่องงานลากพระร้องเพลงเรือแหลมโพธิ์ว่า “ ลากเรือพระไปยังหัวหาดแหลมโพธิ์เลยแต่งเพลงเรือเกี่ยวหยอกล้อระหว่างเรือลำชายกับเรือลำหญิง วิธีที่ทำให้สนุกคือใช้เชือก 2 เส้นลากคู่กันไปเลยพายเคียงกันและหยอดล้อกันไปตามทาง พอได้เพลงก็นัดหมายกันว่าต้องขึ้นไปร้องบนหลัง(ฝั่ง) เอาไม้พายไปด้วยไปทำท่าทางประกอบเพื่อความสนุกสนาน ได้ยินเสียงเพลงก็นึกสนุกสนานกัน โดยเนื้อเพลงที่ร้องกันจะไม่มีความหมายร้องเพื่อความสนุกสนานไม่ได้คิดอะไรกว่า 100 ปีที่มอลากพระที่หัวหาดแหลมโพธิ์นี่ก็เป็นต้นกำเนิดของเพลงแห่เรือ ”

การลากเรือพระทางน้ำนั้นต้องอาศัยแรงชักลากจากฝีพาย ด้วยแรงศรัทธาและความเชื่อ ทำให้คนพื้นบ้านภาคใต้ซึ่งกล่าวกันว่าเป็นผู้ที่มีอารมณ์ทางกายกอลอนสูงอยู่แล้วได้เกิดปฏิภาณเป็นถ้อยคำร้อยเรียงดังๆ ออกมาคนหนึ่งแล้วคนอื่น ๆ ในกลุ่มก็มีอารมณ์ร่วมรับตามต่อๆกัน เมื่อเห็นว่าการร้องรับกันแบบนี้สนุกและทำให้เกิดพลังความฮึกเหิม เป็นสื่อร่วม กำหนดให้ลงฝีพายพร้อมๆกัน

สามารถบรรลุถึงจุดหมายของกิจกรรมชักพระร่วมกันได้ ก็นิยมว่าเป็นสิ่งดี เป็นวัตรกรรมแห่งสมัยที่ควรจดจำไว้ปฏิบัติอีกในคราวต่อไป กระทั่งพัฒนาเป็นเพลงเรือแหลมโพธิ์ในที่สุด (สนิท บุญฤทธิ์. 2551. 19-30) เพลงเรือแหลมโพธิ์ไม่มีทำนอง ร้องเป็นภาษาพูดปกติที่มีจังหวะสั้นไหลลงตัว ไม่มีการไหว้ครู ทั้งก่อนและหลังเล่น ไม่มีเครื่องดนตรีใดๆ ประกอบ เล่นทั้งในเรือและบนบก มีลักษณะเป็น กลอนสี่ เป็นเพลงกลอนตันหรือกลอนปฏิกาน ร้องรับวนเวียนต่อกันไป แต่ละเพลง มี คำรับ ที่เรียกว่า สร้อย กับมี คำส่ง ผู้เล่นเพลงประกอบด้วย แม่เพลงหนึ่ง คน กับ ลูกคู่ ไม่จำกัดจำนวน การเล่นเพลงเรือแหลมโพธิ์ไม่มีพิธีกรรมหรือใช้ในพิธีกรรมใด นอกจากร้องเพื่อความสนุกสนาน ตลกโปกฮา หยอกเย้า เหน็บแนม เสียดสี หรือแม้กระทั่งร้องเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นการสะท้อนภาพชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมในช่วงเวลานั้นๆ

เพลงเรือแหลมโพธิ์ถือเป็นศิลปะการแสดงท้องถิ่นอย่างหนึ่ง ซึ่งสะท้อนความเชื่อทางศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ค่านิยม บรรทัดฐานและบริบททางสังคมต่างๆ ได้อย่างเด่นชัด ดังที่ สนิท บุญฤทธิ์ (2536) ได้ศึกษาและอธิบายไว้ว่าเพลงเรือแหลมโพธิ์นั้นมีคุณลักษณะโดยทั่วไปเหมือนการเล่นเพลงเรือในภาคอื่นๆ ของประเทศไทย แต่เพลงเรือแหลมโพธิ์มีความแตกต่างจากเพลงเรือที่อื่นๆ ตรงที่เนื้อหา หรือเรื่องราวของเพลงเรือแหลมโพธิ์นั้น มักจะสอดแทรกเรื่องราวสถานการณ์ทางสังคมในยุคนั้นๆ เอาไว้ด้วย ทำให้การเล่นเพลงเรือแหลมโพธิ์เป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกทางสังคมของคนท้องถิ่นที่มีต่อสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของสังคมในยุคนั้น ซึ่งตรงกับที่ พิทยา บุขรรัตน์ (2553 : 212) ได้กล่าวว่า การแสดงพื้นบ้านเป็นภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นและชุมชน อันสืบเนื่องมาจากบทบาทหน้าที่และความสัมพันธ์กับชีวิตชาวบ้าน ทั้งด้านความเชื่อ ค่านิยม ประเพณี นิสัยใจคอ การทำมาหากิน เศรษฐกิจ การเมือง ชีวิตความเป็นอยู่ ทัศนคติ อารมณ์ การใช้เหตุผล และความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ของคนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการร้องเพลงเรือแหลมโพธิ์ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาว่าเนื้อเพลงของเพลงเรือแหลมโพธิ์มีการสะท้อนความหมายในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในด้านต่างๆอย่างไรบ้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบและแหล่งข้อมูลของการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีแหล่งข้อมูลทั้งที่เป็นบุคคล ซึ่งประกอบด้วยครูเพลง แม่เพลง ลูกคู่และผู้สนใจ รวมได้จำนวน 35 คน และแหล่งข้อมูลที่เป็นเพลงเรือแหลมโพธิ์ดั้งเดิมและที่แต่งขึ้นใหม่ รวมได้ 20 เพลง
2. การวิเคราะห์ข้อมูล กระทำดังนี้

2.1. การสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In depth interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นรายบุคคลทั้งแบบไม่เป็นทางการ และแบบเป็นทางการ เช่น ครูเพลง แม่เพลง ลูกคู่ และผู้สนใจ โดยจัดประชุมกลุ่ม (Focus group) และการจัดระดมความคิดเห็น เพื่อบันทึกข้อมูล

2.2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ของบทเพลงเพลงเรือแหลมโพธิ์ โดยนำเพลงเรือแหลมโพธิ์ ทั้งที่มีการแต่งไว้แต่ดั้งเดิมและที่แต่งขึ้นมาใหม่เพื่อใช้เล่นประกอบการชักพระทางน้ำและใช้เล่นในงานมหรหรรคมเพลงเรือแหลมโพธิ์ จำนวนประมาณ 20 เพลง มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา โดยอาศัยการตีความจากเนื้อหาของบทเพลง

ผลการวิจัย

รูปแบบการร้องเพลงเรือแหลมโพธิ์ จังหวัดสงขลา

เพลงเรือแหลมโพธิ์เป็นเพลงพื้นบ้าน มีบทร้องเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ มีลักษณะเป็นกลอนสี่ เป็นเพลงกลอนต้นหรือกลอนปฏิกฐานที่มีความยาวไม่มากนัก ร้องรับวนเวียนต่อกันไป แต่ละเพลง มี คำรับ ที่เรียกว่า สร้อย กับมี คำส่ง ผู้เล่นเพลงประกอบด้วย แม่เพลงหนึ่ง คน กับ ลูกคู่ ไม่จำกัดจำนวน ร้องด้วยภาษาถิ่นใต้ ซึ่งสะท้อนชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมของชาวบ้าน ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่ความสนุกสนานเพียงด้านเดียว แต่เพลงเรือแหลมโพธิ์ยังสอดแทรกเนื้อหาสาระที่สร้างสรรค์ให้แก่วัฒนธรรมเพื่อชี้ชวนให้เกิดการพัฒนาทางด้านภาษา บางครั้งใช้ภาษาถิ่นใต้ผสมกับภาษาราชการ วิธีถ่ายทอดบทร้องสู่ผู้ฟังนั้นจะถ่ายทอดโดยวิธีมุขปาฐะ โดยมุ่งเน้นประเด็นในเรื่องวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในแง่มุมต่างๆ มาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ

คุณค่าของเนื้อเพลงสะท้อนชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรม

เพลงเรือแหลมโพธิ์ถูกแต่งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เสียดสีปัญหาทางสังคม บางเพลงอาจนำเรื่องราวและบริบททางสังคมต่างๆที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นๆมาบอกกล่าว และมีเนื้อหาหลากหลายตามแต่ผู้แต่งหรือครูเพลงจะให้ความสำคัญ เช่น การพูดถึงประเพณีชักพระ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม จริยธรรม การเมือง การปกครอง สังคม เศรษฐกิจ การเกษตร สิ่งแวดล้อม สาธารณสุข ศิลปกรรม การศึกษา การท่องเที่ยว สภาพทั่วไปของชุมชน สะท้อนชีวิตความเป็นอยู่และการบริโภค การรณรงค์และเตือนภัยสังคม นันทนาการ หรือแม้แต่เพื่อความบันเทิงตลกโปกฮา ทะลึ่งตึงตังสองแง่สามง่าม

บ ท

เพลงเพลงเรือแหลมโพธิ์ของแต่ละคณะ จะถูกแต่งขึ้นโดยใช้คำผสมเข้าด้วยกันระหว่างภาษาถิ่นใต้กับภาษาไทยภาคกลาง นำมาหยอกล้อเล่นกันอย่างสนุกสนาน ซึ่งผู้เล่นจะร้องเล่นด้วยสำเนียงภาษาถิ่นใต้ตลอดเพลงทั้งเนื้อร้องและคำรับ และในบางสถานการณ์ เช่น ขณะมีการเดินร้องเล่นเพลงเรือแหลมโพธิ์ไปตามชายหาดหรือพื้นที่บนบก ผู้เล่นบางคณะจะตีสุรากันจนมีเสียงมา ทำให้การร้องเล่นเกิดสีสัน

มีการหยอกล้อผู้คน ณ จุดต่างๆที่คณะเพลงเรือเดินผ่านไป เป็นการสร้างบรรยากาศความสนุกสนาน และสะท้อนวิถีชีวิตแบบสังคมชาวบ้านในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

จากการวิเคราะห์เนื้อหาเพลงเรือแหลมโพธิ์ พบว่าผู้แต่งใช้เนื้อหาของแต่ละบทเพลงที่แต่งขึ้น เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังผู้ฟังด้วยวัตถุประสงค์ที่ต่างกันออกไป โดยมีนัยยะทางสังคมและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นการสะท้อนภาพชีวิตที่สัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรมใน ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือในช่วงเวลาปัจจุบันขณะที่เพลงนั้นๆถูกแต่งขึ้น

ผู้วิจัยพบว่า บทบาทด้านการสื่อสารของเพลงเรือแหลมโพธิ์ จังหวัดสงขลา ต่อการสะท้อน ชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมนั้น สามารถแยกแยะออกมาเป็นประเด็นตัวอย่างในด้านต่างๆได้ ดังต่อไปนี้

การสะท้อนชีวิตในเรื่องแง่คิดและการเตือนสติให้กับสังคม

เพลงสอนเด็กวัยรุ่น

ยกข้อต่อกล่าว	สาวอยากมีแฟน
นมเท่าปลายแขน	มีแฟนแล้วหนา
พอเริ่มเป็นสาว	ตั้งเค้าขึ้นมา
เขียนคิ้วเขียนตา	เริ่มบ้าโหมขาย
ทำตัวไม่ดี	มีแต่เสียหาย
มีเรื่องอับอาย	ขายหน้าพาชี
ช่างในไม่สด	จะหมดศักดิ์ศรี
หมิ่นคาราคี	มีแต่ความทุกข์
เสียเนื้อเสียตัว	มัวแต่สนุก
พ่อแม่เป็นทุกข์	ลูกสาวมีแฟน
อยู่ไต่หว่างขา	ราคาเป็นแสน
แม่ให้มาหนึ่งแผ่น	ให้แฟนเขาฟรี
กลับตัวกลับใจ	หยิ่งในศักดิ์ศรี
ผู้หญิงดีดี	มีความอดทน
ผู้ชายมาจีบ	ไม่รีบไม่สน
ตัวตัวตั้งตน	สนแต่เรื่องเรียน

เนื้อหาเพลงนี้สะท้อนถึงการให้แง่คิดและเตือนสติไปยังสาววัยรุ่นที่กำลังเข้าสู่วัยเจริญพันธุ์ให้ ประพฤติตัวอยู่ในกรอบอันดีงาม ไม่ทำตัวเสียหายลุ่มหลงผู้ชายและปล่อยตัวจนเสียตัว เนื้อหา ยังเน้น ให้สาววัยรุ่นเห็นคุณค่าของพรหมจารี หยิ่งในตนเองอย่างมีศักดิ์ศรีไม่เสียตัวให้ใครง่ายๆ และหันมา

สนใจในเรื่องการเรียนรู้เพื่อให้พ่อแม่ต้องเป็นทุกขในการที่ลูกสาวของตนเองไปคบหากับผู้ชายก่อน
วัยอันควร

การสะท้อนชีวิตด้านเกษตร

เพลงเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง	หาเลี้ยงครอบครัว
ปลูกแต่งปลูกถั่ว	ทำไร่กินได้
ปลูกข้าวทำนา	ลดค่าใช้จ่าย
เลี้ยงวัวเลี้ยงควาย	มูลได้ใส่ผัก
ปลูกกินถั่วใจ	อนามย์ถั่วหลัก
ทำงานไม่หนัก	ปลูกผักข้างบ้าน
พระราชดำรัส	ทรงตรัสพื้นฐาน
คนไม่ว่างงาน	รู้การทำกิน
เรียนจบกลับมา	พัฒนาท้องถิ่น
ฟื้นฟูแผ่นดิน	ทำกินปลอดภัย
ผักปลอดภัยสารพิษ	ไม่ติดอยู่ใน
กินแล้วบายใจ	ปลอดภัยกันทั่ว

เนื้อหาเพลงนี้สะท้อนถึงการใช้ชีวิตแบบวิถีเกษตร พึ่งพาตนเองมุ่งเน้นความยั่งยืนหมั่นเพียรใน
การดำรงชีวิต ใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย และให้ข้อคิดในการใช้ทรัพยากรด้านการเกษตรที่ลงทุนลงแรง
สร้างขึ้นมาด้วยน้ำมือของเกษตรกรเองเป็นหลักเพื่อการดำรงชีพตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงตามแนว
พระราชดำริขององค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

การสะท้อนชีวิตด้านความเป็นอยู่และการบริโภค

เพลงกล้วยทองส้ม

กล้วยนี้มันเปรี้ยว	เคี้ยวหรรยถึงใจ
หนวยเอ็ดหนวยใหญ่	ใครๆว่าหรรย
สาวใดได้ชิม	นั่งยิ้มตาปรอย
อมเปรี้ยวหนอยๆ	แต่หรรยจังหุ
เป็นกล้วยโบราณ	กล่าวขานเชิดชู
ลองลิ้มชิมดู	หนูเอาหนวยไหน
ได้ชิมสักหนวย	คนสวยติดใจ

แกงคั่วปลาไหล	ใส่กล้วยทองส้ม
ทั้งหอมทั้งหวาน	รสชาติหวานกล่อม
คุเต๋แม่หอม	ทองส้มลุยเหม็ด
ขายหนัดที่มี	ตักมาทงเล็ก
โหมนี้ห้ายเหม็ด	ไมเหลือเล็ดเดียว
อนุรักษ์เอาไว้	ใช้หน่อเปรี้ยวๆ

ไปปลูกสักเดียว ได้เคี้ยวได้กินเนื้อเพลงกล่าวถึงกล้วยพันธุ์ท้องถิ่นที่เรียกกันว่ากล้วยทองส้ม ซึ่งในอดีตนิยมปลูกกันในตำบลคุเต๋และตำบลแม่หอม มีรสอมเปรี้ยวใช้รับประทานสดและยังนิยมนำมาประกอบอาหารที่โดดเด่นของท้องถิ่นคือการปรุงร่วมกับแกงคั่วปลาไหล เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการบริโภคของชุมชนจากอดีต ซึ่งนับวันจะสูญหายและเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา สมควรอนุรักษ์การปลูกกล้วยพันธุ์นี้ไว้สืบไป เนื้อหาเพลงกล้วยทองส้มยังมีความโดดเด่นด้านคุณค่าทางภาษามีการใช้คำภาษาถิ่นได้ผสมลงมาแทบตลอดของเนื้อเพลง เช่น หรอย(อร่อย) หนวย(ลูก) เอียด(เล็ก) หนอย(นิดหน่อย) จังหุ(มาก) เหม็ด(หมด) หนัด(ตลาดนัด) ทง(กระทง)

ด้านการรณรงค์และเตือนภัยสังคม

เพลงอย่าขับรถเร็ว

ใครขับรถเร็ว	เดียวแปรรغامหา
พลาดพลังขึ้นมา	ชีวาวอดวาย
ชีวิตดับดับ	ทรัพย์สิ้นสูญหาย
ดวงตกโชคร้าย	ร่างกายพิการ
อนาคตมืดมิด	ทำผิดมหาดาล
เป็นคนเพิ่มงาน	ให้ทางบ้านเลี้ยงดู
ใจตัวเศร้าหมอง	ใครมองหตุ
กายไม่น่าดู	สวยหุหายไป
เกิดเพราะประมาท	พลังพลาดยิ่งใหญ่
ขับเร็วเกินไป	ภัยจึงตามมา
ขอเตือนพวกพ้อง	พี่น้องสงขลา
ขับรถช้า	อย่าขับเร็วเกิน

เนื้อหาของเพลงเป็นการเตือนสติผู้ขับรถชาวสงขลาไม่ให้ขับเร็วและขับอย่างประมาทเพราะอาจเกิดอันตรายจากอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต (เปรว : ป่าช้า ที่เฝ้าศพ) หรือได้รับบาดเจ็บจนพิการ และกลายเป็นภาระให้กับคนในครอบครัวต้องดูแล

เพลงยาบ้า

ยาอียาบ้า	เป็นยาเสพติด
ทำลายชีวิต	ติดแล้วต้องตาย
ไอยาอ์ปรีย	ทุกทีมีขาย
คนเสพติดต้องตาย	คนขายติดคุก
ปล้ำของพันนี้	เรามีแต่ทุกข์
ชีวิตหมดสุข	ติดคุกจนตาย
ขอเตือนลูกบ่าว	อย่าเข้าไปใกล้
พ่อแม่แอบอาย	ลูกขายติดยา
อย่าเป็นเด็กตื้อ	อ่านหนังสือดีหว่า
ตั้งใจศึกษา	ปริญญาฝากแม่

เนื้อเพลงชี้ให้เห็นโทษของยาบ้า ยาเสพติดร้ายแรงที่ระบอบอย่างแพร่หลายทำลายทั้งชีวิตผู้เสพและผู้ค้า เป็นการเตือนสติให้เยาวชนออกห่างและมุ่งกลับมาตั้งใจศึกษาเล่าเรียน เพื่อนำความสำเร็จความภาคภูมิใจมาสู่พ่อแม่ และในเพลงนี้ยังสะท้อนค่านิยมด้านการศึกษาเพื่อให้ได้มาซึ่งใบปริญญาบัตร

ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว

เพลงชมหาดแหลมโพธิ์

หัวแหลมปัจจุบัน	ครบครันมากเหลือ
มีผู้จุนเจือ	เหลือหลามากมาย
ชี้นำปวงชน	ทุกคนเป้าหมาย
ชุดกางป่าไม้	เกลือกกายพื้นที่
ป่าดงหมดไป	ปลูกใหม่มากมี
ปรับปรุงพื้นที่	มากมายหลายพัน
ทะเลสดใส	ไมไรรขวางกั้น
ดับหินเป็นชั้น	ป้องกันน้ำเซาะ

ศาลาพักร้อน	นั่งนอนก็เหมาะ
หาดทรายรอบเกาะ	เหมาะสมคมคาย
สนสร้อยน้อยใหญ่	ร่มใบสบาย
พี่น้องหญิงชาย	พักผ่อนหย่อนใจ
ชมวิวิทวิทัศน์	เป็นแหลมจัดใหม่
พี่น้องมาไป	สดใสร่มเย็น
มีพระบูชา	น้ำป้ามองเห็น
ประวัติดีเด่น	เห็นประจักษ์ตา
รถเรือสะดวก	พักพวกรักมา
ถนนพัฒนา	ไฟฟ้าครบครัน
ศาลาบ่อน้ำ	ตรงกับความฝัน
มีไว้ครบครัน	สุขสันสบาย
แหลมโพธิ์ชื่อดัง	ก้องไปทั้งหลาย

เนื้อหาเพลงนี้ถูกแต่งขึ้นมาเพื่อชี้ให้เห็นถึงการปรับแต่ง เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิศาสตร์เดิมของหาดแหลมโพธิ์ ซึ่งในอดีตมีสภาพเป็นป่ารกชัฏ ต่อมาได้มีการพัฒนาพื้นที่ปรับปรุงภูมิทัศน์ และสร้างสิ่งปลูกสร้าง เช่น ศาลาพักร้อน การจัดทำ(ดับ)แนวหินป้องกันน้ำเซาะชายหาด การตัดต้นไม้ปรับสภาพป่าและปลูกต้นไม้ขึ้นมาทดแทน มีการพัฒนาเส้นทางถนนตัดตรงเข้าสู่บริเวณแหลมโพธิ์ และจากการพัฒนาพื้นที่ให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ประกอบกับความสวยงามทางธรรมชาติของตัวแหลมโพธิ์ที่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ผู้แต่งเพลงนี้จึงใช้เนื้อเพลงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวออกสู่ประชาชนทั่วไป

สะท้อนด้านความบันเทิง ตลกโปกฮา

เพลงขำครก

เศรษฐกิจไม่ดี	ปีนี้ขำครก
ตามดวงเปลืองตก	ขำครกก้มข้าว
แถมสาธุใจ	ทั้งใหญ่ทั้งยาว
สากผมเล่มเฒ่า	ก้มข้าวได้นาน
ก้มไปยืนไป	เหงื่อไหลทางวาร
เราอย่าซื้อคร้าน	ได้สารเต็มครก
เปลืองขำถูถู	สองลูกพันหก
ซื้อสากแถมครก	พันหกพอดี

ถ้าไม่ถูกใจ	ให้ไปถ่มปรี
ถืมดีไม่ดี	แลที่รุกรก
การถืมไม่ยาก	ยกสากเหมอ(เสมอ)อก
ถืมตรงรุกรก	สั๊กหกเจ็ดที
อย่าแซ่หัวสาก	แหลงมากไม่ดี
ขอเตือนน้องพี	เดี๋ยวนินมยาน

เนื้อหาเพลงนี้ ผู้แต่งมุ่งเน้นสร้างความบันเทิงเป็นหลัก เจตนาใช้คำให้มีความหมายสองแง่สามง่าม ซึ่งผู้ฟังจำเป็นต้องใช้จินตนาการประกอบในการสื่อความหมาย ผู้แต่งนำเอาเรื่องเพศมาผูกเรื่องเข้ากับกลวิธีในการใช้ครกตำข้าว และจงใจเปรียบเปรยให้ออกมาในแนวสัปดนเพื่อสร้างรอยยิ้มให้กับผู้ฟัง เช่น เปรียบเปรยสากตำข้าวกับอวัยวะเพศชาย และเปรียบเปรยตัวครกกับอวัยวะเพศหญิง โดยมีคำกิริยาหลักในภาษาถิ่นใต้คือคำว่า “ถืม” (ตำ แทะ) เป็นตัวเชื่อมในการสร้างจินตนาการตามเนื้อหาของเพลง

สรุปและอภิปรายผล

เพลงเรือแหลมโพธิ์ สะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหาและความเป็นไปของบริบททางสังคมที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ชาวบ้านจึงใช้เพลงเรือแหลมโพธิ์เป็นช่องทางการสื่อสารในการถ่ายทอดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้รับผิดชอบได้รับทราบปัญหาภายในท้องถิ่นหรือชุมชน อันเป็นแนวทางพื้นฐานในการทำความเข้าใจต่อสังคมนั้นๆ ซึ่งผู้เกี่ยวข้องสามารถนำความเข้าใจนี้ไปพัฒนาและทำการแก้ไขปัญหาให้ตรงจุดและมีประสิทธิภาพต่อชุมชน เพลงเรือแหลมโพธิ์จึงเป็นสื่อที่ชาวบ้านใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางสังคมอันเกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้านเองและเป็นตัวจักรสำคัญประการหนึ่งในการสร้างดุลยภาพให้กับชุมชนพื้นบ้านภาคใต้ในอดีตและต่อเนื่องมาจวบจนปัจจุบัน

การเล่นเพลงเรือแหลมโพธิ์ นอกจากร้องเล่นประกอบพิธีชักพระทางน้ำในวันออกพรรษาแล้ว และเน้นร้องเพื่อความสนุกสนานเป็นหลักแล้ว ในปัจจุบันมีการปรับตัวโดยนำไปใช้เล่นในงานและโอกาสต่างๆ มีการแต่งเพลงขึ้นมาใหม่ ปรับเปลี่ยนเนื้อหาไปตามสถานการณ์ของสังคม มีเนื้อหาที่สะท้อนถึงชีวิตและบริบททางสังคม วัฒนธรรมในมิติต่างๆตามที่คุณแต่งต้องการสื่อสารออกมา เพลงเรือแหลมโพธิ์ยังทำหน้าที่เป็นสื่อพื้นบ้าน เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสื่อความหมายไปยังผู้คนในชุมชน ตลอดจน “ผู้รับสาร” ทั่วไป ซึ่งตรงตามแนวคิดในเรื่องหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านตามแนวคิดสำนักหน้าที่นิยม และสอดคล้องกับแนวคิดและผลการวิจัยซึ่งนักวิชาการไทยหลายท่านได้สรุปและศึกษาไว้ในปัจจุบัน ชาวบ้าน ศิลปิน และชุมชนบางชุมชนในกลุ่มทะเลสาบสงขลาตอนล่างยังให้ความสำคัญและยังมีการนำเพลงเรือแหลมโพธิ์มาประยุกต์ใช้เพื่อการรณรงค์ในด้านต่างๆ และได้

กำหนดไว้ในหลักสูตรของสถานศึกษาเพื่อการดำรงอยู่และสืบทอดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมการเล่นเพลงเรือแหลมโพธิ์นี้ไว้ให้คงอยู่คู่ชุมชนและท้องถิ่นสืบไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2539). สื่อส่องวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- นวลศรี ถนอมศรีมงคล.(2550). เพลงเรือแหลมโพธิ์. สงขลา .: โรงเรียนบางกล่ำวิทยา สงขลา.
- ประทุม ชุ่มเพ็งพันธ์. (2553). “เพลงเรือแหลมโพธิ์” ศิลปวัฒนธรรมภาคใต้ : ว่าด้วยภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์โบราณคดี ศิลปะ ภาษา วัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ.
- พิทยา บุขรรัตน์.(2553). นาฏกรรมแห่งลุ่มทะเลสาบสงขลา การเปลี่ยนแปลงและความสัมพันธ์กับสังคมและวัฒนธรรมของหนังตะลุง และโนรา. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
- ภิญโญ จิตต์ธรรม.(2542). เพลงเรือแหลมโพธิ์ จังหวัดสงขลา. สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคใต้เล่ม 11. กรุงเทพฯ: ธนาคารไทยพาณิชย์.
- สมควร กวียะ.(2529). สภาพสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ประเภทสื่อบุคคลสื่อประเพณี . กรุงเทพฯสุ
- กัญญา สุจฉายา. (2525). เพลงปฏิพากย์ : บทเพลงแห่งปฏิภาณ ของชาวบ้านไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. (2542). “เพลงเรือแหลมโพธิ์ จังหวัดสงขลา”. สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคใต้ เล่ม 11. กรุงเทพฯ: ธนาคารไทยพาณิชย์.
- สนิท บุญฤทธิ์. (2541). เพลงเรือแหลมโพธิ์. สงขลา. สงขลา : สำนัก.ศิลปวัฒนธรรมสถาบันราชภัฏสงขลา.