

NCAM12

National Conference on Administration and Management

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12



PSU

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

6 มิถุนายน 2563

ณ อาคารวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



การบริหารจัดการสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS FOR MANAGEMENT

ABSTRACTS + PROCEEDINGS



NCAM12

**National Conference on
Administration and Management**

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563
The 12th National Conference on Administration and Management

วันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน 2563

ณ อาคารวิจัยและพัฒนางานองค์ความรู้เพื่อการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จัดทำโดย

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สารบัญ

	หน้า
โครงการ	1
กำหนดการ	3
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ	4
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความ	6
Agenda	7
Abstracts & Proceedings	27
ห้องนำเสนอ 1 การบัญชี 1/2	28
1. ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ และมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย	29
2. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญากับ ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100	39
3. ผลกระทบของงบการเงินที่มีต่อผลตอบแทนจากการลงทุน ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	51
4. อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการ กำกับดูแลกิจการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อการเปิดเผย ข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย: กรณีอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง	63
5. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการรายงาน การพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย (SET100)	77
6. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและ ผลการดำเนินงานทางการเงิน กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	90
7. คุณลักษณะของบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	103

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบและการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	116
9. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ : กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	129
10. การเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียน SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	143
ห้องนำเสนอ 2 การบัญชี 2/2	157
11. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและผลการดำเนินงานขององค์กร: กรณีศึกษา โรงแรมในจังหวัดกระบี่และจังหวัดภูเก็ต	158
12. ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	172
13. ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ: กรณีศึกษาโรงแรมในภาคใต้	183
14. การศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐานร่วมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชีกรณีศึกษา นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี	197
15. อิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ: กรณีธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล	210
16. จำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและผลการดำเนินงานของบริษัท	225
17. อิทธิพลของการต่อต้านการทุจริตในองค์กรและคณะกรรมการตรวจสอบต่อมูลค่ากิจการ	239
18. อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ: กรณีศึกษาหอพักในจังหวัดสงขลา	256
19. ผลกระทบของปัจจัยศักยภาพธุรกิจต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ต	271

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
20. การควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	286
ห้องนำเสนอ 3 การตลาด และการจัดการโลจิสติกส์	299
21. ทักษะคิดของผู้บริโภคต่อภัยผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า ที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า	300
22. ทักษะคิดต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้า ของผู้บริโภคชาวไทย	313
23. การเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจ แบ่งปันของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ	326
24. อิทธิพลของแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬา	340
25. The Effectiveness of Augmented Reality in Out-of-home Advertising to Generation Z Consumers' Purchase Interest	348
26. การเพิ่มผลผลิตด้วยวิธีการปรับปรุงค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร	360
27. การปรับปรุงปริมาณการจัดเก็บอะไหล่คลังของเครื่องจักร โรงกลั่นน้ำมันด้วยเทคนิคเมทริกซ์ ABC-VED Analysis: กรณีศึกษา	369
ห้องนำเสนอ 4 ระบบสารสนเทศ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรธุรกิจ	382
28. ผู้หญิงก็เขียนโปรแกรมได้: ความแตกต่างระหว่างเพศในด้านพฤติกรรม การเรียนรู้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเกรดในรายวิชาการเขียนโปรแกรม คอมพิวเตอร์	383
29. Assessing Customers Satisfaction Towards Online Food Delivery Service in Southern of Thailand: A Case Study in Yala Province	395
30. เหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย กรณีศึกษา: ช่างตัดผมมืออาชีพ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	411
31. การหมุนเวียนงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา	422
32. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานและการคงอยู่ของพยาบาล วิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	433
33. Elderly Volunteers: Exploring Intrinsic Motivations in Participating Volunteering Activities	444

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ห้องนำเสนอ 5 การจัดการการท่องเที่ยว/MICE	453
34. การศึกษาความคิดเห็นของออกาไนเซอ์ต่อความต้องการของนักเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย	454
35. ความต้องการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการเล่นท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา	466
36. การพัฒนาแบบวัดทัศนคติต่อธุรกิจบ้านพักในฟาร์มกรณีศึกษา: นักท่องเที่ยวใช้บริการธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในจังหวัดน่าน	478
37. แนวคิดในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อย่างยั่งยืน	491
38. การวิเคราะห์ความหลากหลายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สู่การศึกษาการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม	504
39. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา	520
40. การวิเคราะห์สภาพการณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และทุนทางสังคม ของหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษา บ้านบางสะแก ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม	531
41. Exploratory Study Towards Event Technologies in Five Selected Thailand MICE Venues	544
42. แนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพโดยชุมชน จังหวัดปัตตานี	558
43. การศึกษาองค์ประกอบท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรม ของจังหวัดปัตตานี	571
44. แนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ที่ดี	582
ห้องนำเสนอ 6 รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารรัฐกิจ	596
45. อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมที่ส่งผล ต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหาร ส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา	597
46. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงาน เทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา	607
47. อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร: กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ในจังหวัดสงขลา	618

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
48. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคม ตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาพื้นที่เทศบาลนครสงขลา	628
49. การจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบง: การวิเคราะห์ปัจจัยเกื้อหนุน และปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน	642
50. ความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย	654
51. การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลาย ของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนราธิวาส	667
52. อิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ส่งผล ต่อความผูกพันในงานและบทบาทของความสอดคล้องระหว่างบุคคล กับองค์การในฐานะตัวแปรคั่นกลาง: กรณีศึกษาข้าราชการในองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา	680
53. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่	691
54. การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง	704
ห้องนำเสนอ 7 การจัดการทั่วไป	717
55. การศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพ ของพนักงานธนาคารในภาคใต้	718
56. การประเมินความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการนำระบบซอฟต์แวร์ อัตโนมัติมาใช้ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์: กรณีศึกษา ธนาคารเอปียี สายงานปฏิบัติการ	732
57. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงาน ของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา	744
58. การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส	755
59. แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ ไชยนารายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย	767
60. ช่องว่างของแนวคิดคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม	777
61. ผลกระทบของเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่อ อุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้	788

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
62. คุณลักษณะผู้ประกอบการและความสามารถทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรมในประเทศไทย	802
63. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลต้งรวมแพทย์	816
64. ความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตประเทศไทย: การศึกษาปัจจัยระดับบุคคลและระดับองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพ	837
คณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ	852

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563

วันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน 2563

ณ อาคารวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

หลักการและเหตุผล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ก่อตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจ บริหารรัฐกิจ และบุคลากรวิชาชีพ (บัญชี) ที่มีคุณภาพโดยยึดถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่งภายใต้หลักสูตรที่ทันสมัยมุ่งสู่ความเป็นสากล ด้วยบุคลากรที่หลากหลายสาขาวิชาที่มีศักยภาพ พร้อมทรัพยากรที่เกื้อหนุน ส่งเสริม และสนับสนุนความร่วมมือ การสร้างเครือข่ายองค์กรวิชาชีพ และการแก้ปัญหาของสังคมและชุมชนด้วยทำเลที่ตั้งในศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้ โดยมีวิสัยทัศน์ คือ สถาบันการศึกษาชั้นนำระดับประเทศด้านการจัดการ พร้อมกับพันธกิจด้านการวิจัยที่มุ่งใช้ปัญหาพื้นที่ภาคใต้เป็นโจทย์วิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาชุมชนและสังคมในพื้นที่ภาคใต้เป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุถึงวิสัยทัศน์และพันธกิจดังกล่าว คณะวิทยาการจัดการจึงได้ส่งเสริมให้อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาสร้างงานวิจัยที่สามารถนำไปพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการใหม่ ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการบริหารธุรกิจและการจัดการอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระดับองค์กร ชุมชน และประเทศ การจัดงานประชุมวิชาการด้านการบริหารธุรกิจและการจัดการจึงนับได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ใช้เป็นช่องทางในการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนางานวิจัยและเผยแพร่องค์ความรู้ รวมทั้งยังเป็นเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และสร้างเครือข่ายหรือความร่วมมือระหว่างผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาที่มาจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรภาคธุรกิจจากทั่วประเทศ ที่ผ่านมาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้จัดงานประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ (National Conference on Administration and Management: NCAM) มาแล้ว 11 ครั้ง สำหรับในปี พ.ศ. 2563 นี้ ถือเป็นการจัดประชุมฯ ครั้งที่ 12 ซึ่งในงานประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12 นี้ จัดขึ้นภายใต้หัวข้อ (Theme) การบริหารจัดการสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) for Management ทั้งนี้ เพื่อให้ นักวิจัยด้านการบริหารจัดการได้ตระหนักถึงการบริหารจัดการสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ยึดมั่นในการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์

การจัดงานประชุมวิชาการด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563 มีวัตถุประสงค์ในการจัดงาน ดังนี้

- 1) เพื่อเป็นเวทีให้นักวิจัยในการนำเสนอและเผยแพร่ผลงานวิจัยด้านการบริหารธุรกิจและการจัดการในระดับประเทศ
- 2) เพื่อส่งเสริมการพัฒนางานวิจัยที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมด้านการบริหารธุรกิจและการจัดการ และการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริหารธุรกิจ การจัดการองค์กร และช่วยพัฒนาสังคมโดยรวมให้ดียิ่งขึ้น
- 3) เพื่อเป็นช่องทางให้กับผู้เข้าร่วมการประชุมฯ ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อันจะช่วยส่งเสริมการสร้างความร่วมมือหรือเครือข่ายวิจัย วิชาการ หรือวิชาชีพในอนาคตได้อีกทางหนึ่งด้วย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ผู้เข้าร่วมได้นำเสนอและเผยแพร่ผลงานวิจัยด้านการบริหารจัดการ
- 2) สามารถเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิชาการด้านการบริหารจัดการระหว่างนักวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ และบุคคลผู้สนใจทั่วไป
- 3) สามารถพัฒนาศักยภาพนักวิจัยและหัวข้องานวิจัยด้านการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมทางการบริหารในปัจจุบัน
- 4) ได้พัฒนาเครือข่ายกับนักวิจัยจากสถาบันต่าง ๆ สำหรับการสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยร่วมกันในอนาคต

ผู้รับผิดชอบโครงการ

งานวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วัน เวลา และสถานที่จัดการประชุม

การจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563 จะจัดขึ้นในวันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน 2563 ณ อาคารวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สถานที่ติดต่อ

งานวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90112 โทร 0 7428 7840 แฟกซ์ 0 7428 7890 Email: wutthipong.w@psu.ac.th Website: <http://ncam.fms.psu.ac.th>

กำหนดการ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563

วันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน 2563

ณ อาคารวิจัยและพัฒนางานความรู้เพื่อการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

08.00-08.30 น.	ลงทะเบียน
08.30-08.35 น.	กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุมฯ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ หังสพฤกษ์ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
08.35-08.40 น.	รายงานความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของการจัดการประชุมฯ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ลิ้มอุสันโน ประธานจัดการประชุมฯ
08.40-08.45 น.	กล่าวเปิดการจัดประชุมฯ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิวัติ แก้วประดับ อธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
08.45-09.00 น.	การประกาศรางวัล Best Paper
09.00-10.30 น.	การบรรยายพิเศษ (Keynote Speech) โดย นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์ สมาชิกวุฒิสภา คณะกรรมการแก้ไขปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำ คณะกรรมการการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
10.30-11.00 น.	ผู้นำเสนอเตรียมความพร้อมสำหรับการนำเสนอบทความประจำห้องของตนเอง
11.00-12.00 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย ช่วงที่ 1
12.00-13.00 น.	พักกลางวัน
13.00-16.30 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย ช่วงที่ 2

หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ลิ้มอุสันโน
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามณี ตระกูลมุกดา
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตติยาพร จารุมณีรัตน์
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิราภรณ์ จันทร์โพธิ์นุกูล
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษณุพงษ์ โพธิ์พิรุฬห์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ บางโชคดี
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพร คุณวิจิต
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฬาลักษณ์ พัฒนศักดิ์ภิญโญ
13. ดร.กุลกานต์ เมเวส
14. ดร.ชายนีย์ ช. บุญพันธ์
15. ดร.จันทวรรณ ปิยะวัฒน์
16. ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์
17. ดร.ณติกา ไชยานุพงศ์
18. ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ
19. ดร.ธนวัศ สุวรรณวงศ์
20. ดร.ดรณีกร สุป็นดี
21. ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์
22. ดร.ธัญรดี ทวีกาญจน์
23. ดร.นนทิกัด เพียรโรจน์
24. ดร.พัชราภรณ์ บุญเลื่อง
25. ดร.มัทนชัย สุทธิพันธ์
26. ดร.ฤชดา เทพยากุล
27. ดร.วันอามีนา บอสตันอลี
28. ดร.ศรัณยู กาญจนสุวรรณ
29. ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์
30. ดร.สิริวิท อีสโร
31. ดร.เอกฤทธิ์ แก้วประพันธ์

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่พิจารณาบทความ (ต่อ)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์
2. รองศาสตราจารย์พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์
3. รองศาสตราจารย์ภาณุ ธรรมสุวรรณ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอแก้ว จันทร์กึ่งทอง
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชฎา หนูสาย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดลฤทัย โกวรรณะกุล
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ยุคันตวนิชชัย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพร ทองชะโชค
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ ปักเข็ม
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอริ ยีหมาะ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนธนะ บุญชู
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ บัวชุม
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ ศุภชัย
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรวิชญ์ เยาวสุวรรณไชย
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี ฤกษ์ขำ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัต สงสม
19. ดร.ปิยะวดี โรหิตารชุน
20. ดร.ชนาธิป หวังวรวงค์
21. ดร.ปะการัง ชื่นจิตร
22. ดร.ปาริชาติ จันทร์ศรีบุตร
23. ดร.ภูริทัต อินยา
24. ดร.วินัย นาดิ
25. ดร.ศิริดา นวลประดิษฐ์
26. ดร.सानิตย์ ศรีชูเกียรติ
27. ดร.สุวิมล บัวทอง

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความ

ห้องนำเสนอ 1 การบัญชี 1/2

ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์
ดร.ศิรดา นวลประดิษฐ์

ห้องนำเสนอ 2 การบัญชี 2/2

รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย

ห้องนำเสนอ 3 การตลาด และการจัดการโลจิสติกส์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิราภรณ์ จันทร์โพธิ์กุล
ดร.สุนนา ลาภาโรจน์กิจ

ห้องนำเสนอ 4 ระบบสารสนเทศ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรธุรกิจ

ดร.ณติกา ไชยานุพงศ์
ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ

ห้องนำเสนอ 5 การจัดการการท่องเที่ยว/MICE

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์
ดร.พัชราภรณ์ บุญเลื่อง

ห้องนำเสนอ 6 รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารรัฐกิจ

ดร.ดนุวัศ สุวรรณวงศ์
ดร.ฤชฎา เทพยากุล

ห้องนำเสนอ 7 การจัดการทั่วไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษราภรณ์ สุตตาพงศ์
ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์

Agenda

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 1

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
11.00 - 12.00 น.	<p>ห้องนำเสนอ 1 การบัญชี 1/2</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์ 2. ดร.ศิรดา นवलประดิษฐ์
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบและมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประภัสสร คงเนียม และมัทนชัย สุทธิพันธุ์ 2. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญา กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100 นาถลดา สระศรี และมัทนชัย สุทธิพันธุ์ 3. ผลกระทบของงบการเงินที่มีต่อผลตอบแทนจากการลงทุน ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาทิตย์ ตาบลาอำ และเบญจพร โมกชะเวส

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 1

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 1 การบัญชี 1/2</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์ 2. ดร.ศิรดา นวลประดิษฐ์
	<ol style="list-style-type: none"> 4. อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง ประภาพร บุปผา และจิตติมา วิเชียรรักษ์ 5. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) กฤติกา โปธิ์แก้ว และกุลวดี ลิมอุสันโน 6. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ อิสรา มาลาวยัจฉ์ และกุลวดี ลิมอุสันโน 7. คุณลักษณะของบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปนัดฐา พิมพ์กาญจน์ และกุลวดี ลิมอุสันโน

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 1

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 1 การบัญชี 1/2</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์ 2. ดร.ศิรดา นวลประดิษฐ์
	<p>8. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบและการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จริญญา เหยียบแม และจิตติมา วิเชียรรักษ์</p> <p>9. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ : กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภาวดี มนต์รี และปาริชาติ มณีมัย</p> <p>10. การเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียน SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จันทมณี หนูใหม่ และบุญชริกา ใจกระจ่าง</p>

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 2

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
11.00 - 12.00 น.	<p>ห้องนำเสนอ 2 การบัญชี 2/2</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม การใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพและผลการดำเนินงานขององค์กร: กรณีศึกษา โรงแรมในจังหวัดกระบี่และจังหวัดภูเก็ต ทิฆัมพร พลูหนัง และศิริลักษณ์ บางโชคดี 2. ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพของกิจการ และการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม: กรณีศึกษาบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ อารยา วรวัฒน์นฤนาท และจิตติมา วิเชียรรักษ์ 3. ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ: กรณีศึกษาโรงแรมในภาคใต้ อมรรัตน์ เขียวพิทยามาศ และมัทนชัย สุทธิพันธุ์

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 2

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 2 การบัญชี 2/2</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย
	<ol style="list-style-type: none"> 4. การศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี กรณีศึกษา นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี ณัฐชนน น่านรัตติกัย และกุลวดี ลิ้มอุสันโน 5. อิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์: กรณีธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล เข็มเพชร โชติวรรณ และจิตติมา วิเชียรรักษ์ 6. จำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและผลการดำเนินงานของบริษัท อิสรา ตรงต่อกิจ และสัมพันธ์ เนตยานันท์ 7. อิทธิพลของการต่อต้านการทุจริตในองค์กรและคณะกรรมการตรวจสอบต่อมูลค่ากิจการ ปาณิศา จำรัสลาภ และมัทนชัย สุทธิพันธุ์

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 2

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 2 การบัญชี 2/2</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย
	<p>8. อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ : กรณีศึกษาหอพักในจังหวัดสงขลา รุจิราภรณ์ ปัญญาธิง และมัทนชัย สุทธิพันธ์</p> <p>9. ผลกระทบของปัจจัยศักยภาพธุรกิจต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ต สุคนธา ยุคุณธร และมัทนชัย สุทธิพันธ์</p> <p>10. การควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กนกวรรณ บิลอาหวัง และกุลวดี ลิ้มอุสันโน</p>

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 3

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
11.00 - 12.00 น.	<p>ห้องนำเสนอ 3 การตลาด และการจัดการโลจิสติกส์</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิราภรณ์ จันทร์โพธิ์นุกูล 2. ดร.สุมนา ลาภาโรจน์กิจ
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทักสนคดีของผู้บริโภคต่อภัยผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า เอกพันธ์ ศรีเจริญ และศศิวิมล สุขบท 2. ทักสนคดีต่อการชมนิติโอโฆษณาออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย พัชราภรณ์ กล่อมเกลี้ยง และศศิวิมล สุขบท 3. การเลือกใช้บริการห้องพักรับรองผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปันของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ ชาญวิทย์ ชินกิจการ และวรางคณา ต้นทสันติสกุล

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 3

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 3 การตลาด และการจัดการโลจิสติกส์</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิราภรณ์ จันทร์โพธิ์นุกูล 2. ดร.สุมนา ลาภาโรจน์กิจ
	<ol style="list-style-type: none"> 4. อิทธิพลของแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬา นันทสารี สุขโต, สิทธิ ธีรสรณ์ และพิรยุทธ์ พัฒนธัญญานนท์ 5. The Effectiveness of Augmented Reality in Out-of-home Advertising to Generation Z Consumers' Purchase Interest Pakatip Kitirattrakarn, Chokchai Wanapu and Mullika Sungsanit 6. การเพิ่มผลผลิตด้วยวิธีการปรับปรุงค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร จรรยา สุขงาม, พิมพร เทศแก้ว และสิทธิชัย แก้วเกื้อกุล 7. การปรับปรุงปริมาณการจัดเก็บอะไหล่คงคลังของเครื่องจักรโรงกลั่นน้ำมันด้วยเทคนิคเมทริกซ์ ABC-VED Analysis: กรณีศึกษา ถิรนนท์ ทิวาราตรีวิทย์

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 4

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
11.00 - 12.00 น.	<p>ห้องนำเสนอ 4 ระบบสารสนเทศ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในองค์กรธุรกิจ</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดร.ณติกา ไชยานุพงศ์ 2. ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้หญิงก็เขียนโปรแกรมได้: ความแตกต่างระหว่างเพศ ในด้านพฤติกรรมการเรียนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและ เกรดในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ จันทวรรณ ปิยะวัฒน์ 2. Assessing Customers Satisfaction Towards Online Food Delivery Service in Southern of Thailand: A Case Study in Yala Province Hadear Hayeebanung and Wanamina Bostonali 3. เหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพของกลุ่มคน เจนเนอเรชั่นวาย กรณีศึกษา: ช่างตัดผมมีอาชีพ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตัสนีมซ์ ศรีรัตน์ และกุลกานต์ เมเวส

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 4

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 4 ระบบสารสนเทศ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในองค์กรธุรกิจ</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดร.ณติกา ไชยานุพงศ์ 2. ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ
	<p>4. การหมุนเวียนงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา วราภรณ์ โสนเส็น และพัฒน์จิ โกฎจนาท</p> <p>5. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานและการคงอยู่ ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ชญานี จุลบล และดรณิกร สุปันตี</p> <p>6. Elderly Volunteers: Exploring Intrinsic Motivations in Participating Volunteering Activities Chula Wongsathaporn and Daraneekorn Supanti</p>

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 5

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
11.00 - 12.00 น.	<p>ห้องนำเสนอ 5 การจัดการประชุมท่องเที่ยว/MICE</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์ 2. ดร.พัชรภรณ์ บุญเลื่อง
	<ol style="list-style-type: none"> 1. การศึกษาความคิดเห็นของออกกานเซอร์ต่อความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เกิดศิริ เจริญวิศาล, ทรงสิน อีระกุลพิศุทธิ์ และศตายุ รัมย์เย็น 2. ความต้องการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา สุกฤษตา พุ่มแก้ว, เจนตา แก้วไผ่, มานพ ทองไทย, มีนา ระเด่นอาหมัด, อรรวรรณ กมล, พยอม ตอบประโคน, สันติ อารักษ์คุณากร, อุมาพร เชิงเขาว์ และราเชษฐ ทั่มสุหรี 3. การพัฒนาแบบวัดทัศนคติต่อธุรกิจบ้านพักในฟาร์มกรณีศึกษา: นักท่องเที่ยวใช้บริการธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในจังหวัดน่าน พลกฤต รักจุล, ภัทรสุดา กันใจแก้ว และณัฐณิชา อินผ่อง

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 5

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 5 การจัดการประชุมท่องเที่ยว/MICE</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์ 2. ดร.พัชรภรณ์ บุญเลื่อง
	<ol style="list-style-type: none"> 4. แนวคิดในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน ณนนต์ แดงสังวาลย์ และเกิดศิริ เจริญวิศาล 5. การวิเคราะห์ความหลากหลายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสู่การศึกษาการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม ประกาศ ปาวา ทองสว่าง และเกิดศิริ เจริญวิศาล 6. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา วัลลภ วรรณโอสถ และเกิดศิริ เจริญวิศาล 7. การวิเคราะห์สภาพการณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และทุนทางสังคมของหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษา บ้านบางสะแก ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม อัจฉรีย์ มานะกิจ และเกิดศิริ เจริญวิศาล

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 5

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 5 การจัดการประชุมท่องเที่ยว/MICE</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์ 2. ดร.พัชรภรณ์ บุญเลื่อง
	<p>8. Exploratory Study Towards Event Technologies in Five Selected Thailand MICE Venues Patompop On-oun and Wanamina Bostan Ali</p> <p>9. แนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ โดยชุมชน จังหวัดปัตตานี เกิดศิริ เจริญวิศาล และญาณวิธ นราแย้ม</p> <p>10. การศึกษาองค์ประกอบท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี ศิริวิชญ์ สุประดิษฐ์ และเกิดศิริ เจริญวิศาล</p> <p>11. แนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ที่ดี ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์</p>

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 6

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
11.00 - 12.00 น.	<p>ห้องนำเสนอ 6 รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารรัฐกิจ</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดร.ดนุวัศ สุวรรณวงศ์ 2. ดร.ฤชชุตตา เทพยากุล
	<ol style="list-style-type: none"> 1. อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา กวิณทิพย์ ภูนิล และคณน ไตรจันทร์ 2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา กิตติคุณ ธาณีสรัตน์ และคณน ไตรจันทร์ 3. อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร: กรณีศึกษาธนาคารออมสิน ในจังหวัดสงขลา พลอยไพลิน สามวัง และจุฑามณี ตระกูลมุกดา

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 6

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 6 รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารรัฐกิจ</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดร.ดนุวิศ สุวรรณวงศ์ 2. ดร.ฤชชุตตา เทพยากุล
	<ol style="list-style-type: none"> 4. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาพื้นที่เทศบาลนครสงขลา ฉัตรวารีย์ แทนสุวรรณ และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์ 5. การจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบง: การวิเคราะห์ปัจจัยเกื้อหนุนและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน ศิวะ ยงประเดิม และสมพร คุณวิชิต 6. ความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาकरแห่งหนึ่งในประเทศไทย ปาริฉัตร อยู่พิทักษ์, จุฑามณี ตระกูลมุกดา และฤชชุตตา เทพยากุล 7. การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนราธิวาส พรปวีณ์ เพ็ชรคง, จุฑามณี ตระกูลมุกดา และฤชชุตตา เทพยากุล

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 6

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 6 รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารรัฐกิจ</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดร.ดนุวิศ สุวรรณวงศ์ 2. ดร.ฤชชุดา เทพยากุล
	<p>8. อิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในงานและบทบาทของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การในฐานะตัวแปรคั่นกลาง: กรณีศึกษาข้าราชการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา ศุภชัย รอดรักษา และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์</p> <p>9. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ พัชรพร อ่อง และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์</p> <p>10. การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง วัตรพล ยอดราช และวิวัฒน์ ฤทธิมา</p>

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 7

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
11.00 - 12.00 น.	<p>ห้องนำเสนอ 7 การจัดการทั่วไป</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์ 2. ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์
	<ol style="list-style-type: none"> 1. การศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพของพนักงานธนาคารในภาคใต้ กุลธิดา แซ่โซว, คมสัน หลงละเลิง, นพดล ชูเศษ, วรกร ภูมิวิเศษ และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์ 2. การประเมินความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติมาใช้ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์: กรณีศึกษาธนาคารเอปียี สายงานปฏิบัติการ ชนันธร ศรีนุรักษ์ และศิรินุช ลอยกุลนันท์ 3. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา ชาญชัย พรหมมี

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 7

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 7 การจัดการทั่วไป</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์ 2. ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์
	<ol style="list-style-type: none"> 4. การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านคูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส สุมาลี กรดกangkี้, บงกช กมลเปรม และรอยฮาน สะอารี 5. แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ ไชยนารายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย รภััสสรณ์ คงธนจารุอนันต์ 6. ช่องว่างของแนวคิดคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม สุพิเชษฐ์ ทองอ่อน และเกิตศิริ เจริญวิศาล 7. ผลกระทบของเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เปรมภาวี ด้วงทอง และฟาตอนะห์ โตะนาฮฺสูง

การนำเสนอบทความทางวิชาการในห้องประชุมย่อย

ห้องนำเสนอ 7

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563	
เวลา	กำหนดการ
13.00 น. เป็นต้นไป	<p>ห้องนำเสนอ 7 การจัดการทั่วไป</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์ 2. ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์
	<p>8. คุณลักษณะผู้ประกอบการและความสามารถทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย อนัญญา เชื้อทอง และพัฒนิจ โภญจนานถ</p> <p>9. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ เพ็ญนภา อ่อนเกลี้ยง, โศภิน รัตนสุภา, จำรัส ชูวงศ์ ดุขฎิ วรรณอาหาร และฮุสเสี๊ยะ หัดคง</p> <p>10. ความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตประเทศไทย: การศึกษาปัจจัยระดับบุคคลและระดับองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพ สาครินทร์ น้อยผา, คณน ไตรจันทร์ และวิษณุพงษ์ โพธิ์พิรุฬห์</p>

Abstracts & Proceedings

ห้องนำเสนอ 1

การบัญชี 1/2

ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบและมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Relationship between KAM Reporting and Firm Value of Companies Listed from the Stock Exchange of Thailand

ประภัสสร คงเนียม

Prapat Kongneam¹

มัทนชัย สุทธิพันธุ์

Muttanachai Suttipun²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและระดับการรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (KAM) และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรายงาน KAM และมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559 ถึง 2561 จำนวน 1,086 กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าลักษณะของการรายงาน KAM มีความผันแปรไม่แตกต่างกันที่ระดับการรายงานเฉลี่ย 791.80 คำ จำนวนเฉลี่ยที่ 2.42 เรื่อง ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างจำนวนเรื่องในการรายงาน KAM และมูลค่ากิจการ อย่างไรก็ตามผลการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างจำนวนคำของการรายงาน KAM และมูลค่ากิจการ ค่าสอบบัญชีและชนิดผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ

คำสำคัญ: การรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ มูลค่ากิจการ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

This study aimed to investigate the extent and level of key audit matters (KAM) reporting of listed companies from the Stock Exchange of Thailand (SET), and to test the relationship between KAM reporting and firm value. Using 1,086 samples, annual reports during 2016 to 2018 were used to collect data. Descriptive analysis, correlation matrix, and multiple regression were used to analysis in this study. As the results, the study found that the average level of KAM reporting was 791.80 words, while the average issues of KAM reporting was 2.42 issues. The study found a negative relationship between the number of Issue of KAM reporting and firm value, while there was a positive relationship between the level of KAM reporting and firm value. Moreover, audit fee and audit type correlated with firm value.

Keywords: KAM Reporting, Firm Value, The Stock Exchange of Thailand

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: prapatmacc8@gmail.com

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: muttanachai.s@psu.ac.th

บทนำ

ปัจจุบันได้มีการนำรายงานของผู้สอบบัญชีรูปแบบใหม่ที่ได้มีการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องสำคัญที่พิจารณาเพื่อเปิดเผยไว้ในหน้ารายงานของผู้สอบบัญชีภายใต้หัวข้อ “เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ” ตามที่คณะกรรมการมาตรฐานการสอบบัญชีและรับรองมาตรฐานสากลมีการกำหนดให้ผู้สอบบัญชีใช้ดุลยพินิจ ในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำเสนอผ่านวรรค KAM และได้มีการกำหนดค่านิยามของเรื่องสำคัญในการตรวจสอบหมายถึง เรื่องที่ผู้สอบบัญชีพิจารณาโดยใช้ดุลยพินิจแล้วเห็นว่าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดจากการสื่อสารกับผู้มีส่วนที่กำกับดูแลกิจการของลูกค้าสอบบัญชี ประกอบด้วยเรื่องที่มีความเสี่ยงอันมีนัยสำคัญหรือเกี่ยวกับดุลยพินิจที่สำคัญของผู้สอบบัญชี เรื่องหรือประเด็นปัญหาที่สำคัญที่ผู้สอบบัญชีตรวจพบในระหว่างการตรวจสอบบัญชี ทำให้ผู้สอบบัญชีต้องมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกี่ยวกับแผนกลยุทธ์การตรวจสอบบัญชี ตลอดจนผลที่เกิดจากการระบุดู บกพร่องที่สำคัญในระบบการควบคุมภายใน (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และคณะ, 2560) “KAM” ที่ใช้ราคาหุ้นในการวัดการตอบสนองของนักลงทุน ซึ่งใช้ราคาหุ้นถัวเฉลี่ยจากราคา 3 ระยะเวลา คือ ก่อนวันที่รายงาน 7 วัน วันที่รายงาน และหลังวันที่รายงาน 7 วัน พบว่าอัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหุ้นและการเปิดเผย “เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ” เกี่ยวกับการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหุ้น (Boonyanet and Promsen, 2018) นอกจากนี้การศึกษารายงาน “เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ” KAM ในประเทศไทยยังมีการศึกษาที่จำกัดมาก (ชาญชัย ตั้งเรื่อนรัตน์, 2558)

ทั้งนี้งานวิจัยยังเป็นการเพิ่มมุมมองของทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling) ในการส่งสัญญาณถึงผู้ถือหุ้นผ่านผู้สอบบัญชี เพราะถือได้ว่า ผู้สอบบัญชี คือบุคคลที่ผู้ถือหุ้นให้ความใส่ใจเนื่องจากเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นในการตรวจสอบความถูกต้องของงบการเงิน และเพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดตามผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน รวมไปถึงการตรวจจับการทุจริต และป้องกันการตกแต่งตัวเลข ในงบการเงินของบริษัทอีกด้วย (พิชญ์ณัฐ เสี่ยงกลางและ ชุติมา นาคประสิทธิ์, 2559) ดังนั้นจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการรายงานการสอบบัญชีเป็นรูปแบบใหม่ จึงนำมาซึ่งปัญหาวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการอธิบายทฤษฎีที่นำมาใช้ สามารถใช้เป็นฐานข้อมูลให้แก่ผู้ใช้ข้อมูลหรือผู้ที่สนใจได้ ใช้เป็นข้อมูลให้แก่สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ นำไปปรับปรุงรูปแบบรายงานการสอบบัญชีในอนาคตเพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และผู้วิจัยในอนาคตสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิงหรือเป็นแนวทางในการศึกษาในแง่มุมต่าง ๆ เพิ่มเติมได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะและระดับการรายงาน KAM ในรายงานผู้สอบบัญชี
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรายงาน KAM ต่อการตัดสินใจของนักลงทุนและ

ราคาหุ้น

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีส่งสัญญาณ Signaling ที่ส่งสัญญาณที่ดีที่สุดของราคาหุ้น คือ การที่บริษัทมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cashflow from operations) หลังลบด้วยกระแสเงินสดจากการลงทุน (Cashflow from investment) หรือเราเรียกตามภาษาของนักการเงินว่า "Free cash flow" เป็นบวก และถ้าเป็นบวกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ราคาหุ้นก็จะปรับตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากว่ากระแสเงินสดส่วนที่เกิดจากเงินลงทุนจะนำไปคืนเงินกู้หรือจ่ายเงินปันผลเพิ่ม ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มความมั่งคั่งให้กับผู้ถือหุ้นนั่นเอง หรือ Signaling ที่มีผลต่อราคาหุ้นอีกอย่างหนึ่ง คือ การเริ่มจ่ายเงินปันผลของบริษัท หลังจากไม่ได้จ่ายเป็นเวลานาน การเริ่มจ่ายเงินปันผลนี้เองเราเรียกว่า "Dividend signaling" ซึ่งเกิดจากความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล (Asymmetry Information) ทำให้การได้รับข้อมูลของนักลงทุนที่แตกต่างกัน เพื่อส่งสัญญาณ (Signal) ให้แก่นักลงทุน เป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของคนสองฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายของผู้ที่ส่งสัญญาณกับฝ่ายของผู้รับสัญญาณ ซึ่งเกิดขึ้นในปี 1973 โดย Michael Spence เป็นทฤษฎีที่นักเศรษฐศาสตร์ศึกษาพฤติกรรมที่ผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ส่งสัญญาณไปยังผู้ถือหุ้นรายย่อย Connelly (2011)

การใช้ทฤษฎีการส่งสัญญาณในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัท ผ่านรายงานต่าง ๆ ของกิจการ เช่น รายงานประจำปี (56-2) รายงาน 56-1 และการเปิดเผยเรื่องต่าง ๆ ที่เห็นว่าเป็นความเสี่ยงหรือเรื่องสำคัญในการตรวจสอบผ่านทางหน้ารายงานผู้สอบบัญชี ดังนั้นทฤษฎีการส่งสัญญาณ จึงถูกนำมาใช้ในงานวิจัยนี้เพื่อเป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรายงาน “เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ” (KAM) กับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยอาศัยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จะแสดงในงบการเงิน และเพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดตามผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงิน รวมไปถึงการตรวจจับการทุจริต และป้องกันการตกแต่งงบการเงินของบริษัท ทำให้มีความโปร่งใสและน่าเชื่อถือ ส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นได้ (พิชญ์ณัฐ เสี่ยงมกลาง และชุตินา นาคประสิทธิ์, 2559)

การพัฒนาสมมติฐาน

จากการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผย KAM ในรายงานผู้สอบบัญชีต่อการตัดสินใจของนักลงทุนและราคาหุ้นซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีการใช้งบการเงินมากที่สุดคือนักลงทุน (Toommanon, 2000) กล่าวว่านักลงทุนโดยส่วนใหญ่พิจารณาข้อมูลตัวเลขจากงบการเงินโดยเฉพาะอย่างยิ่งงบกำไรขาดทุน ซึ่งมีความเชื่อมั่นว่าถ้าบริษัทมีผลกำไรดีก็เท่ากับว่าบริษัทมีผลประกอบการที่ดีด้วยเช่นกัน กำไรสุทธิจึงเป็นอิทธิพลในการตัดสินใจของนักลงทุน หากมีการตกแต่งตัวเลขกำไรก็จะทำให้นักลงทุนนั้นประเมินสถานะการผิดพลาดได้ (Mulford & Comiskey, 1996) มีการสรุปรูปแบบของการตกแต่งกำไรที่เป็นลักษณะการปรับเปลี่ยนประมาณการทางบัญชีเพื่อจัดการกำไรผ่านรายการต่าง ๆ การกำหนดงวดบัญชีที่เริ่มนำมาตราฐานการบัญชีใหม่มาประกาศใช้ หรือการเปลี่ยนแปลงหลักการบางอย่างที่ใช้เป็นประจำ (White et al., 1997) ด้านเทคนิค วิธีการตกแต่งกำไร พบว่า ผู้บริหารจะตกแต่งกำไรโดยใช้ดุลยพินิจสร้างรายการทางธุรกิจเพื่อหลีกเลี่ยงผลขาดทุน และเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อให้ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยลดลง ต้นทุนขายลดลงและมีกำไรเพิ่มมากขึ้น (สมพงษ์ พรอุปถัมภ์และ ธัญลักษณ์ วิจิตรสารวงษ์, 2557) เพื่อให้ข้อมูลมีความโปร่งใสและทันเวลาในการส่งสัญญาณเตือนภัยให้กับผู้ใช้รายงานสามารถรับมือ กับวิกฤตการณ์ทางการเงินของธุรกิจได้ทันท่วงที ทั้งนี้

ผู้ใช้รายงานการสอบบัญชีควรต้องมีความเข้าใจในข้อมูลของผู้สอบบัญชีได้นำเสนอไว้ในหัวข้อ KAM ด้วย (ชาญชัย ตั้งเรื่อนรัตน์, 2558)

เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้ยังมีน้อยมากถึงแม้จะมีแนวโน้มค่อนข้างดีก็ตาม แต่ก็ได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดีจากผู้ใช้งบการเงินที่นำเสนอ KAM ตามข้อเสนอของ PCAOB การวิจัยผลกระทบและประโยชน์ของ KAM ยังขาดอีกหลายแง่มุม เช่น ผลกระทบของการนำเสนอ KAM ต่อราคาหุ้น ความเสี่ยงของผู้สอบบัญชีจากการถูกฟ้องร้อง หรือจริยธรรมของผู้สอบบัญชี ซึ่งการเข้าใจถึงแง่มุมต่าง ๆ มีความจำเป็นต่อการพัฒนารายงานของผู้สอบบัญชีให้สามารถนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งบการเงินมากขึ้นในอนาคต (ภัชรพรรณ กรรณ และ ประเวศ เพ็ญวุฒิกุล , 2561) การนำเสนอ KAM ในหน้ารายงานของผู้สอบบัญชีจะต้องใช้หลายปัจจัยประกอบกัน ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับความ สัมพันธ์ระหว่างการรายงาน KAM และมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) รวมทั้งหมด 2 ข้อ ดังต่อไปนี้

H1: ปริมาณการเปิดเผย KAM ส่งผลเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ

H2: จำนวนเรื่องของ KAM ที่เปิดเผยส่งผลเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย SET ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรม คือ กลุ่มเกษตรและอาหาร กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มบริการ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มทรัพยากร กลุ่มเทคโนโลยี รวมทั้งสิ้น 1,086 ตัวอย่าง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) โดยเก็บข้อมูลจากรายงานประจำปีระหว่าง พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2561 ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม บริษัทที่ใช้ทำการศึกษาต้องมีรอบระยะเวลาบัญชีที่สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม เนื่องจากจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสถานะเศรษฐกิจในช่วงเวลาเดียวกันได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเก็บข้อมูลงบการเงินในช่วงเวลาเดียวกัน และเก็บข้อมูลราคาปิดของหุ้น ณ วันสิ้นรอบบัญชี โดยราคาหุ้นสิ้นปีเป็นตัวสะท้อนผลการดำเนินงานและข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัทตลอดทั้งปี นั้น และมีการเปิดเผยข้อมูลรายงานประจำปี (56-2) ครบถ้วนแล้วทั้ง 3 ปี คือตั้งแต่ พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 และนำส่งรายงานประจำปีตามรอบเวลาที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

การเก็บข้อมูลการศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานประจำปี (56-2) ของบริษัทระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 โดยใช้แบบเก็บข้อมูลในส่วนของปริมาณการเปิดเผยข้อมูลเรื่องสำคัญที่พิจารณา (word) จำนวนเรื่องสำคัญที่เปิดเผย (Issues) ราคาปิดของหุ้น ณ วันสิ้นรอบบัญชี (สิ้นปีปฏิทิน)

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร โดยหาค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นแบบ Panel โดยเลือกวิธี Enter ซึ่งเป็นรูปแบบการถดถอยที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวิเคราะห์ข้อมูลในปัจจุบัน (Wiratchai, 2010) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (KAM) กับมูลค่ากิจการ ซึ่งถือเป็นวัตถุประสงค์ในการวิจัยในครั้งนี้โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model) ซึ่งมี สมการดังนี้

$$\text{PRICE} = \beta_0 + \beta_1 \text{WORD} + \beta_2 \text{ISSUE} + \beta_3 \text{DAYS} + \beta_4 \text{FEE} + \beta_5 \text{BIGN} + \epsilon$$

โดย	PRICE	คือ	ราคาปิดของหุ้น ณ วันสิ้นปี
	WORD	คือ	ปริมาณการรายงาน KAM
	ISSUE	คือ	จำนวนเรื่องของการรายงาน KAM
	DAYS	คือ	จำนวนวันที่เปิดเผย: วันที่นำส่งรายงานประจำ (นับจากวันที่สิ้นรอบปีบัญชีถึงวันที่นำส่งรายงานประจำปีแก่ กสท.)
	FEE	คือ	ค่าสอบบัญชี
	BIGN	คือ	ชนิดของผู้สอบบัญชี (Big4 /Non Big4)
	ϵ	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระยะเวลา 3 ปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี 2561 จำนวน 362 บริษัท 1,086 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา จะแสดงข้อมูลในรูปแบบความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงปริมาณการเปิดเผย KAM และจำนวน KAM ที่เปิดเผย

ตัวแปร Variable	ค่าต่ำสุด Min	ค่าสูงสุด Max	ค่าเฉลี่ย Avg	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD
ปริมาณการเปิดเผย				
ข้อมูลเรื่องสำคัญที่พิจารณา (ค่า)	0	2,951	791.80	389.93
จำนวนเรื่องสำคัญที่เปิดเผย (เรื่อง)	0	9	2.42	1.33
จำนวนวันที่เปิดเผย (วัน)	52	192	96.10	16.20
ค่าสอบบัญชี (ล้านบาท)	0.61	153.33	5.72	13.00
ตัวแปรค่าไม่ต่อเนื่อง (Discrete Variable)				
ตัวแปร	N	Dummy=1	Dummy=0	%
ชนิดของผู้สอบบัญชี (บริษัท)	362	251	111	69.34%

ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรายงาน KAM ต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนและราคาหุ้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2

แสดงการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน(Pearson's correlation coefficient)

ตัวแปร	PRICE	WORD	ISSUE	FEE	BIGN	VIF
PRICE	1					
WORD	0.151**	1				1.821
ISSUE	0.019	0.627**	1			1.658
DAYS	-0.101**	-0.025	0.027	1		1.015
FEE	0.305**	0.333**	0.185**	-0.074*	1	1.131
BIGN	0.104**	0.201**	0.155**	-0.082**	0.079**	1.050

** ระดับความสำคัญที่ 0.01 , * ระดับความสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 2 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรายงาน KAM และมูลค่ากิจการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการรายงาน KAM ที่มีการเปิดเผยที่ปริมาณการเปิดเผยข้อมูลเรื่องสำคัญที่พิจารณาความสัมพันธ์กับราคาหุ้น โดยที่ปริมาณการเปิดเผย KAM ที่พิจารณาความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหุ้นที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ส่วนจำนวน KAM ที่เปิดเผยไม่มีความสัมพันธ์ต่อราคาหุ้น นอกจากนี้การตรวจสอบ Multicollinearity ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.015 ถึง 1.821 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระด้วยกันเองจึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (อุทัยวรรณ สายพัฒนา และฉัตรสิริปิยะพิมลสิทธิ์, 2547)

ตารางที่ 3

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model)

ตัวแปร	B	t (sig)
(Constant)	31.230	3.031**
WORD	0.016	2.953**
ISSUE	-4.642	-3.069**
DAYS	-0.231	-2.379*
FEE	1.149	9.095**
BIGN	8.391	2.420**
R Square	.114	
Adj. R Square	.110	
F-value (sig)	27.759**	
N	1,086	

** ระดับความสำคัญที่ 0.01, * ระดับความสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยพบว่า การเปิดเผยปริมาณ KAM มีผลเชิงบวกต่อราคาหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการเปิดเผยจำนวน KAM มีผลเชิงลบต่อมูลค่าหุ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เมื่อระดับการเปิดเผยปริมาณ KAM มากส่งผลให้ราคาหุ้นเพิ่มขึ้น และเมื่อมีการเปิดเผยจำนวน KAM มากส่งผลให้ราคาหุ้นลดลง ทั้งนี้ อาจเกิดจากผู้ลงทุนมีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลในรายงานประจำปีที่ยังมีการเปิดเผยปริมาณ KAM มากทำให้ผู้ลงทุนได้ทราบคำตอบในเรื่องต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจได้มากยิ่งขึ้นทำให้ข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย และเมื่อมีการเปิดเผยจำนวน KAM ด้วยจำนวนที่มากเกินไปอาจจะทำให้ผู้ลงทุนมีความกังวลเพิ่มขึ้นในข้อมูลที่จะไว้วางใจในผลการดำเนินงานในอนาคตของกิจการ ซึ่งอาจทำให้ขาดความมั่นใจที่จะลงทุนเพิ่ม

สรุปและอภิปรายผล

บทสรุปผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ และอภิปรายผลการศึกษากับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาลักษณะและระดับการเปิดเผยข้อมูล KAM ในรายงานผู้สอบบัญชีพบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีรายชื่อหลักทรัพย์อยู่ในกลุ่มดัชนี SET ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งใช้เป็นตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้ ดังแสดงตามตารางที่ 4 และเรื่องสำคัญที่เปิดเผยโดยส่วนใหญ่ 10 อันดับ ซึ่งได้แสดงดังตารางที่ 5 และ 6

ตารางที่ 4

กลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท			
	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	รวม
1.กลุ่มเกษตรและอาหาร	38	38	38	114
2.กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	15	15	15	45
3.กลุ่มธุรกิจการเงิน	44	44	44	132
4.กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	54	54	54	162
5.กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	79	79	79	237
6.กลุ่มทรัพยากร	30	30	30	90
7.กลุ่มบริการ	69	69	69	207
8.กลุ่มเทคโนโลยี	33	33	33	99
รวมทั้งสิ้น	362	362	362	1,086

ตารางที่ 5

แสดงข้อมูลปริมาณการเปิดเผย “เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ”(KAM) ในรายงานผู้สอบบัญชี

KAM	MIN	MAX	MEAN	SD
ปริมาณการเปิดเผย KAM ที่พิจารณา (คำ)	0	2,951	791.80	389.93
จำนวนเรื่อง KAM ที่เปิดเผย (เรื่อง)	0	9	2.42	1.33

ตารางที่ 6

แสดงจำนวนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบที่เปิดเผย

ประเภทเรื่องสำคัญ	2559		2560		2561		เฉลี่ย	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
1 การรับรู้อย่างได้	195	27.20	201	26.66	206	27.99	200	27.36
2 การด้อยค่า	111	15.48	113	14.99	108	14.67	110	15.05
3 สินค้าคงเหลือ	89	12.41	98	13.00	94	12.77	93	12.72
4 ลูกหนี้และค่าเผื่อ	78	10.88	76	10.08	75	10.19	76	10.40
5 เงินลงทุน	35	4.88	32	4.24	29	3.94	32	4.38
6 ภาษีเงินได้, ภาษีรถตัด	31	4.32	28	3.71	24	3.26	27	3.69
7 การซื้อและการรวมธุรกิจ	0	0	28	3.71	31	4.21	19	2.60
8 ค่าความนิยม	17	2.37	18	2.39	17	2.31	17	2.33
9 ข้อพิพาทและคดีความ	10	1.39	12	1.59	10	1.36	10	1.37
10 เรื่องอื่น ๆ	151	21.06	148	19.63	142	19.29	147	20.11
รวม	717	100	754	100	736	100	731	100

2. สรุปผลการศึกษาเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรายงาน KAM ต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนและมูลค่าหุ้นของกลุ่มประชากร ผลการศึกษา สมมติฐานที่ 1 พบว่า เมื่อมีการเปิดเผยข้อมูลเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในปริมาณมากก็จะส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น 0.016 (ระดับนัยสำคัญ 0.01) ซึ่งอาจเกิดจากการที่ผู้ลงทุนสามารถมองเห็นถึงความเสี่ยงที่ถูกเปิดเผยผ่านรายงานของผู้สอบบัญชีที่ได้อธิบายเนื้อหาของเรื่องที่ตรวจพบไว้อย่างละเอียดชัดเจนจนสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นตามสมมติฐานที่วางไว้ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีตของ เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย, ศิลปพร ศรีจันเพชร, และอนุวัฒน์ ภักดี, (2562) ที่พบว่าเรื่องสำคัญในการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับผลการดำเนินงาน โดยมีผลการดำเนินงานลดลงร้อยละ 0.6 (ระดับนัยสำคัญ 0.10) สมมติฐานที่ 2 พบว่าเมื่อมีการเปิดเผยจำนวนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบมากจะส่งผลให้มูลค่ากิจการลดลง 4.642 (ระดับนัยสำคัญ 0.01) ซึ่งอาจเกิดจากผู้ลงทุนขาดความเชื่อมั่นต่อข้อมูลการตัดสินใจต่อการเปิดเผยเรื่องสำคัญในการตรวจสอบผ่านรายงานของผู้สอบบัญชีที่เปิดเผยจำนวนความเสี่ยงในหลาย ๆ เรื่องจนทำให้มองเห็นความเสี่ยงที่มากเกินไปทำให้ผู้ลงทุนตัดสินใจไม่ลงทุนจึงส่งผลให้ราคาตลาดนั้นลดลงตามไปด้วย ซึ่งแย้งกับสมมติฐานที่วางไว้ อธิบายได้ว่าจำนวนเรื่องสำคัญที่เปิดเผยในปริมาณมากจะทำให้ผู้ลงทุนขาดความเชื่อมั่นและเลือกที่จะลดปริมาณการลงทุนหรืออาจจะไม่ลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย, ศิลปพร ศรีจันเพชร, และอนุวัฒน์ ภักดี, (2562) ที่พบว่าจำนวนเรื่องสำคัญมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับผลการดำเนินงาน แต่งานวิจัยในอดีตของ วชิระ บุญเนตร, และแหวดาว พรหมเสน, (2561) พบว่าเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานผู้สอบบัญชีให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ อัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหุ้นโดยเฉพาะกำไรต่อหุ้น รวมไปถึงการตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนผลการศึกษาจากงานวิจัยในอดีตของ ศิลปพร ศรีจันเพชร (2560) ไม่

พบว่าเรื่องสำคัญในการตรวจสอบมีความสัมพันธ์กับมูลค่าหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้วิจัยได้อภิปรายผลแยกตามสมมติฐาน สรุปได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7

สรุปผลการศึกษาแยกตามสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ผลลัพธ์	ผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษา
H1	ปริมาณการเปิดเผย KAM ส่งผลเชิงบวกต่อราคาหุ้น	ยอมรับ	ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย, ศิลปะพร ศรีจันเพชร, และอนุวัฒน์ ภัคดี, (2562)
H2	จำนวน KAM ที่เปิดเผยส่งผลเชิงบวกต่อราคาหุ้น	ปฏิเสธ	สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย, ศิลปะพร ศรีจันเพชร, และอนุวัฒน์ ภัคดี, (2562)

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าปริมาณการเปิดเผย KAM มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหุ้น แต่เนื่องจาก KAM เพิ่งเริ่มมีผลบังคับใช้เพียงแค่ 3 ปี ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรเพิ่มระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาปริมาณการเปิดเผย KAM ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี เพื่อจะทำให้ทราบแน่ชัดยิ่งขึ้นว่า KAM นั้นให้ประโยชน์กับนักลงทุนมากน้อยเพียงใด

2. สำหรับการศึกษานี้ในครั้งต่อไปอาจจะมีการเพิ่มตัวแปรในส่วนประกอบประเภทของเรื่องสำคัญ และการเปลี่ยนแปลงประเภทของ KAM ที่เปิดเผยในแต่ละปี เพื่อศึกษาเพิ่มเติมว่าหากมีการระบุประเภทของ KAM และการเปลี่ยนแปลงประเภทของ KAM จะทำให้มีการตอบสนองอย่างไรต่อราคาหุ้น

เอกสารอ้างอิง

เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย, ศิลปะพร ศรีจันเพชร, และอนุวัฒน์ ภัคดี. (2562). เรื่องสำคัญในการตรวจสอบบอกระยะ. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 15(45), 5-25.

ชาญชัย ตั้งเรือนรัตน์. (2558). ประเด็นสำคัญและการประยุกต์แนวคิด เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ.

วารสารวิชาชีพบัญชี, 11(32), 110-127.

ชาญชัย ตั้งเรือนรัตน์. (2558). คุณค่าของรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 11(31), 26-44.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562) www.set.or.th

พิชญ์ณัฐ์ เสี่ยงมกลาง, และชุตินา นาคประสิทธิ์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับการเลือกผู้สอบบัญชี : กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

วารสารชุมชนวิจัย, 10(3), 73-85.

ภัชรพรรณ กรรโณ, และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล. (2561). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพการเปิดเผยการสื่อสารเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย.

วารสารมหาจุฬานาครทรรคน, 5(3), 926-942.

-
- สมพงษ์ พรอุปถัมภ์, ธีญลักษณ์ วิจิตรสารวงค์. (2557). ร่างรายงานของผู้สอบบัญชีรูปแบบใหม่ : ความ
ท้าทายของผู้สอบบัญชีและผู้ใช้รายงาน. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 36(141), 36-54.
- อุทัยวรรณ สายพัฒนา และฉัตรสิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2547). Collinearity. *วารสารปาริชาติ*, 17(1), 55-6
- Boonyanet, W., and Promsen, W. (2018). Key Audit Matters : Just Little Information
Value to Investors in Emerging Markets?. *Chulalongkorn business review*, 41(159),
153-183.
- Mulford, C. W. & Comiskey, E. E. (1996). *The financial numbers game: detecting creative
accounting practices*. John Wiley & Sons.
- Toommanon, V. (2000). *Do you know Creative Accounting and Earnings Quality?*.
Bangkok: Ionic Inter trade Resources. (in Thai)
- White, G.I., Sondhi, A.C., & Fried, D. (1997). *The analysis and use of financial
statements*. 2 Edition. New York: John Wiley.
- Wiratchai, N. (2553). 21701 *Curriculum and Instructional Research and Quantitative
Analysis Statistics*. Sukhothai Thammathirat Open University, Bangkok.(in Thai).

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100

The Relationship Between Disclosure of Intellectual Capital and Corporate Performance of Company Listed in the Stock Exchange of Thailand in SET 100 group

นาถลดา สระศรี
มัทนชัย สุทธิพันธ์

Nadlada Srasri¹
Muttanachai Suttipun²

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขตระดับและแนวโน้มของการเปิดเผยทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานขององค์กรและเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 100) ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2561 แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มอุตสาหกรรม จำนวนทั้งสิ้น 81 บริษัท รวม 243 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการนับคำด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่าบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์มากที่สุด รองลงมาคือ ทุนเชิงสัมพันธ์ ส่วนทุนโครงสร้างน้อยที่สุด อีกทั้งยังพบว่าปี พ.ศ.2559-2561 การเปิดเผยทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์และด้านทุนเชิงสัมพันธ์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่วนด้านทุนโครงสร้างมีแนวโน้มลดลง ในปี พ.ศ.2560 บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมมีการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญามากที่สุด นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ด้านทุนมนุษย์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงานของบริษัท และ ทุนเชิงสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท

คำสำคัญ: ทุนทางปัญญา ผลการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูล ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100

Abstract

This research aimed to investigate extent and pattern of intellectual capital disclosure and corporate performance, and to examine the relationship between intellectual capital disclosure and performance of listed companies from the Stock Exchange of Thailand (SET100). Using annual reports during 2016-2018, 81 firms were used as 243 examples. Content analysis by word counting was used to quantify the extent and pattern of intellectual capital disclosure. As the results, the study firms that

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: Nadlada_cream@hotmail.com

² ดร. ภาควิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: muttanachai.s@psu.ac.th

human capital disclosure was the most common disclosure of intellectual capital, while structural capital was less common disclosure. The pattern of human and relation capital disclosure increase in year 2016 to 2018. Moreover, there was a negative relationship between human capital disclosure and corporate performance. and there was a positive relationship between relational capital disclosure and corporate performance.

Keywords: Intellectual Capital, Corporate Performance, Disclosure, and the Stock Exchange of Thailand in SET 100 group

บทนำ

กระแสแนวคิดทุนทางปัญญา เริ่มจากแนวคิดทั่วไปในการบริหารจัดการกับสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Assets) เพื่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร (Stewart, 1991) ทุนทางปัญญา ได้รับการนิยามจาก Klein and Prusak (1994) ว่าเป็น "บรรจุภัณฑ์ความรู้ที่เป็นประโยชน์" ซึ่งประกอบด้วย 3 ทุน คือ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนโครงสร้าง (Structural capital) และ ทุนเชิงสัมพันธ์ (Relational capital) สังคมในปัจจุบันก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมที่ต้องอาศัยความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันทางด้านธุรกิจที่ซับซ้อน และรุนแรง ส่งผลให้หลายธุรกิจมีความจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถ แข่งขันทางธุรกิจได้ ดังนั้น องค์กรประกอบที่จะช่วยส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานของภาคธุรกิจ ให้เป็นไปอย่างเสถียร นั่นก็คือ ทุนทางปัญญา ซึ่งการดำเนินงานขององค์กรจะมีประสิทธิภาพได้นั้น ต้องอาศัยบุคคลที่มีศักยภาพในการทำงาน มีระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ดี และมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนทางปัญญาในด้านทุนมนุษย์ โดยทุกองค์กรต้องทุ่มเทความสามารถในการสรรหากคนเก่ง คนดี รักษาไว้ให้คงอยู่ในองค์กร ทุนทางปัญญาจะช่วยให้องค์กรสามารถใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และให้เกิดการเพิ่มพูนคุณค่าให้กับองค์กรของตนได้มากที่สุด ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรและเกิดความได้เปรียบในแข่งขัน

สำหรับตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานที่ใช้ในการวิจัยส่วนใหญ่ก็คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return On Asset: ROA) ซึ่งมีการใช้ในการวิจัยในอดีต เช่น งานวิจัยของ Haniffa and Hudaib (2006), Firer and Williams (2003) เป็นต้น เป็นอัตราส่วนที่ชี้ถึงประสิทธิภาพของบริษัทในการนำสินทรัพย์ไปลงทุนให้เกิดผลตอบแทน เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่สามารถสะท้อนมูลค่าทางบัญชี โดยเป็นค่าที่แสดงถึงผลกำไรที่บริษัทหาได้จากสินทรัพย์ทั้งหมดที่บริษัทใช้ดำเนินการ ซึ่งสามารถลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการตกแต่งงบทางบัญชีได้ (นฤมล ล้อพงษ์ไพบูลย์, 2554) การที่กิจการมีการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาด้วยความสมัครใจเพื่อทำให้ผู้ถือหุ้นรู้สึกมั่นใจและน่าเชื่อถือในการบริหารสามารถลดความขัดแย้ง และก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการประกอบธุรกิจได้ สอดคล้องกับทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาเป็นการส่งสัญญาณหรือการสื่อสารของผู้บริหารกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งด้านทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนเชิงสัมพันธ์ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เนื่องจากองค์กรมีปัจจัยตัวชี้วัดที่หลากหลาย

เช่น รายได้ ค่าใช้จ่าย บุคลากร ทรัพยากร เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน และได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจ กฎหมาย สภาพแวดล้อม และคู่แข่ง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาหากบริษัทมีการเปิดเผยในปริมาณที่น้อยย่อมทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมของข้อมูลหรือทำให้ผู้มีส่วนเสียได้รับข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจน้อย แต่หากบริษัทที่ต้องการหรือแรงจูงใจในการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาก็จะทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจจากภายนอกและเป็นการลดความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล (Abeysekera, 2011) อีกทั้งยังส่งผลให้งบการเงินที่จัดทำขึ้น มีความน่าเชื่อถือซึ่งจะมีการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้เสียนำข้อมูลไปใช้ในการประเมินกิจการ และทำการตัดสินใจที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัทต่อไป และเนื่องจากในประเทศไทยมีการศึกษาในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาต่อผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นจำนวนน้อย จึงทำให้มีความสนใจศึกษาในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100 หรือไม่ อีกทั้งงานวิจัยอื่น ๆ ในลักษณะเดียวกัน มีผลวิจัยที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจและต้องการหาข้อสรุปเพื่อเป็นเหตุผลประกอบและสร้างมุมมองที่แตกต่างกับงานวิจัยในอดีต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาขอบเขตระดับและแนวโน้มของการเปิดเผยทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทและ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำความรู้จริงที่ได้ศึกษาไปใช้อ้างอิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานขององค์กรและการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญา และผู้มีส่วนได้เสียตระหนักถึงบทบาทของการเปิดเผยทุนทางปัญญา เมื่อผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงความสัมพันธ์และทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานขององค์กร ก็สามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางปัญญาไปประเมินผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งสามารถช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

ทฤษฎีการส่งสัญญาณ

เป็นทฤษฎีที่กล่าวว่า ผู้บริหารและนักลงทุนมีข้อมูลข่าวสารของบริษัทไม่เท่าเทียมกัน (Miller&Modigliani, 1961) โดยทฤษฎีการส่งสัญญาณบ่งชี้ว่าองค์กรจะพยายามส่งสัญญาณข้อมูลเชิงบวกให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านรายงานประจำปี ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาสามารถช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประเมินความสามารถในการสร้างความได้เปรียบในอนาคตขององค์กร และช่วยในการประเมินมูลค่าขององค์กร (Whiting and Miller, 2008) นอกจากนี้การศึกษาของ Anam et al. (2011) ระบุว่าทฤษฎีการส่งสัญญาณยังสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการบริหารจัดการของบริษัทที่มีมูลค่าที่ดี อันเป็นผลมาจากกระบวนการสร้างมูลค่าของทุนและทรัพยากรซึ่งรวมถึงทุนทางปัญญา โดยจะพยายามส่งสัญญาณโดยเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาในรายงานประจำปีให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

ดังนั้นข้อมูลนี้อาจปรากฏในผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางปัญญา อาจจะช่วยให้ผู้ใช้อ้างอิงข้อมูลสามารถกำหนดข้อต่อผลตอบแทนของสินทรัพย์รวมในอนาคตได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

ทุนทางปัญญา

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทุนทางปัญญา เนื่องจากแนวคิดทางด้านทุนทางปัญญายังไม่มีการกำหนดไว้ชัดเจน โดยนักวิจัยหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางปัญญาไว้หลากหลายแตกต่างกันไปดังนี้

ดร.จีระ หงส์ลดารมภ์ (2549) ได้กล่าวไว้ว่า ทุนทางปัญญา หมายถึง ความสามารถในการคิด เป็น วิเคราะห์เป็น และนำไปสร้างมูลค่า บุคคลที่จบปริญญา มีทุนมนุษย์เชื่อว่าจะมีทุนปัญญาเสมอไป คนที่มีการศึกษาไม่สูง แต่สามารถมีทุนทางปัญญาได้ ถ้ารู้จักการแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง และสามารถที่นำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้

April et al (2003) ทุนทางปัญญา คือ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนและเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับองค์กร จากความรู้และความสามารถที่อยู่ในตัวบุคคลความสามารถทางนวัตกรรม กระบวนการปฏิบัติงานและระบบการบริหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความได้เปรียบให้กับองค์กร

Edvinsson (1997) ทุนทางปัญญา หมายถึง เนื้อหาทางปัญญาและความคิด คือ ความรู้ ข่าวสาร ทรัพย์สินทางปัญญาและประสบการณ์ อันเป็นอำนาจที่คิดอ่านออกมาจากสมอง

Steenkamp (2008) ระบุว่าทุนทางปัญญาคือ การลงทุนที่มองไม่เห็นและการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาของบริษัทในปัจจุบันและในอนาคต ทรัพยากรและขีดความสามารถที่แสดงถึงทรัพยากรความรู้เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับบริษัท ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม กระบวนการและประสิทธิภาพซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างมูลค่า

ดังนั้น ความหมายของทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ที่ได้กล่าวมาข้างต้นของนักวิจัยหลายท่าน สามารถสรุปแนวคิดทางด้านทุนทางปัญญาในงานวิจัยครั้งนี้ได้ว่า ทุนทางปัญญา คือ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนและเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับองค์กร จากความรู้และความสามารถที่อยู่ในตัวบุคคลความสามารถทางนวัตกรรม กระบวนการปฏิบัติงานและระบบการบริหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความได้เปรียบให้กับองค์กร

ทั้งนี้ทุนทางปัญญาสามารถแบ่งองค์ประกอบของทุนทางปัญญาออกเป็น 3 ด้าน คือ ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนเชิงสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ทุนมนุษย์ (Human Capital) คือ ความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมของพนักงานในองค์กร ซึ่งทุนมนุษย์สามารถแสดงรายละเอียดในรายการคุณลักษณะพนักงาน การฝึกอบรม ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงาน ประเด็นความไม่เท่าเทียมกัน ความสัมพันธ์ของพนักงาน สวัสดิการและจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการ April et al.(2003), Bozzolan et al. (2003), Brennan. (2001), Guthrie and Petty. (2000), Steenkamp. (2007)

จากการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ระดับและขอบเขตของทุนทางปัญญา ด้านทุนมนุษย์มีการเปิดเผยข้อมูลมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของปิติพร ธรรมประศาสน์ และไพบุลย์ ผงวงค์ (2561) และยังพบความสัมพันธ์ด้านทุนมนุษย์ต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ งานวิจัยของวรัววรรณ เจริญรูป และคณะ (2560) พบว่า อัตราส่วนต้นทุนค่าแรงงานต่อจำนวนพนักงาน กำไรสุทธิ

ต่อจำนวนพนักงาน และจำนวนพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผลตอบแทนจากสินทรัพย์ งานวิจัยของกัลย์ ปิ่นเกสร และคณะ (2560) พบว่าการเลือกใช้ตัวชี้วัดทุนมนุษย์ให้เหมาะสมกับองค์กร จะช่วยให้สามารถวัดผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทุนมนุษย์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของ บริษัท ใน ตลาด หลัก ทรัพย์ และ (Rehman et al., 2011) ได้พบว่า ประสิทธิภาพของทุนมนุษย์ ซึ่งหมายถึงการลงทุนที่เพิ่มขึ้นและพนักงานมีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานทางการเงิน จากการศึกษาดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H.1 การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท

2. ทุนโครงสร้าง (Structural capital) คือ โครงสร้างองค์กร ระบบ กระบวนการ และวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งสนับสนุนการทำงานให้กับบุคลากรในองค์กร ซึ่งทุนโครงสร้างสามารถแสดงรายละเอียดในรายการ ทรัพย์สินทางปัญญา ปรัชญาในการบริหาร วัฒนธรรมองค์กร กระบวนการบริหารและกระบวนการเกี่ยวกับเทคโนโลยี และระบบสารสนเทศและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ Bozzolan et al. (2003), April et al. (2003)

จากการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของวรชาติ ดุลยเสถียร (2559) พบว่ากลยุทธ์นวัตกรรมบริการในด้านทุนโครงสร้างมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรม สอดคล้องกับแนวคิดของปีติพร ธรรมประศาสน์ และไพบุลย์ ผจงวงศ์ (2561) ที่พบว่าทุนโครงสร้าง มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงานของบริษัท และในงานของวรชาติ ดุลยเสถียร (2559) ยังกล่าวว่าทุนโครงสร้างมีน้ำหนักมากที่สุดเมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่น ๆ นั้นหมายความว่าหากมีการพิจารณาการลงทุนเพิ่ม ควรพิจารณาที่ทุนโครงสร้างเป็นสำคัญ นั่นคือการลงทุนภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยระบบสารสนเทศ ระบบเครือข่าย กระบวนการกรรมวิธีและฐานข้อมูลของระบบ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถให้กับเครื่องมือต่าง ๆ เป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Natale and Ricci (2006) พบว่าความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิเคราะห์ภายใต้การทำงานเป็นที่มาจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กร จากการศึกษาดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H.2 การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาด้านทุนโครงสร้างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท

3. ทุนเชิงสัมพันธ์ (Relational capital) หมายถึง ความสัมพันธ์ภายนอกของบริษัทกับลูกค้า ความสัมพันธ์ของบริษัทกับผู้ถือหุ้น และรวมถึงความสัมพันธ์กับคู่แข่ง ทั้งนี้สามารถรับรู้ทุนเชิงสัมพันธ์ขององค์กรได้จากการแสดงรายละเอียดรายการ ความสัมพันธ์ทางการเงิน เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ ลูกค้า/ความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างภาพลักษณ์องค์กร ช่องทางการจัดจำหน่าย ความร่วมมือทางธุรกิจข้อตกลงร่วมกันและการค้าเฟรนส์ไชส์ April et al. (2003); Bozzolan et al. (2003)

จากการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Obeidat et al. (2017) พบว่า ทุนทางปัญญาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้และประสิทธิภาพขององค์กร ทุนเชิงสัมพันธ์นำไปสู่การแบ่งปันความรู้ในระดับที่สูงขึ้น บริษัทกว้าง ความรู้ที่สร้างและสะสมจากกลยุทธ์ งานวิจัยของ Abdullah and Sofian (2012) พบว่าส่วนประกอบต่าง ๆ ของทุนทางปัญญาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัทในประเทศมาเลเซีย และเงินทุนเชิงสัมพันธ์ กลายเป็นองค์ประกอบที่มี

ความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งที่สุดกับผลการดำเนินงานขององค์กร และงานวิจัยของ Ting and Lean (2009) พบว่าทุนลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ ROA จากการศึกษาดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาด้านทุนเชิงสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท

วิธีการดำเนินวิจัย

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่ม SET 100 โดยทำการศึกษาจากข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2561 รวม ระยะเวลา 3 ปี ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างออกมาปีละ 81 บริษัท รวม 243 กลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดเผยทุนทางปัญญา ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนทางสัมพันธ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาโดยใช้ข้อมูลที่เปิดเผยในรายงานประจำปีของแต่ละบริษัท โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ในการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาโดยการนับจำนวนคำ ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานของบริษัท วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ซึ่งคำนวณจากกำไรสุทธิหารสินทรัพย์รวม และตัวแปรควบคุม คือ อายุของกิจการ วัดจากระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่จดทะเบียนเป็นบริษัทจนถึงปี พ.ศ.2561 โดยรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2561 โดยเก็บข้อมูลจากการรายงานประจำปี ซึ่งข้อมูลจะอยู่ในเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบเก็บข้อมูล ในอธิบายขอบเขตและแนวโน้มของการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัท ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งแสดงด้วย ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของทั้งตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่ม SET 100 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) แบบ Panel ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงความสัมพันธ์ได้ชัดเจน โดยมีสมการเชิงเส้น ดังนี้

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

โดย	Y	คือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)
	X1	คือ ทุนมนุษย์ (Human capital)
	X2	คือ ทุนทางโครงสร้าง (Structural capital)
	X3	คือ ทุนเชิงสัมพันธ์ (Relational capital)
	X4	คือ อายุกิจการ
	ε	คือ ความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2561 จำนวน 81 บริษัท รวม 243 กลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา จะแสดงในรูปแบบของค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัท

การเปิดเผย ข้อมูลทุนทาง ปัญญา	ปริมาณการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญา							
	พ.ศ. 2559		พ.ศ. 2560		พ.ศ. 2561		ค่ารวม	
	MEAN	SD	MEAN	SD	MEAN	SD	MEAN	SD
1.ทุนมนุษย์	2,724.80	1,202.50	2,791.52	1,253.41	2,892.33	1,363.64	2,802.88	1,247.39
2.ทุนโครงสร้าง	334.42	212.99	329.33	213.34	341.05	225.12	334.93	201.55
3.ทุนเชิงสัมพันธ์	576.99	406.58	643.91	496.08	676.35	514.46	632.42	452.79
รวม	3,636.21	1,822.0	3,764.76	1,962.85	3,909.73	2,103.22	3,770.23	1,901.74
4.ผลการดำเนินงาน	10.052	8.325	10.247	9.149	9.264	7.708	9.854	7.91

จากตารางที่ 1 การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญา ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนเชิงสัมพันธ์ โดยการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญามีจำนวนค่าเฉลี่ย 3,770.23 ค่า ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลด้านทุนมนุษย์มีการเปิดเผยข้อมูลมากกว่าด้านอื่น ๆ (จำนวน 2,802.88 ค่า) รองลงมา คือ การเปิดเผยข้อมูลทุนเชิงสัมพันธ์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นซึ่งมากกว่าทุนโครงสร้าง (จำนวนค่าเฉลี่ย 632.42 ค่า) ส่วนการเปิดเผยข้อมูลทุนโครงสร้างมีการเปิดเผยน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ (จำนวนค่าเฉลี่ย 334.93 ค่า) เมื่อดูภาพรวมทุนทางปัญญาตั้งแต่ปีพ.ศ.2559-2561 พบว่าการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยตามการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาตามประเภทอุตสาหกรรม พบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมมีปริมาณการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญามากที่สุด

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อทดสอบว่าตัวแปรแต่ละตัวที่นำมาวิเคราะห์ในการวิจัยเป็นตัวแปรเดียวกันหรือไม่ และเป็นอิสระต่อกันหรือไม่ โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ได้นำเสนอตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การทดสอบหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตัวแปร (Variables)	ผลการ ดำเนินงาน	ทุนมนุษย์	ทุนโครงสร้าง	ทุนเชิงสัมพันธ์	อายุ ของกิจการ
ROA	1	-.318**	-.028	.081	-.247**
ทุนมนุษย์		1	.161*	.227**	.300**
ทุนโครงสร้าง			1	.090	.099

ตารางที่ 2

การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) (ต่อ)

ตัวแปร (Variables)	ผลการ ดำเนินงาน	ทุนมนุษย์	ทุนโครงสร้าง	ทุนเชิง สัมพันธ์	อายุ ของกิจการ
ทุนเชิงสัมพันธ์				1	.071
อายุของกิจการ					1
VIF		1.078	1.036	1.066	1.017

**ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, *ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุ ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาซึ่งมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทุนมนุษย์ ด้านทุนโครงสร้าง และด้านทุนเชิงสัมพันธ์ กับตัวแปรตามคือผลการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ รวมถึงตัวแปรควบคุม ได้แก่ อายุกิจการ แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัท

Model	B	Beta	t	Sig.
(Constant)	17.048		11.190	.000**
ทุนมนุษย์	-.002	-.351	-5.763	.000**
ทุนโครงสร้าง	.001	.033	.547	.585
ทุนเชิงสัมพันธ์	.003	.182	3.011	.003**
อายุกิจการ	-.174	-.241	-4.074	.000**
R Square		.183		
Adjusted R Square		.169		
F-Value(Sig)		13.325**		

หมายเหตุ **ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, *ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 2 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์โดยมีตัวแปรอิสระ คือ การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญา ประกอบด้วย 3 ด้านคือ ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนเชิงสัมพันธ์ ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานของบริษัท และตัวแปรควบคุม คือ อายุกิจการ ผู้วิจัยพบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างทุนมนุษย์กับผลการดำเนินงานของบริษัท ที่ระดับนัยสำคัญ .000 พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างทุนเชิงสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท ที่ระดับนัยสำคัญ .003 และพบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างอายุกิจการกับผลการดำเนินงานของบริษัท ที่ระดับนัยสำคัญ 0.000 ค่า F-Value เท่ากับ 13.325 และ ค่า R Square เท่ากับ 0.183 แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างทุนโครงสร้างกับผลการดำเนินงานของบริษัท

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขตระดับและแนวโน้มของการเปิดเผยทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัท และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาขอบเขตระดับและแนวโน้มของการเปิดเผยทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านทุนมนุษย์มีการเปิดเผยข้อมูลมากกว่าด้านอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิติพร ธรรมประศาสน์ และ ไพบูลย์ ผจญวงศ์ (2561) เนื่องจากแต่ละบริษัทเห็นว่าทุนมนุษย์เป็นสินทรัพย์ส่วนบุคคลที่มีความสำคัญเพราะสามารถสร้างคุณประโยชน์ให้แก่บริษัท โดยการพัฒนาทุนมนุษย์ทั้งความรู้ความสามารถ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานในองค์กร การพัฒนาทุนมนุษย์จึงมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มผลการดำเนินงานให้กับบริษัท รองลงมา คือ การเปิดเผยข้อมูลทุนเชิงสัมพันธ์ เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่มีการเปิดเผยเกี่ยวกับ การสร้างภาพลักษณ์องค์กร ตราสินค้า จากการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ถือเป็นทรัพย์สินที่ล้ำค่าในการส่งเสริมมูลค่าขององค์กร และยังเป็น การส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนการเปิดเผยข้อมูลทุนโครงสร้างมีการเปิดเผยน้อยที่สุด เนื่องจากบริษัทไม่ค่อยมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา การลงทุนในระบบสารสนเทศและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ รวมถึงเทคโนโลยี เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชันต่าง ๆ เมื่อดูภาพรวมทุนทางปัญญาตั้งแต่ปีพ.ศ.2559-2561 พบว่าการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยตามการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาตามประเภทอุตสาหกรรม พบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมมีปริมาณการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญามากที่สุด

2. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิติพร ธรรมประศาสน์ และ ไพบูลย์ ผจญวงศ์ (2561) เนื่องจากบริษัทมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสร้างทุนมนุษย์ให้มีคุณภาพ อาทิเช่น การจัดให้มีการอบรมให้กับพนักงาน การเพิ่มสวัสดิการและค่าตอบแทนต่างๆให้พนักงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นค่าใช้จ่ายในจำนวนที่สูง ดังนั้นบริษัทจึงใช้จ่ายไปกับสิ่งเหล่านั้นสูงกลับยิ่งทำให้กำไรทางบัญชีและมูลค่าทางการตลาดของบริษัทลดน้อยลง ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทลดน้อยลงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม การสรุปการศึกษาเช่นนี้อาจไม่ถูกต้องที่สุด เพราะทุนมนุษย์เป็นทุนที่ต้องอาศัยการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การลงทุนเพื่อหวังผลตอบแทนแก่กิจการจึงต้องใช้เวลาผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจึงอาจไม่ปรากฏภายในงวดบัญชีเดียวกัน ดังนั้นทุนมนุษย์จึงไม่สามารถสร้างผลการดำเนินงานที่ดีแก่กิจการได้เมื่อพิจารณาในระยะสั้น และยังพบว่า การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาด้านทุนเชิงสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Abdullah and Sofian (2012) เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ถือเป็นสินทรัพย์ที่ช่วยในการส่งเสริมมูลค่าขององค์กร และยังเป็น การส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่

จะทำให้บริษัทได้รับการยอมรับมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก สอดคล้องกับทฤษฎีการส่งสัญญาณ ซึ่งเป็นการส่งสัญญาณว่าบริษัทจะพยายามส่งสัญญาณข้อมูลเชิงบวกให้กับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกผ่านรายงานประจำปี แต่เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลผ่านรายงานประจำปีนั้นจะส่งผลชัดเจนและสามารถวัดผลการดำเนินงานได้อย่างสมเหตุสมผลในภายหลัง เช่น ปริมาณข้อมูลที่เปิดเผยกระทบต่อราคาหุ้น มูลค่าการลงทุน หรือกระทบต่อการตัดสินใจของนักลงทุน เป็นต้น ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญา สามารถช่วยให้ผู้มีส่วนได้เสียในการประเมินความสามารถในการสร้างความได้เปรียบในอนาคตขององค์กร นอกจากนี้การเน้นการเปิดเผยและให้ความสำคัญเรื่องเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงลูกค้า มีการจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้า ย่อมได้รับความสนใจจากลูกค้า สร้างความจงรักภักดีและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทกับลูกค้า และเมื่อได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าก็ย่อมส่งผลที่ดีต่อความสัมพันธ์กับสถาบันการเงินเช่นกัน ทำให้สรุปได้ว่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันผลประกอบการให้เพิ่มสูงขึ้น แต่การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาด้านทุนโครงสร้างไม่พบความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยกับงานวิจัยของ (Mehralian et al., 2012) เนื่องจากทุนโครงสร้างไม่ว่าจะเป็นข้อมูลหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือจุดประสงค์ของบริษัท ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า เพราะส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาสินค้าและความพึงพอใจในสินค้าและบริการเป็นหลัก และการเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาในประเทศไทยอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูล ขาดการเข้มงวดของกฎหมาย ที่ทำให้บริษัทไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร จึงเป็นช่องว่างในการเปิดเผยข้อมูลที่น้อยลง อาจเป็นสาเหตุไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลทุนเชิงโครงสร้างกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งการใช้ปริมาณการเปิดเผยข้อมูลเป็นตัวแทนของทุนทางปัญญาสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ได้เช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันมีการเปิดเผยข้อมูลด้านต่าง ๆ มากขึ้น เช่น ด้านทุนมนุษย์ เนื่องจากกิจการมองเป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุน เป็นการแสดงถึงศักยภาพของกิจการในการบริหารต้นทุนด้านบุคคลากร การเปิดเผยข้อมูลในปริมาณที่มากพอก็ย่อมส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม การศึกษามีข้อจำกัด คือ ระยะเวลาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพียง 3 ปี คือปีพ.ศ.2559-2561 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงระยะเวลาที่ไม่มากนักและไม่มาพอในการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะยาวและจำนวนตัวแปรควบคุมของการวิจัยครั้งนี้มีเพียงตัวแปรเดียว คือ อายุของกิจการ เนื่องจากเป็นตัวแปรที่แสดงความสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจน แต่ด้วยจำนวนของตัวแปรที่น้อยเกินไป ส่งผลทำให้ค่า R square ต่ำไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางการวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากทฤษฎีที่ใช้อ้างอิงและวิธีการในการหาความสัมพันธ์รวมถึงผลสรุปงานวิจัย มีบางประเด็นที่แตกต่างไปจากการวิจัยในอดีตแม้ว่าจะใช้ทฤษฎีเดียวกันก็ตาม นั่นหมายความว่า ระยะเวลา หรืออายุของกิจการมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์และผลการดำเนินงาน ซึ่งสามารถนำผลวิจัยในครั้งนี้มาอ้างอิงเป็นทฤษฎีในการวิจัยครั้งต่อไป

2. ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ การเปิดเผยข้อมูลทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งการสื่อสารข้อมูลทุนทางปัญญาสามารถช่วยในการสร้างความมั่งคั่งในอนาคตของบริษัท และช่วยใน

การประเมินมูลค่าของบริษัท ซึ่งทำให้กิจการสามารถพยากรณ์แนวโน้มของบริษัทได้แม่นยำยิ่งขึ้น และมีการวางกลยุทธ์ในการดำเนินงานได้สอดคล้องกับสถานการณ์มากที่สุด และการรายงานทุนทางปัญญาเป็นข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งไม่มีกฎหมาย ข้อบังคับให้มีการเปิดเผย การศึกษาครั้งนี้ช่วยเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสภาวิชาชีพการบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ตระหนักถึงความสำคัญของทุนทางปัญญาและพัฒนากฎหมาย ข้อบังคับหรือมาตรฐานการบัญชีในการเปิดเผยทุนทางปัญญาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต

ระยะเวลาในการศึกษาอาจจะใช้เวลาในการเก็บข้อมูลในรายงานเพิ่มขึ้นเป็น 5-10 ปี เพื่อให้เป็นแนวโน้มการรายงานทุนทางปัญญากว้างขึ้นและการใช้ตัวแปรควบคุมมากกว่า 1 ตัวแปรและใช้ตัวแปรควบคุมที่หลากหลายเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ เนื่องจากตัวแปรควบคุมแสดงความสัมพันธ์ และมีผลต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ซึ่งมีผลต่อการนำข้อมูลไปใช้และมีผลต่อการตัดสินใจในการศึกษาครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลย์ ปิ่นเกสร, เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิณ, และจิรารวรรณ คงคล้าย. (2560). ทุนมนุษย์ : ตัวชี้วัดทุนมนุษย์ระดับองค์กร. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(2), 194-202
- จีระ หงส์ลดารมภ์. (2549). ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital). สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://guru.thaibizcenter.com/article/detail.asp?kid=7781>
- นฤมล ล้อพงศ์ไพบูลย์. (2554). คณะกรรมการโครงสร้างผู้ถือหุ้นและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://digi.library.tu.ac.th/thesis/ac/0980/title-appendix.pdf>
- ปิติพร ธรรมประศาสน์ และ ไพบูลย์ ผจงวงศ์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 15(1), 172-192.
- วรชาติ ดุลยเสถียร. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย*, ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 9(2) 2057-207.
- วรีวรรณ เจริญรูป, พวงทอง วัชรราชฎ์ และนภาภรณ์ ทรัพย์กุลมงคล. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างทุนมนุษย์กับผลการดำเนินงานของกิจการ: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 9(3), 43-54.
- Abeysekera, I. (2011). The relation of intellectual capital disclosure strategies and market value in two political settings. *Journal of Intellectual Capital*, 12(2), 319-38.
- Anam, O.A., Fatima, A. H., and Majdi. A. R. H. (2011). Effects of intellectual capital information Disclosed in annual reports on market capitalization: Evidence

-
- from Bursa Malaysia. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 15(2), 85-101.
- April, K.A., Bosma, P and Deglon, D. (2003). Intellectual capital measurement and reporting: Establishing a practice in South African mining. *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 165-180.
- Bozzolan, S., Favotto, F., and Ricceri, F. (2003). Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 4(4), 543-558
- Brennan, N. (2001). Reporting intellectual capital in annual reports: Evidence from Ireland. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 14(4), 423-436.
- Edvinsson, L. (1997). *Developing intellectual capital at Skandia*, Long Range Planning, 30(3):266
- Firer, S. and Williams, S.M. 2003. Intellectual Capital and traditional measures of corporate performance. *Journal of Intellectual Capital*. Vol.4. No.3. 348-360
- Guthrie, J., and Petty, R. (2000). Intellectual capital: Australian annual reporting practices. *Journal of Intellectual Capital*, 1(3), 241-251.
- Haniffa R. and Hudaib M. (2006). Corporate Governance Structure and Performance of Malaysian Listed Companies. *Journal of Business Finance & Accounting*, 33(7) & (8), 1034-1062
- Klein, D.A. and Prusak, L. (1994), "Characterizing intellectual capital", working paper, Centre for Business Innovation, Ernst & Young, London.
- Miller, M., and Modigliani, F. (1961). Dividend policy. Growth and the valuation of share. *Journal of Business*, 34, 411-433
- Natale, S., and Ricci, F. (2006). *Critical thinking in organizations*. Team Performance Management, 12(7), 272- 278
- Rehman, W.U, Abdul Rehman, ur Rehman (2011). Intellectual capital performance and its impact on Corporate performance: an empirical evidence from modaraba Sector of Padistan. *Australian Journal of Business and Management Research* 1(5), 08-16
- Steenkamp, N. (2007). *Intellectual capital reporting in New Zealand: refining content analysis as a research method*. (PhD dissertation thesis). Auckland, Australia: Auckland University of Technology
- Stewart, T.A. (1991), "Brainpower: how intellectual capital is becoming America's most valuable asset", *Fortune*, 3 June, pp. 44-60
- Ting, I.W.K. and Lean, H. 2009. Intellectual capital performance of financial institutions in Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 10 No. 4. 588-599.
- Whiting, R. H., and Miller, J.C. (2008). Voluntary disclosure of intellectual capital in New Zealand annual reports and the "hidden value" *Journal of Human Resource Costing & Accounting*. 12, 26-50.

ผลกระทบของงบการเงินที่มีต่อผลตอบแทนจากการลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Effect of Financial Statement on Return on Investment in the Listed Companies on Stock Exchange

อาทิตย์ ดาบลาอำ

Artit Dablaum¹

เบญจพร โมกขเวส

Benjaporn Mookhavesa²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของข้อมูลในงบการเงินที่มีต่อเงินปันผลต่อหุ้น อัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น และราคาตลาดของหุ้น โดยศึกษาข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 48 บริษัท โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการประมวลผลข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีสาระสำคัญต่อเงินปันผลต่อหุ้น ได้แก่ ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น สินค้าคงเหลือต่อหุ้น ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น และ กำไรสุทธิต่อหุ้น ขณะเดียวกันตัวแปรที่มีผลกระทบเชิงลบอย่างมีสาระสำคัญต่อเงินปันผลต่อหุ้น ได้แก่ เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น และรายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น ตัวแปรที่มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีสาระสำคัญต่ออัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น ได้แก่ เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น ขณะเดียวกันตัวแปรที่มีผลกระทบเชิงลบอย่างมีสาระสำคัญต่ออัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น ได้แก่ สินค้าคงเหลือต่อหุ้น และตัวแปรที่มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีสาระสำคัญต่อราคาตลาดของหุ้น ได้แก่ ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น เจ้าหนี้การค้าต่อหุ้น เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น กำไรสุทธิต่อหุ้น ขณะเดียวกันที่ตัวแปรที่มีผลกระทบเชิงลบอย่างมีสาระสำคัญต่อราคาตลาดของหุ้น ได้แก่ สินค้าคงเหลือต่อหุ้น

คำสำคัญ: การวิเคราะห์งบการเงิน เงินปันผลต่อหุ้น อัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น ราคาหุ้น

Abstract

The Objectives of this study are to study the effect of financial statements on dividends per share, dividend yield and stock market price. The data comprised of 48 listed companies in the Stock Exchange, using multiple regression analysis for data processing.

The results from the study showed that the variables that significantly affect dividend per share positively were accounts receivable per share, inventories per share, property, plant and equipment per share and net Income per share. Meanwhile, the variables that significantly affecting dividend per share negatively were long-term

¹ นักศึกษาลัทธิธรรมบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: artit.d@hotmail.com

² อาจารย์ ดร. คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: benjaporn.mo@spu.ac.th

liabilities per share, and revenues per share. The variables that significantly affect dividend yield positively were long-term liabilities per share, revenues per share. Meanwhile, the variables that significantly affect dividend yield negatively were inventories per share. The variables that significantly affect stock market price positively were property, plant and equipment per share, accounts payable per share long-term liabilities per share and net Income per share. Meanwhile, the variables that significantly affect stock market price negatively were inventories per share.

Keywords: Financial Analysis, Dividend per Share, Dividend Yield, Stock Price

บทนำ

ปัจจุบันมีผู้สนใจลงทุนในหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ลงทุนจำเป็นต้องศึกษารูปแบบการประกอบธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยข้อมูลเหล่านี้จะแสดงในงบการเงินของบริษัท ซึ่งงบการเงินจะชี้ให้เห็นว่า บริษัทมีสินทรัพย์ หนี้สิน หรือมีความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นไปในทิศทางใด รวมถึงจะสะท้อนให้เห็น ความมั่งคั่งของบริษัทและผลตอบแทนที่นักลงทุนจะได้รับ โดยรายการสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นส่วนของทุนและกำไรที่เกิดจากการประกอบธุรกิจของบริษัทรวมอยู่ด้วย โดยนักลงทุนจะมีสิทธิในสินทรัพย์สุทธิตามสัดส่วนของหุ้นที่ตนถือและชำระแล้ว และผลตอบแทนจากการลงทุนที่จะได้รับก็ย่อมได้รับตามจำนวนหุ้นที่ตนถือและชำระแล้วเช่นกัน ซึ่งจากการศึกษาในอดีต เช่น การศึกษาของ Enebrand and Magnusson (2018) ชี้ให้เห็นว่า ราคาหุ้นของกิจการที่มีอัตราเงินปันผลตอบแทน (Dividend yield) ที่สูงจะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพด้านการเงินของกิจการ หมายความว่า ถ้าราคาหุ้นของบริษัทที่มีอัตราเงินปันผลตอบแทนสูงมีประสิทธิภาพด้านการเงินย่อมจะมีมากเช่นกัน ซึ่งประสิทธิภาพด้านการเงินจะสะท้อนออกมาในงบการเงินที่นักลงทุนใช้ประกอบการตัดสินใจ และ Amad, Hasan, and Lahore (2017) ได้ศึกษา อัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ (ROA) และกำไรต่อหุ้น (EPS) กับเงินปันผลต่อหุ้น พบว่า อัตราส่วนดังกล่าวมีผลกระทบเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อความสนใจของนักลงทุนที่เลือกจะเข้าไปลงทุน สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะเน้นศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีต่อผลตอบแทนจากการลงทุน เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับนักลงทุน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบของข้อมูลในงบการเงินที่มีต่อเงินปันผลต่อหุ้น อัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน และราคาตลาดของหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยให้นักลงทุนทราบผลกระทบของงบการเงินว่าจะส่งผลต่อ เงินปันผลต่อหุ้น อัตราส่วนเงินปันผลต่อแบบ ราคาตลาดของหุ้น ว่าเป็นไปในทิศทางใด เพื่อใช้สำหรับวางแผนการลงทุนได้ดียิ่งขึ้น
2. สามารถนำผลการวิจัยไปช่วยในวิเคราะห์และคาดการณ์ผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดว่าจะได้รับจากการตัดสินใจลงทุนการลงทุน
3. ประโยชน์ด้านอื่น ๆ เช่น สามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการจัดทำงานวิจัยและใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และใช้เป็นกรณีศึกษาเพื่อการพัฒนางานวิจัยต่อไปในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลในงบการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน คือ ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับ พยากรณ์ฐานะการเงินในอนาคต วินิจฉัยปัญหาการบริหาร และประเมินความสามารถในการบริหารงานของฝ่ายบริหาร (เพชร ชุมทรัพย์, 2555) ซึ่งนักลงทุนจะมุ่งเน้นใช้งบการเงินประกอบการตัดสินใจลงทุน และประเมินผลการดำเนินงานของบริษัท โดยจะพิจารณาทั้งด้านสินทรัพย์หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น รวมถึงผลกำไรของบริษัท โดยหลักการแล้วนักลงทุนจะมีสิทธิในสินทรัพย์ สิทธิตามจำนวนหุ้นที่ตนถือและชำระแล้ว และผลตอบแทนที่นักลงทุนจะได้รับก็ย่อมได้รับตามสัดส่วนหุ้นที่ตนถือด้วยเช่นกัน ดังนั้น งบการเงินช่วยในการคาดการณ์ผลกำไรในอนาคตและผลตอบแทนจากการลงทุนของนักลงทุนได้ค่อนข้างมาก ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้ดียิ่งขึ้น

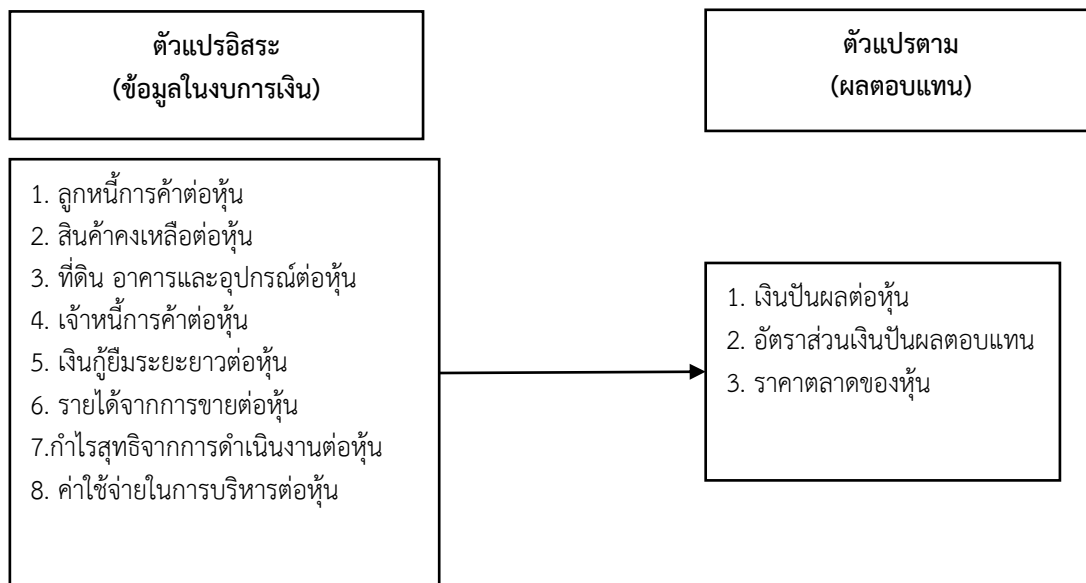
ทฤษฎีแบบจำลองการประเมินราคาของหลักทรัพย์ ได้กล่าวถึงอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังและความเสี่ยงของตลาด ซึ่งสามารถนำมาใช้สำหรับการกำหนดอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง เมื่อเทียบกับความเสี่ยงของหลักทรัพย์ที่ลงทุน การวิเคราะห์ทั้งงบการเงินจะช่วยลดความเสี่ยงจากการลงทุนในเบื้องต้นได้ ซึ่งจะช่วยให้ให้นักลงทุนสามารถวางแผนเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับได้ดียิ่งขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับ เงินปันผลต่อหุ้น และ อัตราเงินปันผลต่อแบบ พบว่า มีผลการศึกษาข้อมูลในงบการเงินต่อ เงินปันผลต่อหุ้น และ อัตราเงินปันผลต่อแบบอยู่หลายงานวิจัยด้วยกัน เช่น ผลการศึกษาของ Idewele and Murad (2019) ได้ศึกษานโยบายการจ่ายเงินปันผล และ ประสิทธิภาพทางการเงิน ซึ่งเป็นการวัดผลกระทบระหว่างอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend payout ratio) และอัตราส่วนเงินปันผลต่อแบบ (Dividend yield) จำนวนสินทรัพย์รวม และจำนวนหนี้สินรวม กับประสิทธิภาพทางการเงิน ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพทางการเงิน คือ อัตราการจ่ายเงินปันผล และตัวแปรที่มีผลกระทบในเชิงลบกับประสิทธิภาพทางการเงิน คือ อัตราส่วนเงินปันผลต่อแบบ และ Neupane (2017) ได้ศึกษานโยบายการจ่ายเงินปันผลกับผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น วัดโดยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Earning per share) อัตราเงินปันผลต่อหุ้น (dividend per share) อัตราเงินปันผลต่อแบบ และ อัตราส่วนราคาต่อกำไร (Price Earning ratio) ซึ่งพบว่า เมื่อกิจการมีรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลให้มีการจ่ายเงินปันผลเพิ่มสูงขึ้น และนโยบายการจ่ายเงินปันผลมีผลกระทบเชิงลบต่อราคาตลาดของหุ้น และเงินปันผลต่อหุ้นของบริษัทจดทะเบียน

สำหรับการศึกษางานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับ ราคาตลาดของหุ้น เช่น ผลการศึกษาของ Qaisi, Tahtamouni and AL-Qudah (2019) ซึ่งได้ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น โดยพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio) พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อราคาหุ้น ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio) ทำนองเดียวกัน Hung, Viet Ha, and Thai Binh (2018) พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ขนาดของบริษัท อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น

จากการทบทวนงานวิจัยในอดีต สรุปได้ว่า ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อเงินปันผล ได้แก่ ยอดขาย กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ค่าใช้จ่าย หนี้สิน และตัวแปรที่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม ผลกำไรในอนาคต อัตราส่วนปริมาณหนี้สิน อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น (EPS) รายได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น ได้แก่ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สิน กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ และตัวแปรที่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น ได้แก่ อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรเพื่อนำมาศึกษาผลกระทบของงบการเงินต่อผลตอบแทนจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้วางกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย ไว้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร เนื่องจากเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมด้านพลังงานและสาธารณูปโภคที่สำคัญของประเทศไทยและเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุนค่อนข้างมาก โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2561 รวมเป็นระยะเวลา 3 ปี จำนวน 48 บริษัท รวมทั้งสิ้น 144 ข้อมูล นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 4 ของหลักทรัพย์ที่ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2558- พ.ศ. 2561 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบผลกระทบของงบการเงินที่มีต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของลูกหม้อการค่าต่อหุ้น (AR) สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) เจ้าหนี้การค่าต่อหุ้น (AP) เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) กำไรสุทธิต่อหุ้น (NP) และ ค่าใช้จ่ายบริหารต่อหุ้น (AE) ก็พบว่าค่า VIF น้อยกว่า 10 นั่นคือ ไม่เกิด multicollinearity และตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 – 2.50 ดังนั้น จึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่การวิเคราะห์ทางสถิติ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1

วิเคราะห์ข้อมูลในงบการเงินที่มีผลต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients			Coefficients	
	B	Std. Error	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.03	0.08	0.67		
AR	0.21	0.09	0.02	0.13	7.48
ST	0.17	0.07	0.02	0.29	3.42
FA	0.04	0.01	0.00	0.22	4.47
AP	0.19	0.10	0.06	0.15	6.65
LL	-0.02	0.01	0.05	0.66	1.50
RN	-0.02	0.01	0.00	0.23	4.19
NP	0.15	0.07	0.04	0.13	7.59
AE	-0.16	0.15	0.30	0.39	2.55

R = 0.943 (94.30%) R² = 0.889 (88.90%) ค่า Sig. = 0.00 Durbin-Watson = 1.84

จากตารางที่.1 พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น เจ้าหนี้การค่าต่อหุ้น(AP) และค่าใช้จ่ายบริหารต่อหุ้น(AE) ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น (AR) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.21 หมายความว่า ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น (AR) มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น (DV)

สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.17 หมายความว่า สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น (DV)

ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.04 หมายความว่า ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น (DV)

เจ้าหนี้การค้าต่อหุ้น (AP) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.19 อย่างไรก็ตามเจ้าหนี้การค้าต่อหุ้น ไม่มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -0.02 หมายความว่า เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น (DV)

รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -0.02 หมายความว่า รายได้จาก การขายสุทธิต่อหุ้น (RN) มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น (DV) ซึ่งอาจจะเกิดจากการที่รายได้บางบริษัทเพิ่มสูงขึ้นแต่ต้นทุนก็สูงเช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาผลกำไรอาจจะต่ำจึงส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลที่ลดลง ซึ่งการจ่ายเงินปันผลบริษัทจะพิจารณาจากผลกำไรประกอบด้วย

กำไรสุทธิต่อหุ้น (NP) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.15 หมายความว่า กำไรสุทธิต่อหุ้น (NP) มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น (DV)

ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อหุ้น (AE) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -0.16 อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อหุ้น (AE) ไม่มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงบการเงินที่มีผลต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients			Coefficients	
	B	Std. Error	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.80	0.61	0.00		
AR	-0.41	0.62	0.51	0.11	8.65
ST	-1.15	0.50	0.02	0.26	3.85
FA	-0.04	0.04	0.32	0.18	5.31
AP	0.58	0.57	0.31	0.17	5.72
LL	0.22	0.07	0.00	0.72	1.38
RN	0.11	0.04	0.01	0.28	3.48
NP	0.94	0.54	0.08	0.10	9.68
AE	-2.00	1.18	0.09	0.31	3.20

R = 0.652 (65.20%) R² = 0.425 (42.50%) Sig. = 0.00 Durbin-Watson = 1.65

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่ไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) รายได้จาก การขายสุทธิต่อหุ้น (RN) ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปรนี้มีผลต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น (AR) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -0.41 อย่างไรก็ตาม ลูกหนี้การค้าต่อหุ้นไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการลดลงของลูกหนี้เกิดจากการรับชำระค่าสินค้าซึ่งส่งผลต่อการจ่ายผลตอบแทนให้กับนักลงทุน

สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -1.15 หมายความว่า สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) มีผลกระทบในเชิงลบต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (DVY) อาจวิเคราะห์ได้ว่าหากสินค้าคงเหลือมีจำนวนมากและอาจจะเกิดการสูญเสียนายไม่ได้ซึ่งจะส่งผลการจ่ายผลตอบแทนแก่นักลงทุน

ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -0.04 อย่างไรก็ตามที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น ไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เจ้าหนี้การค้าต่อหุ้น (AP) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.58 อย่างไรก็ตาม เจ้าหนี้การค้าต่อหุ้นไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.22 หมายความว่า เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) มีผลกระทบในเชิงบวกต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (DVY)

รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.11 หมายความว่า รายได้จากขายสุทธิต่อหุ้น (RN) มีผลกระทบในเชิงบวกต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (DVY) ซึ่งอาจเกิดความผันผวนของราคาหุ้นในช่วงที่ศึกษา แต่การจ่ายเงินปันผลยังคงเป็นอัตราเดิม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจำนวนอัตราส่วนเงินปันผลตอบแทนและมีผลกระทบกับทิศทางของรายได้ของบริษัทด้วย

กำไรสุทธิต่อหุ้น (NP) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.94 อย่างไรก็ตาม กำไรสุทธิต่อหุ้นไม่มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อหุ้น (AE) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -2.00 อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อหุ้นไม่มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงบการเงินที่มีผลต่อราคาตลาดของหุ้น

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients			Coefficients	
	B	Std. Error	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	5.10	1.71	0.00		
AR	-3.30	1.88	0.08	0.13	7.48
ST	-7.24	1.56	0.00	0.29	3.42
FA	0.90	0.14	0.00	0.22	4.47
AP	5.84	2.03	0.00	0.15	6.65
LL	0.82	0.25	0.00	0.66	1.50
RN	-0.04	0.13	0.74	0.23	4.19
NP	8.17	1.55	0.00	0.13	7.59
AE	-3.63	3.18	0.25	0.39	2.55

R = 0.945 (94.50%) R² = 0.893 (89.30%) Sig. = 0.00 Durbin-Watson = 2.48

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น (AR) รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) และค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อหุ้น (AE) ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อเงินปันผลต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น (AR) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -3.30 อย่างไรก็ตาม ลูกหนี้การค้าต่อหุ้นไม่มีผลต่อราคาตลาดของหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -7.24 หมายความว่า สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) มีผลกระทบในเชิงลบต่อราคาตลาดของหุ้น (Price)

ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.90 หมายความว่าที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อราคาตลาดของหุ้น (Price)

เจ้าหนี้การค้าต่อหุ้น (AP) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 5.84 หมายความว่า เจ้าหนี้การค้าต่อหุ้น (AP) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อราคาตลาดของหุ้น (Price)

เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.82 หมายความว่า เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อราคาตลาดของหุ้น (Price)

รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -0.04 อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) ไม่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กำไรสุทธิต่อหุ้น (NP) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 8.17 หมายความว่า กำไรสุทธิต่อหุ้น (NP) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อราคาตลาดของหุ้น (Price)

ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อหุ้น (AE) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -3.63 อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อหุ้น (AE) ไม่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในงบการเงินที่มีผลต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น พบว่า ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น (AR) สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) และ กำไรสุทธิต่อหุ้น (NP) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น (DV) แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความสามารถในการสร้างสินทรัพย์เพิ่มขึ้นซึ่งจะเปลี่ยนเป็นผลตอบแทนให้กับนักลงทุน สอดคล้องกับ Amad, Hasan, and Lahore (2017) พบว่า ผลกำไรของบริษัทมีผลกระทบเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผล สำหรับเงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) และรายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) พบว่า มีผลกระทบในเชิงลบกับเงินปันผลต่อหุ้น แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีผลกำไรที่จะจ่ายชำระหนี้ สอดคล้องกับ ฐิติษฐ์ สวโรจน์กิจเตโช (2558) พบว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมมีผลกระทบต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล และ จุฑามาศ พวงสมบัติ (2558) พบว่า ยอดขายมีผลกระทบต่อเงินปันผลเช่นกัน จึงสรุปได้ว่า ข้อมูลข้างต้นในงบการเงินมีผลกระทบต่อเงินปันผลต่อหุ้น ดังนั้น นักลงทุน นักวิเคราะห์ สามารถนำข้อมูลในงบการเงินมาใช้ในการประเมินความเสี่ยงและประกอบการตัดสินใจลงทุนแทนที่จะมองแค่ผลตอบแทนเท่านั้น ซึ่งเป็นไปตามหลักการของทฤษฎีแบบจำลองการประเมินราคาของหลักทรัพย์

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า เจ้าหนี้การค้าต่อหุ้น (AP) ไม่มีผลกระทบต่อเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้น เนื่องจากเจ้าหนี้การค้าเป็นส่วนหนึ่งของหนี้สินหมุนเวียนในงบแสดงฐานะการเงิน ซึ่งจะใช้วัดความสามารถในการทำกำไรและสภาพคล่องของบริษัท ในทำนองเดียวกัน วิไลวรรณ ภาณุวิสิทธิ์แสง

และ ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น (2561) พบว่า ปริมาณหนี้สินไม่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ และค่าใช้จ่ายบริหารต่อหุ้น (AE) ไม่มีผลกระทบต่อเงินปันผลต่อหุ้น (DV) ในระดับ 0.05 ซึ่งผลการศึกษาของ Sarhandi, Farooq, Iqbal, Makhtar & Amir (2015) พบว่า ค่าใช้จ่ายมีผลกระทบต่อการจ่ายเงินปันผลแต่ผลกระทบดังกล่าวอยู่ในระดับที่ต่ำ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลในงบการเงินที่มีผลต่ออัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น พบว่า สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) มีผลกระทบในเชิงลบต่ออัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น (DVY) ซึ่งอธิบายได้ว่า ถ้ามีสินค้าคงเหลือมีมากอาจจะมีการเสื่อมสภาพล้าสมัยของสินค้าและอาจจะขายไม่ได้ซึ่งจะส่งผลให้อัตราเงินปันผลต่อหุ้นลดลง เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) และ รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) มีผลกระทบในเชิงบวกต่ออัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น (DVY) ผลการศึกษาของ Sarhandi, Farooq, Iqbal, Makhtar & Amir (2015) พบว่า หนี้สินมีผลกระทบต่ออัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล นอกจากนี้เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้นมีผลกระทบเชิงบวกกับอัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น จากการศึกษาของ Enebrand and Magnusson (2018) พบว่า อัตราหนี้สินระยะยาว มีผลกระทบต่ออัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น ซึ่งอาจจะเกิดจากความคาดหวังของนักลงทุนต่อผลตอบแทนจากการกู้ยืมเงินเพื่อไปลงทุนในโครงการต่างๆของบริษัท และรายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้นที่มีผลกระทบเชิงบวกกับอัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น ซึ่งอาจเกิดความผันผวนของราคาหุ้น ซึ่งจะพบว่ารายได้มีผลต่อราคาตลาดของหุ้นในเชิงลบ แต่การจ่ายเงินปันผลยังคงเป็นเช่นเดิมแม้ว่ารายได้ของบริษัทจะเพิ่มขึ้นก็ตาม ซึ่งจะพบได้จากรายได้มีผลกระทบเชิงลบกับเงินปันผลต่อหุ้น ซึ่งการจ่ายเงินปันผลส่วนใหญ่จะพิจารณาจากผลกำไรที่เติบโตขึ้น ทำนองเดียวกันนี้ จุฑามาศ พวงสมบัติ (2558) พบว่า ยอดขายมีผลกระทบเชิงบวกต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียน เช่นกัน

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น (AR) และที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) ไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น (DVY) ซึ่งการลดลงของลูกหนี้จะเกิดจากการรับชำระหนี้ซึ่งจะส่งผลดีต่อการจ่ายเงินปันผลต่อหุ้นแก่นักลงทุน จากการศึกษาของ ฐิภัทรา ดิตยานันท์กุล (2559) ก็พบว่า อัตราส่วนหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร ไม่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้น เนื่องจากอัตราส่วนทางการเงินนี้สะท้อนถึงความสามารถในการใช้สินทรัพย์ ซึ่งอาจจะไม่ได้สะท้อนออกมาในรูปของกำไรของบริษัทอย่างชัดเจนจึงทำให้ไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนผลตอบแทน นอกจากนี้ อรติชา อินทาบัจ (2559) พบว่า อัตราส่วนหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมไม่มีผลกระทบต่ออัตราเงินปันผลเช่นกัน และ วนิตา ผลาลำ (2555) พบว่า กำไรสุทธิ ไม่มีผลกระทบต่อนโยบายการจ่ายเงินปันผลและอัตราเงินปันผลต่อหุ้น และค่าใช้จ่ายบริหารต่อหุ้น (AE) ไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนเงินปันผลต่อหุ้น (DVY) ในทำนองเดียวกันนี้ Sarhandi, Farooq, Iqbal, Makhtar & Amir (2015) พบว่า ค่าใช้จ่ายมีผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัท แต่ผลกระทบดังกล่าวอยู่ในระดับที่ต่ำ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงบการเงินที่มีผลต่อราคาตลาดของหุ้น พบว่า สินค้าคงเหลือต่อหุ้น (ST) มีผลกระทบในเชิงลบต่อราคาตลาดของหุ้น (Price) ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น (FA) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อราคาตลาดของหุ้น (Price) สอดคล้องกับ Hung, Viet Ha, Thai Binh (2018) พบว่า อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้การค้ามีผลกระทบต่อราคาหุ้น สำหรับเจ้าหนี้การค้าต่อหุ้น (AP) และเงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น (LL) และ กำไรสุทธิต่อหุ้น (NP) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อราคาตลาดของหุ้น (Price) ในทำนองเดียวกัน Qaisi, Tahtamouni and AL-Qudah (2019) พบว่า อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนหนี้สินมีผลกระทบต่อราคาหุ้นเช่นเดียวกัน และผล

การศึกษาของ กัญรัตน์ บุญประเสริฐ (2559) พบว่า กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จมีผลกระทบต่อความผันผวนของผลตอบแทนของราคาหุ้น สามารถวิเคราะห์ได้ว่า สินค้าคงเหลือต่อหุ้นเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ราคาหุ้นลดลง และที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้นมีผลกระทบต่อราคาหุ้น กล่าวคือ เมื่อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาหุ้นเพิ่มสูงขึ้นด้วย เนื่องจากอุตสาหกรรมทรัพยากรเป็นกลุ่มธุรกิจที่ต้องมีทรัพย์สินเพื่อใช้ในการดำเนินงานจำนวนมาก และแสดงถึงขนาดของบริษัทและผลกำไรของบริษัท ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน สำหรับเจ้าหน้าที่การค้าต่อหุ้น และเงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น และกำไรสุทธิต่อหุ้น มีผลกระทบต่อราคาหุ้นในเชิงบวก หมายความว่า ถ้าเจ้าหน้าที่การค้าต่อหุ้นและเงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้นเพิ่มสูงขึ้นราคาหุ้นจะเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้การที่เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้นเพิ่มสูงขึ้นผู้ถือหุ้นอาจจะมองว่าเป็นการกู้ยืมมาเพื่อลงทุนในโครงการต่างๆ ซึ่งจะเปลี่ยนเป็นผลกำไรและจะให้ผลตอบแทนในอนาคตคืนให้กับนักลงทุน

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น (AR) พบว่า ไม่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น (Price) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐพล วิชามนตรี (2561) ซึ่งพบว่า อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้การค้าไม่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น (RN) และ ค่าใช้จ่ายบริหารต่อหุ้น (AE) ไม่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น (Price) ซึ่งอาจจะมองว่า ผู้ถือหุ้นบางกลุ่มอาจจะไม่ได้พิจารณารายได้จากการขายเพียงอย่างเดียวแต่พิจารณาปัจจัยอื่นร่วมด้วย สอดคล้องกับ ชัยวิช ไชวิฑูรกิจ (2558) พบว่า รายได้รวมไม่มีผลกระทบต่อราคาหุ้น

กล่าวโดยสรุป ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อเงินปันผล ได้แก่ ลูกหนี้การค้าต่อหุ้น สินค้าคงเหลือต่อหุ้น ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น กำไรสุทธิต่อหุ้น เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น และรายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น เมื่อข้อมูลเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการจ่ายเงินปันผลด้วยเช่นกัน และข้อมูลในงบการเงินที่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน ได้แก่ เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น รายได้จากการขายสุทธิต่อหุ้น สินค้าคงเหลือต่อหุ้น และข้อมูลในงบการเงินที่มีผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้น ได้แก่ ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิต่อหุ้น เจ้าหน้าที่การค้าต่อหุ้น เงินกู้ยืมระยะยาวต่อหุ้น กำไรสุทธิต่อหุ้น สินค้าคงเหลือต่อหุ้น กล่าวคือ หากข้อมูลในงบการเงินเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปจากปีก่อน จะส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน ซึ่งจะส่งผลต่อราคาตลาดของหุ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ การวิเคราะห์ผลกระทบของงบการเงินที่มีผลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นเพียงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวเพื่อใช้สำหรับการตัดสินใจ อย่างไรก็ตาม นักลงทุนนักวิเคราะห์ข้อมูล ควรที่จะนำปัจจัยด้านอื่นมาร่วมพิจารณาเพื่อประกอบการตัดสินใจ เช่น สภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านเทคนิค และการเมือง เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุน

2. เนื่องจากการศึกษาในงานวิจัยนี้ได้จำกัดช่วงเวลาจากปี พ.ศ. 2559 – พ.ศ. 2561 เท่านั้น และเลือกตัวอย่างมาเพื่อศึกษาเพียงกลุ่มอุตสาหกรรมเดียว ดังนั้น ผู้ที่จะนำผลการวิจัยเหล่านี้ไปศึกษาเพิ่มเติม ควรขยายระยะเวลาในการศึกษาและกำหนดตัวแปรอิสระเพิ่มเติมตามความเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- กัญรัตน์ บุญประเสริฐ. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างความผันผวนของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จและราคาหุ้น กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑามาศ พวงสมบัติ. (2558). *การศึกษาลักษณะการจ่ายเงินปันผลกับผลการดำเนินงานในขนาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยธวัช ไชวิทธุรกิจ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาหุ้นกลุ่มโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐิติษฐ์ สวโรจน์กิจเตโช. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาบริษัทใน SET High Dividend ของประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐิภัทร ดิตยานันท์กุล. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐพล วชิรมนตรี. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กรณีกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เพชร ชุมทรัพย์. (2555). *วิเคราะห์งบการเงิน หลักการและประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วนิดา ผลาลำ. (2555). *ปัจจัยทางการเงินที่มีผลต่อนโยบายและอัตราเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี* 4(1), 140-146.
- วิไลวรรณ ภาณุวิศิษฐ์แสง และ ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น. (2561). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร* 13(1), 137-149.
- อรทิษา อินทาปัจ. (2559). *ปัจจัยที่กำหนดการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ*. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Amad, Hasan, & Lahore. (2017). Do Dividend Payout Ratio Drive the Profitability of a Firm: A Case of Energy and Textile Sector of Pakistan. *Advances in Applied Economic Research*. 591-597.
- Enebrand & Magnusson. (2018). *Dividend policy and its impact on firm valuation*. A thesis of Jonkoping University Business School.
- Hung, Viet Ha, & Thai Binh. (2018). Impact of Accounting Information on Financial Statements to the Stock Price of the Energy Enterprises Listed on Vietnam's Stock Market. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 8(2), 1-6.

Idewele, I.O.E & Murad, B.A. (2019). Dividend policy and financial performance: a study of selected deposit money banks in Nigeria. *African Journal of Business Managemen.* 13(7), 239-255.

Neupane. (2017). *Dividend Policy and its Impact on Market Price of Stock*. A thesis of Master of Business Studies (MBS) Tribhuvan University.

Qaisi, Tahtamouni & AL-Qudah. (2019). Factors Affecting the Market Stock Price-The Case of the Insurance Companies Listed in Amman Stock Exchange. *International Journal of Business and Social Science*, 7(10), 81-90.

Sarhandi, Farooq, Iqbal, Makhtar & Amir. (2015). The Relationship Between Dividend Payout Ratio With Revenue, Liabilities And Expenses: An Empirical Study Of KSE Listed Non-Financial Firms. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 6(3), 476-482.

อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการของ
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง

An Influence of Role of Stakeholders Asean CG Scorecard 2018 Disclosures
on Environment Disclosures of Listed Companies in the Stock Exchange of
Thailand: In the case of Environmentally Sensitive Industries

ประภาพร บุปผา

Prapaporn Bubpha¹

จิตติมา วิเชียรรักษ์

Jittima Wichianrak²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะ ระดับ และความแตกต่างการเปิดเผยข้อมูลบทบาท
ของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม และเพื่อทดสอบ
อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อการ
เปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทยที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง การศึกษาใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยวิธีการวัดค่าคะแนน
Checklist การเปิดเผยข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการ
ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ในรายงานประจำปี และเว็บไซต์ของ
กลุ่มประชากร ในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 193 บริษัท และการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
คือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์แบบอนุमान การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ
และการวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตาม
หลักการกำกับดูแลกิจการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2561 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการ
เปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมผลเชิงบวกทั้งในรายงานประจำปี และในเว็บไซต์

คำสำคัญ: การเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: prapaporb_skr14@hotmail.com

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: jittima.wi@psu.ac.th

Abstract

The purpose of this study are to investigate extent, level and test difference of Role of Stakeholders Asean CG Scorecard 2018 Disclosures and Environment Disclosures and examine influence of Role of Stakeholders Asean CG Scorecard on Environment Disclosures in annual reports and website from Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand on the Environmentally Sensitive Industries. Data was collected from the 193 companies listed in the Stock Exchange of Thailand, Descriptive analysis, correlation matrix, paired sample T-test, and multiple regression were used to analyze the data. The results of the testing indicate Role of Stakeholders significantly influence on Environment Disclosures in annual report and website.

Keywords: Role of Stakeholders, Environment, Disclosures, The Stock Exchange of Thailand

บทนำ

จากการรวมตัวกันของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้กลายเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีการปรับปรุงกรอบหลักการเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันตามหลักของ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ซึ่งประกอบด้วย 5 หมวด ได้แก่ สิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสียการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ โดยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีนี้ที่เรียกว่า ASEAN CG Scorecard โดยประเทศไทยนำหลักการดังกล่าวมาเป็นมาตรฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อใช้เป็นแบบการประเมินเรียกว่า Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR) โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ซึ่งวัตถุประสงค์ของการกำกับดูแลกิจการที่ดีในปัจจุบัน ไม่ได้สนใจแค่เพียงทำกำไรสูงสุด แต่บริษัทต้องดำเนินกิจการให้มีความมั่นคงอย่างยั่งยืน และการคำนึงถึงสำคัญถึงปัญหาของสิ่งแวดล้อม จึงเป็นกลไกหนึ่งสร้างภาพลักษณ์ และความยั่งยืนแก่บริษัท โดยสร้างธุรกิจให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีคุณธรรมจริยธรรม เพื่อสนับสนุนให้มีสิ่งแวดล้อมที่ดียิ่งขึ้น (Kantabutra and Avery, 2011)

การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญ บริษัทสามารถสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อเป็นการคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวคิด และให้เข้าใจถึงความคาดหวัง และเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่ม โดยกรอบมาตรฐานที่เป็นที่นิยมที่สุดคือ Global Reporting Initiative (GRI) (Willis, 2003) เนื่องจากเป็นกรอบมาตรฐานในการวัดผลการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นสากล และทั่วโลกใช้กันอย่างแพร่หลาย (GRI Database , 2560)

แม้ว่างานวิจัยในอดีตที่พบว่าผู้มีส่วนได้เสียเป็นตัวผลักดันให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น (สิรินาฏ นาคเลิศ และมัทนชัย สุทธิพันธุ์, 2559) ในทางกลับกันผลการประเมินคะแนนตามการประเมิน CGR เมื่อพิจารณาคะแนนในแต่ละหมวด ทั้งหมด 5 หมวด พบว่าคะแนนของหมวดบทบาท

ของผู้มีส่วนได้เสีย มีระดับการประเมินอยู่ในอันดับที่ 4 (สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับงานในวิจัยที่พบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นปัจจัยอันดับสุดท้ายที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทยังเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวกแต่เป็นสัดส่วนที่น้อยและยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย (วิภา จงรักษ์สัตย์, 2559) (ธีรพร ทองชะโชค และอาคม ใจแก้ว, 2556) รวมถึงงานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่ศึกษาเพียงผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น ทำให้ผลของการศึกษานั้นยังไม่เพียงพอ (Spitzeck and Hansen, 2010) หรือมีเพียงการศึกษาเฉพาะเชิงคุณภาพ ไม่ได้ศึกษาไปถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งหมดในเชิงปริมาณ อีกทั้งเป็นเรื่องใหม่ในประเทศไทยอีกด้วย (सानิตย์ หนูนิล, 2561)

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกขอบเขตในการศึกษาการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามกรอบ ASEAN CG Scorecard 2018 และการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมตามดัชนี Global Reporting Initiative (GRI) ฉบับ GRI Standard ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง ในรายงานประจำปี ซึ่งเป็นรายงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย และเว็บไซต์ของบริษัทเนื่องจากในปัจจุบันระบบอินเทอร์เน็ตเป็นระบบที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และสะดวกต่อการสืบค้น อีกทั้งแหล่งข้อมูลสาธารณะที่สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) จะพิจารณาการเปิดเผย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะ ระดับ และความแตกต่างของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในรายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัท
2. เพื่อศึกษาลักษณะ ระดับ และความแตกต่างของการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ในรายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัท
3. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัท

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย ในการอธิบายถึงความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียการเปิดเผยข้อมูลต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อให้บริษัททั้งที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการนำความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเพิ่มความยั่งยืนกิจการ อีกทั้งการทดสอบอิทธิพลการเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ให้ผู้ใช้ข้อมูลทั้งผู้มีส่วนได้เสียสามารถใช้ข้อมูลจากเรื่องดังกล่าวมาประกอบในการพิจารณาหรือตัดสินใจลงทุนว่าบริษัทนั้นได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นการสร้างความยั่งยืนให้แก่บริษัท

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) พิจารณานโยบายการดำเนินงานองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ซึ่งต้องตอบสนองความต้องการ ความสนใจ ของผู้มีส่วนได้เสีย (อนันตชัย ยูประถม, 2550) โดย Freeman (1984) ได้อธิบายแนวคิดของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ว่าเป็นทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการองค์กรและจริยธรรมธุรกิจที่เน้นคุณธรรมและค่านิยมในการบริหารจัดการองค์กร ในอดีตองค์กรต้องมีความสามารถในการแข่งขัน หรือ การลดต้นทุน เพื่อให้องค์กรมีผลกำไรสูงสุด และประสบผลสำเร็จ แต่ในปัจจุบันไม่เพียงพอต่อการดำเนินการ ดังนั้นการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียต่อผลลัพธ์ของการดำเนินการของบริษัท ไม่ว่าจะเป็น ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต คู่แข่ง หรือแม้กระทั่งชุมชน และรัฐบาล ที่เรียกว่า “ผู้มีส่วนได้เสีย” ซึ่งเป็นผู้ที่มีผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน และยังเป็นผู้ที่ให้การสนับสนุนในการประสบความสำเร็จของบริษัท เนื่องจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสีย จะช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ โดยทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียสามารถแบ่งได้ 2 แนวคิด คือ แนวคิดด้านจริยธรรม ethical (moral or normative) branch และแนวคิดด้านการจัดการ managerial (positive) branch (Gray et al, 1996) โดยการศึกษาในครั้งนี้ ใช้แนวคิดด้านการจัดการ managerial (positive) branch ที่ยืนยันว่าผู้จัดการของบริษัทพยายามที่จะตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่เฉพาะกลุ่มที่บริษัทมองว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน โดยบริษัทไม่ได้ต้องการเพียงแค่การแสวงหากำไรเพื่อให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน แต่บริษัทให้ความสำคัญ และรับผิดชอบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีอำนาจ โดยที่ผู้บริหารต้องพิจารณาความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จบริษัท (Gray et al, 2010) เพราะฉะนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงใช้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียที่มุ่งเน้นไปที่การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ โดยนำเสนอแนวคิด ดังนี้

การเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

บทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแล หมายถึง ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงิน และความยั่งยืนของกิจการ ดังนั้นบริษัทควรที่จะเปิดเผยข้อมูลเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เพื่อให้บริษัทประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืน สำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ซึ่งถือเป็นตลาดทุนขนาดใหญ่ที่จะต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย (กุลยา จันทะเดช, 2561) สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาหมวดบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามกรอบ ASEAN CG Scorecard 2018 เนื่องจากผู้มีส่วนได้เสียผลักดันให้บริษัทเปิดเผยข้อมูล และเพื่อให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขัน และเป็นที่ยอมรับในสายตาของผู้มีส่วนได้เสียต่างๆที่เกี่ยวข้อง และต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทจึงควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย เพราะความสัมพันธ์ ระหว่างบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม

การบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Accounting) เป็นบัญชีอีกหนึ่งแขนงที่นักบัญชีพัฒนาขึ้นเพื่อ เป็นแนวทางที่นำมาช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งนักบัญชีทั่วโลกให้ความสนใจ และมีความต้องการที่จะนำไปปฏิบัติใช้ให้เหมือนกับหลักการบัญชีทั่วไปที่ใช้ใน

ปัจจุบัน โดยการบัญชีสิ่งแวดล้อมจะเป็นแนวทางที่จะช่วยให้บริษัทต่าง ๆ ได้ตระหนัก และเห็นถึงความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงถึงบทบาทและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่ควรจะมีปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูล (คิลปะพร ศรีจันเพชร, 2552) การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมยังเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ที่ใช้งบการเงินสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้แม่นยำมากขึ้น (สมชาย สุภัทรกุล, 2544) และในท่ามกลางความเคลื่อนไหวต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่ถูกให้ความสนใจตลอดจนการนำมาใช้ซึ่งมาตรฐานระหว่างประเทศ ISO หรือการรายงานเพื่อความยั่งยืน (Global Reporting Initiative หรือ GRI) (Visser ,2008) โดยสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของ GRI ซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ทั่วโลกใช้กันอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดแรงผลักดันและกระตุ้นให้ธุรกิจต่าง ๆ มีการจัดการและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกรอบการเปิดเผยข้อมูลตามหลัก GRI standards ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อเดือนกรกฎาคม

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย กัญพร ธีรเวคิน และคณะ (2560) พบว่า การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสำคัญมากและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดการกิจการเพื่อสังคม บริษัทจะประสบความสำเร็จได้ต้องสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียโดยต้องสร้างคุณค่าด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นกมล สีนางหว้า และ ฐิตาภรณ์ สีนจรรุณศักดิ์ (2560) ที่พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบเชิงบวกต่อความยั่งยืนของ และงานวิจัยของณัฐา ฉางชูโต (2559) พบว่าบริษัทสร้างกลยุทธ์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสาร เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับแบรนด์ เพื่อสร้างความรู้จัก และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอย่างยั่งยืน สำหรับงานวิจัยในอดีตในต่างประเทศของ Arshad et al. (2012) พบว่าการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สำคัญในการสร้างชื่อเสียงและผลการดำเนินงานที่ดีเลิศให้กับบริษัท เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Bayoud et al. (2012) พบว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทสร้างความผูกพันให้กับพนักงานทำให้พนักงานตระหนักถึงศีลธรรมและมีแรงจูงใจเพิ่มมากขึ้น และงานวิจัยของ Huang and Kung (2010) แสดงให้เห็นว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมได้รับผลกระทบอย่างมากจากความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย โดยผู้มีส่วนได้เสียที่หนึ่งเจียบเช่น องค์กรสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลอย่างมากต่อบริษัทเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายในเช่นผู้ถือหุ้นและพนักงานเป็นผู้ที่สร้างความกดดันเพิ่มเติมให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามงานวิจัยของบูรณภพ สมเศรษฐ์ และคณะ (2556) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมที่บริษัทแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการจ้างงานและด้านชุมชนกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ นอกจากนี้ผลการศึกษาของ Newson and Deegan (2002) บริษัทไม่ได้คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม แต่สนใจเฉพาะผู้ถือหุ้น ดังนั้นบริษัทควรมีการพิจารณาเกี่ยวกับการเปิดเผยเกี่ยวกับการพนักงาน เพื่อให้ตรงกับความคาดหวังต่อผู้มีส่วนได้เสียมากที่สุด

การศึกษาในครั้งนี้ทำการศึกษาสื่อ 2 ชนิด คือ รายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อศึกษาความแตกต่างของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม โดยผู้มีส่วนได้เสียบางประเภท จำเป็นต้องหาข้อมูลจากรายงานประจำปี เนื่องจากเป็นรายงานที่น่าเชื่อถือ แต่ในบางกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต้องการข้อมูลที่ไม่ใช่การเงิน หรือเป็นข้อมูลที่เข้าถึงง่าย สะดวก และรวดเร็วในเว็บไซต์ แต่อย่างไรก็ตามในบางประเทศที่กำลังพัฒนาที่ระบบอินเทอร์เน็ตไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากผู้มีส่วนได้เสียบางกลุ่มขาดการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Sobhani et al., 2012) อีกทั้งบริษัทในประเทศไทยไม่ได้สำรวจว่ามีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมในเว็บไซต์ การขาดข้อมูลเกี่ยวกับ

การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมในเว็บไซต์ของบริษัท (Suttipun and Stanton, 2012) จึงเป็นปัญหาในการศึกษาในครั้งนี้อีกด้วย ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และความสำเร็จอย่างยั่งยืน (กันยพร ชีรเวคิน และคณะ, 2560) จากการศึกษาจึงตั้งสมมติฐานว่า

H1 : การเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปี

H2 : การเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในเว็บไซต์

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 619 บริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง จำนวน 193 บริษัท ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรม 3 กลุ่ม และ 1 หมวดธุรกิจ ประกอบด้วย กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มทรัพยากร กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และหมวดธุรกิจวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือที่ใช้คือการตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยมีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามเกณฑ์การให้คะแนนของ CGR เพื่อใช้เป็นแบบในการเก็บข้อมูลของบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย และแนวคิดกระดาษทำการการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมโดยอ้างอิงจากรายงาน Global Reporting Initiatives ฉบับ GRI Standards นำมาประยุกต์ในการจัดทำแบบเก็บข้อมูลเพื่อให้เข้ากับบริบทของการศึกษา สำหรับสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้การวิเคราะห์ Paired sample T-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มีสมการดังนี้

$$\text{Model 1: } ED_{ar} = \beta_0 + \beta_1 \text{ Role}_{ar} + \beta_2 \text{ AGE} + \beta_3 \text{ SIZE} + \beta_4 \text{ D/E} + \beta_5 \text{ AUD} + \epsilon_i$$

$$\text{Model 2: } ED_{web} = \beta_0 + \beta_1 \text{ Role}_{web} + \beta_2 \text{ AGE} + \beta_3 \text{ SIZE} + \beta_4 \text{ D/E} + \beta_5 \text{ AUD} + \epsilon_i$$

โดยกำหนดให้

ED_{ar}	การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปี	AGE	อายุของกิจการ
ED_{web}	การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในเว็บไซต์	SIZE	ขนาดของกิจการ
Role_{ar}	การเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียในรายงานประจำปี	D/E	อัตราส่วนหนี้ต่อทุน
Role_{web}	การเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียในเว็บไซต์	AUD	ประเภทผู้สอบบัญชี

การวัดค่าตัวแปร

ตัวแปรอิสระ

การเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย ตรวจสอบรายการ (checklist) 26 คะแนน

ตัวแปรตาม

การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ตรวจสอบรายการ (checklist) 31 คะแนน

ตัวแปรควบคุม

อายุของกิจการ

ขนาดกิจการ

โครงสร้างเงินทุน

ประเภทผู้สอบบัญชี

นับตั้งแต่ปีที่ก่อตั้งบริษัทจนถึงปี พ.ศ 2561 เศษเดือนป็นขึ้น
สินทรัพย์รวม

อัตราส่วนของหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่
31 ธันวาคม 2561

1 แทน สำนักงานสอบบัญชี Big 4

0 แทน สำนักงานสอบบัญชีที่ไม่ใช่ Big 4

ผลการศึกษา

ตารางที่ 1

ระดับการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย และสิ่งแวดล้อมจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม/หมวดธุรกิจจากรายงานประจำปี และเว็บไซต์

อุตสาหกรรม/หมวดธุรกิจ	จำนวน	การเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย						การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม					
		รายงานประจำปี			เว็บไซต์			รายงานประจำปี			เว็บไซต์		
		Mean	SD	rank	Mean	SD	rank	Mean	SD	rank	Mean	SD	rank
กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	47	18.51	5.0114	3	5.56	6.3354	2	4.71	3.8797	3	0.37	1.5094	2
ธุรกิจการเกษตร	12	16.33	6.2170		4.63	6.1019		5	4.0676		0.08	0.2887	
อาหารและเครื่องดื่ม	35	19.26	4.3848		5.89	6.4683		4.62	3.8704		0.46	1.7144	
กลุ่มทรัพยากร	45	19.44	5.4556	2	8.40	5.7204	1	6.35	4.7691	2	1.27	3.1267	1
พลังงานและสาธารณูปโภค	43	19.88	4.8671		8.35	5.7668		6.24	4.8405		1.28	3.1879	
เหมืองแร่	2	10.00	11.3137		9.50	6.3640		9	0.0000		1.00	1.4142	
กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	81	16.70	5.6140	4	4.33	6.3811	3	3.76	3.7606	4	0.3	0.8272	3
กระดาษและวัสดุการพิมพ์	1	16.50	0.0000		0.00	0.0000		1	0.0000		0	0.0000	
บรรจุภัณฑ์	16	18.56	5.0592		2.31	4.0574		3.24	2.0165		0.29	0.7717	
ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์	16	17.25	5.3041		6.59	5.8115		4.47	3.8262		0.53	0.7174	
ยานยนต์	15	17.10	4.2097		5.37	7.8341		2.67	3.1436		0.06	0.2357	
วัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร	12	15.58	5.6441		3.58	6.4450		5.08	5.4842		0.08	0.2774	
เหล็ก	21	15.24	7.0509		4.05	7.0621		3.83	3.9855		0.46	1.2847	
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	20	19.98	3.9319	1	2.00	3.0950	4	6.48	4.6002	1	0.10	0.3008	4
ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง	20	19.98	3.9319		2.00	3.0950		6.48	4.6002		0.10	0.3008	
รวม	193	18.12			5.34			4.94			0.54		

ผลการวิจัยการเปิดเผยข้อมูลของบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย ตารางที่ 1 พบว่าในรายงานประจำปีมีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 18.12 คะแนน หมวดธุรกิจวัสดุก่อสร้างมีระดับการเปิดเผยมากที่สุด สำหรับเว็บไซต์มีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 5.34 คะแนน กลุ่มทรัพยากรมีระดับการเปิดเผยมากที่สุด

และผลการวิจัยพบว่าการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม รายงานประจำปีมีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 คะแนน หมวดธุรกิจวัสดุก่อสร้างมีระดับการเปิดเผยมากที่สุด มีคะแนนการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมเฉลี่ย 6.48 คะแนน

สำหรับเว็บไซต์มีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 0.54 คะแนน กลุ่มทรัพยากรมีระดับการเปิดเผยมากที่สุด คะแนนการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมเฉลี่ย 1.27 คะแนนดังตารางที่ 2

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ระหว่างรายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัท ดังแสดงในตารางที่ 2 พบว่า มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 หมายความว่า การเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ในรายงานประจำปีสูงกว่าในรายงานเว็บไซต์ของบริษัท

ตารางที่ 2

ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย และการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม

หัวข้อการเปิดเผยข้อมูล	รายงานประจำปี			เว็บไซต์			Sig.
	Min	Max	Mean	Max	Min	Mean	
ตัวแปรต้น							
บทบาทผู้มีส่วนได้เสีย (26 คะแนน)	2	26	18.12	0	26	5.34	*0.000
ตัวแปรตาม							
หมวดวัสดุ (3 คะแนน)	0	3	0.62	0	2	0.02	*0.000
หมวดพลังงาน (4 คะแนน)	0	4	0.96	0	4	0.09	*0.000
หมวดน้ำ (5 คะแนน)	0	5	0.78	0	4	0.08	*0.000
หมวดความหลากหลายทางชีวภาพ (4 คะแนน)	0	4	0.93	0	4	0.16	*0.000
หมวด การปล่อยก๊าซ (7 คะแนน)	0	6	0.48	0	7	0.11	*0.000
หมวดน้ำทิ้งและของเสีย (5 คะแนน)	0	4	0.31	0	1	0.04	*0.000
หมวดความร่วมมือ (1 คะแนน)	0	1	0.20	0	0	0.00	*0.000
หมวดการประเมินสิ่งแวดล้อมของผู้จัดจำหน่าย (2 คะแนน)	0	2	0.66	0	2	0.04	*0.000
รวม			4.94			0.54	

ตารางที่ 3

ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8
1.การเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย(AR)	1	.282**	.418**	.209**	.033	.133	-.120	.171*
2.การเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย(web)		1	.232**	.423**	-.191**	.209**	-.047	.196**
3.การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม(AR)			1	.224**	-.017	.236**	.015	.161*
4.การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม(web)				1	-.070	.649**	-.010	.056
5.อายุ					1	-.019	-.055	-.085
6.สินทรัพย์รวม						1	.003	-.020
7.ความเสี่ยง							1	-.084
8.ผู้สอบบัญชี								1
VIF (model 1)	1.065				1.014	1.021	1.023	1.046
VIF (model 2)		1.130			1.046	1.050	1.013	1.053

หมายเหตุ n = 193 *p < .05: **p < .01

ตารางที่ 4

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

Model	Model 1		Model 2	
	t	Sig.	t	Sig.
(Constant)	1.099	.273	-2.234	.027
การเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย (รายงานประจำปี)	5.765	.000**		
การเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสีย (เว็บไซต์)			5.846	.000**
อายุของกิจการ	-.207	.759	1.829	.069
ขนาดของกิจการ	2.851	.005*	11.067	.000**
โครงสร้างเงินทุน	1.083	.280	.168	.867
ประเภทผู้สอบบัญชี	1.619	.107	.387	.699
F test		10.694**		39.903**
R Square		.222		.516
Adjusted R Square		.202		.503

** p < 0.001 , * p < 0.01

จากตารางที่ 3 แสดงการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation พบว่า Multicollinearity ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า VIF มี ค่าอยู่ระหว่าง 1.013 ถึง 1.130 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ตามตารางที่ 4 เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ (Regression Coefficients) หรือค่าอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม

การอภิปรายผล

ลักษณะ ระดับ และความแตกต่างการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

จากการศึกษาพบว่าในรายงานประจำปีมีการเปิดเผยข้อมูลของบทบาทผู้มีส่วนได้เสียเฉลี่ยเท่ากับ 18.12 หมวดธุรกิจวัสดุก่อสร้างมีระดับการเปิดเผยมากที่สุดโดยบริษัทส่วนใหญ่ในความสำคัญกับการเปิดเผยเกี่ยวกับสังคม ในหัวข้อบริษัทได้จัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่คิดเป็นร้อยละ 95.71 ซึ่งเป็นไปตามผลการศึกษาของ Goddard (2004) พบว่าบริษัทในฐานะที่เป็นพลเมืองดีของสังคมจะเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียเห็นถึงความรับผิดชอบต่อบริษัทต่อสิ่งแวดล้อม

สำหรับเว็บไซต์มีการเปิดเผยข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 5.34 คะแนน กลุ่มทรัพยากรมีระดับการเปิดเผยมากที่สุด โดยบริษัทส่วนใหญ่ในความสำคัญกับการเปิดเผยเกี่ยวกับชุมชน ในหัวข้อคณะกรรมการได้จัดกิจกรรมหรือเข้าไปมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนหรือไม่ อย่างไรก็ตามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.33 บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในลักษณะเป็นผู้บุกเบิกโครงการชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน (Kraisornsuthasinee and Swierczek, 2006)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีเปิดเผยข้อมูลบทบาทผู้มีส่วนได้เสียสูง เนื่องจากบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต้องประเมินคะแนนการกำกับดูแลกิจการจากแบบการประเมิน CGR โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยบริษัทส่วนใหญ่เปิดเผยในรายงานประจำปี เนื่องจากเป็นแหล่งที่ถูกต้องตามกฎหมาย และจากผลการศึกษารัฐที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียที่สูงกว่าและมีความครบถ้วนของข้อมูลมากกว่าในเว็บไซต์ของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sobhani et al. (2012) ที่สนับสนุนว่า ผู้ใช้ข้อมูลไม่ได้ใช้ประโยชน์จากการรายงานทางอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มที่ เนื่องจากการขาดการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต และ Jose and Lee (2007) พบว่าบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมในเว็บไซต์ยังมีการปริมาณไม่มากนัก

ลักษณะ ระดับ และความแตกต่างการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม

จากผลการศึกษาพบว่าการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีคะแนนรวมทั้งหมด 31 คะแนน โดยในรายงานประจำปีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 คะแนน โดยกลุ่มทรัพยากรมีระดับการเปิดเผยข้อมูลสูงสุด และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมมีระดับการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมต่ำที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิไลวรรณ พันธุ์เพ็ง (2558)

สำหรับในเว็บไซต์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.52 คะแนน โดยกลุ่มทรัพยากรมีระดับการเปิดเผยข้อมูลสูงสุด และหมวดธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีระดับการเปิดเผยข้อมูลต่ำที่สุด (Suttipun and Stanton, 2012)

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูงเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปีสูงกว่าเว็บไซต์ เนื่องจากในปี พ.ศ. 2556 ก.ล.ต. ได้ปรับปรุงหลักเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในเอกสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 เป็นต้นไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต

ของวิภา จงรัชต์ชัย (2559) พบว่าบริษัทในประเทศไทยส่วนใหญ่มีระดับการรายงานข้อมูลสิ่งแวดล้อมตามกรอบของ GRI เฉลี่ยไม่เกิน 10%

ผลการทดสอบอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมทั้งในรายงานประจำปี และเว็บไซต์

ผลการศึกษาในโมเดลที่ 1 และโมเดลที่ 2 พบว่าบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมทั้งในรายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยเฉพาะ ผู้มีส่วนได้เสียด้านสังคม และชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลินี สายก้อน และณัฐนันท์ ฐิตยาปราโมทย์ (2560) พบว่าการมีกิจกรรมร่วมกันระหว่างบริษัท และชุมชน จะทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ และงานวิจัยของ ณัฐา ฉางชูโต (2559) พบว่าการจัดกิจกรรมโครงการเพื่อสังคมและชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาพลักษณ์ของบริษัท อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang and Kung (2010) ที่พบว่า องค์กรสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมมากสำหรับผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย แนวทางผู้มีส่วนได้เสียสำหรับการจัดการที่สนับสนุนว่าผู้บริหารต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสียที่มีพลังในการกดดันให้บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม อีกทั้งมีอิทธิพลอย่างมากต่อบริษัทอีกด้วย นอกจากนี้ขนาดของบริษัทมีผลเชิงบวกต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ ขนาดบริษัทใหญ่มีผลการเปิดเผยข้อมูลมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก (สุนีย์ วัฒนนะ, 2556) อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ไม่พบอิทธิพลของอายุกิจการ โครงสร้างเงินทุน และประเภทผู้สอบบัญชีต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมจากสื่ออื่น ๆ ของบริษัท รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น หรือขยายขอบเขตการศึกษาในการเปรียบเทียบข้อมูลบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI หรือเปรียบเทียบในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อให้เห็นความแตกต่างของการเปิดเผยข้อมูลของประเทศต่างๆในอาเซียน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สนับสนุนทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียมุมมองด้านการจัดการ และเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่ม สำหรับทางปฏิบัติ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือมีได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการนำความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเพิ่มความยั่งยืน นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าแบบเก็บข้อมูลบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและแบบเก็บข้อมูลสิ่งแวดล้อมที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษานี้ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการศึกษาที่เกี่ยวข้องในอนาคตได้

เอกสารอ้างอิง

- กันยพร ธีรเวคิน และคณะ. (2560). กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับประสิทธิผลการบริหารจัดการกิจการเพื่อสังคม ด้านอุตสาหกรรมอาหารอินทรีย์ในประเทศไทย. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 6(2), 1-12.
- ชินกมล สีนบางหว้า และฐิตาภรณ์ สีนจรรยาศักดิ์. (2560). ผลกระทบของการบัญชีสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 6(1), 161-168.
- ณัฐา ฉางชูโต. (2559). การวิเคราะห์ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสื่อสารแบรนด์. *วารสาร พฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*. 8(2), 93-114.
- ธีรพร ทองชะโชค และอาคม ใจแก้ว. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*. 30(1), 23-51.
- บูรณภาพ สมเศรษฐ์ และคณะ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม และผลการดำเนินงานด้านการเงิน. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 9(24), 35-58.
- พีไลวรรณ พันธุ์เพ็ง. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*. 1(1), 79-90.
- มาลินี สายก้อน และณัฐนันท์ ฐิตยาปราโมทย์. (2560). ผลกระทบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลบัญชีสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่ได้การรับรอง ISO 14001 ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. 12(2), 78-101
- วิภา จงรักษ์สิทธิ์. (2559). *การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย. วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 8(15), 128-144
- सानิตย์ หนูนิล. (2561). การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. *วารสารนักบริหาร Executive Journal*. 38(1), 37-45.
- สิรินาฏ นาคเลิศ และมัทนชัย สุทธิพันธ์. (2559). ศึกษาอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการต่อการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารจุฬาลงกรณ์ปริทัศน์*, 38(149), 1-37.
- Arshad, R., Othman, s. And Othman, R. (2012). Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation*, 6(4), 643-647.
- Bayoud, N.S et al. (2012). An Empirical Study of the Relationship between Corporate Social Responsibility Disclosure and Organizational Performance: Evidence from Libya. *International Journal of Management and Marketing Research*, 5(3), 69-82.
- Goddard, T. (2004). Corporate citizenship: Australian corporate attitudes towards stakeholder engagement. *Journal of New Business Ideas and Trends*. 2(2), 12-28.
- Huang, C.L. and Kung, F.H. (2010). Drivers of Environmental Disclosure and Stakeholder Expectation: Evidence from Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 435-451.

- Jose, A. and Lee, S. (2007). Environmental Reporting of Global Corporations: A Content Analysis based on Website. *Disclosures Journal of Business Ethics*. 307–321.
- Kraisornsuthasinee, S. & Swierczek, F. W. (2006). Interpretations of CSR in Thai companies. *The Journal of Corporate Citizenship*. 22, 53-65.
- Newson, M. and Deegan, C. (2002). Global expectations and their association with corporate social disclosure practices in Australia, Singapore, and South Korea *The International Journal of Accounting*. 37, 183–21
- Sobhani, I et al. (2012). Sustainability disclosure in annual reports and websites: a study of the banking industry in Bangladesh. *Journal of Cleaner Production*, 23(1), 75-85
- Spitzeck, H. and Hansen, G.E. (2010). Stakeholder Governance: How Stakeholders Influence Corporate Decision Making. *International Journal of Business in Society*. 10(4). 378-391.
- Suttipun, M. and Stanton, P. (2012). The Differences in Corporate Environmental Disclosures on Websites and in Annual Reports: A Case Study of Companies Listed in Thailand. *International Journal of Business and Management*. 7(14), 18-31.

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100)

The Relationship between CEO Characteristics with Sustainable Development Reporting at Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand (SET 100)

กฤติกา โพธิ์แก้ว

Kritika Pokeaw¹

กุลวดี ลิ้มอุสันโน

Kulwadee Limusanno²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100 ที่ถูกคำนวณในดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ที่ได้รวบรวมไว้ ระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2557-2561 กลุ่มตัวอย่างที่ได้ในแต่ละปีซึ่งมีข้อมูลครบทั้ง 5 ปี ปีละ 42 บริษัท รวมจำนวน 210 ปีบริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารสูงสุดเพศชายและได้มีการควบตำแหน่ง คือ ดำรงตำแหน่งทั้งเป็น ผู้บริหารสูงสุดและประธานบริหาร และบริษัทมีส่วนหนี้สินต่อทุนและกำไรสุทธิสูง ส่งผลให้มีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนลดลงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญ แต่ถ้าบริษัทมีผู้บริหารสูงสุดที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไปและมีอายุมาก จะส่งผลให้มีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นไปในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: การพัฒนาอย่างยั่งยืน การรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน คุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุด

Abstract

The objectives of this research were to study the CEO characteristics and disclosure of sustainable development reports of public companies listed in the Stock Exchange of Thailand (SET100) and conduct test on correlations between characteristics of chief executives and disclosure of sustainable development reports of public companies listed in the Stock Exchange of Thailand (SET100). The sample group was

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kritika.gay7446@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kulwadee.l@psu.ac.th

selected from public companies listed in SET100 throughout 5 years from 2014 and 2018. There were 42 companies each year and the tally were 210 companies. The correlation analysis, descriptive statistic analysis and multiple regression analysis were applied for data analysis. The results proved that chief executives were male and they were both chief executives as well as managing directors. Companies with high debt to equity (D/E) ratios and net profit resulting in less sustainable development report disclosure had significant positive correlation with sustainable development report disclosure. On the other hand, companies with chief executives having education background equal to or higher than master degree and that older are tended to disclose sustainable development report that are significantly positive.

Keywords: Sustainable Development, Sustainable Development Reporting, CEO Characteristics

บทนำ

ในประเทศไทยนอกจากมีรายงานทางการเงินที่รายงานข้อมูลออกมาเป็นตัวเลขแล้วยังต้องมีการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนเพิ่มขึ้นอีกด้วย การรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนของบริษัทยังเป็นเพียงบางบริษัทเท่านั้นส่วนมากจะเป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่ที่จะเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนซึ่งยังไม่ได้มีกฎข้อบังคับให้ดำเนินการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาได้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาย่างยั่งยืนมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปทำให้รายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนเกิดขึ้น สามารถสะท้อนถึงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านตัวชี้วัดที่ไม่ใช่ทางการเงิน

ดังนั้นแต่ละองค์กรจึงมีการคัดผู้บริหารสูงสุดที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมในการเข้ามาบริหารองค์ให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนในอนาคต ด้วยเหตุนี้บทบาทของผู้บริหารสูงสุดจึงมีความสำคัญมากต่อการบริหารงานของบริษัทและคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดทั้งในด้านการศึกษา เพศ อายุ ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งล้วนส่งผลต่อการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน (Soheilyfar et al., 2014) การตัดสินใจของผู้บริหารที่มุ่งมั่นเน้นแต่กำไร ทุกฝ่ายเห็นถึงการมีระบบกำกับดูแลที่ดีและผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการตัดสินใจของท่านเหล่านั้นไม่ได้มีผลกระทบต่อธุรกิจของตน แต่ยังคงส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมากตลอดถึงเศรษฐกิจของประเทศด้วย (Khoshbakht and Mohammadzadeh Salteh, 2011) จากทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเป็นที่นิยมใช้ เพราะสามารถผลักดันผลการดำเนินงานเพื่อจัดการสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปอย่างยั่งยืน (Wang, 2017) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเป็นองค์ประกอบที่สำคัญขององค์กรซึ่งจะเป็นเหมือนตัวเชื่อมโยงในการสื่อสารการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทราบถึงผลการดำเนินงานผู้มีส่วนได้เสียสามารถที่จะรับรู้ข้อมูลการดำเนินงานขององค์กรได้จากการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน (Donaldson & Davis, 1991) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียกล่าวว่าผู้มีส่วนได้เสียเป็นกลุ่มที่อาจได้รับผลกระทบหรือส่งผลกระทบต่อองค์กรและทฤษฎีนี้เป็นพื้นฐานที่

สำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน (อาจารย์ ประจวบเหมาะ ประยงค์ มีใจชื้อ ชาคริต สุกุณิสริยาภรณ์ และศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์ศิริณ, 2561)

จากงานวิจัยในอดีต การศึกษาในอดีตศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากการรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมีกฎหมายบังคับใช้ให้มีการเปิดเผยการรายงานหรือเรียกอีกอย่างว่า รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มีการเปิดเผยทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อม ยังไม่ได้มีกฎข้อบังคับตามกฎหมาย ประเทศไทยได้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศโดยการใช้หลักการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นจะคำนึงถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดใช้ให้คุ้มค่าที่สุด Sajadi (2009) ในยุคปัจจุบันการดำเนินงานขององค์กรต่างๆ มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงในการดำเนินงาน ที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรได้ทราบผลการดำเนินงานที่ดี และสามารถใช้ในการเปิดเผยรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ประกอบการตัดสินใจที่จะลงทุนในการพิจารณาในแต่ละบริษัทต่อไป

วัตถุประสงค์

(1) ศึกษาการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) (2) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100)

ประโยชน์จากการนำไปใช้ คือ เพื่อเป็นแนวทางผู้ใช้งบการเงินมองเห็นศักยภาพของผู้บริหารสูงสุดว่ามีผลต่อการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำให้บริษัทมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดีหรือไม่ เป็นเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจลงทุนได้และคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดแบบใดที่มีผลต่อการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่ามีปริมาณการเปิดเผยมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริหารสูงสุดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรตระหนักถึงความสำคัญในการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน และลดความเสี่ยงเพื่อให้องค์กรดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ส่วนประโยชน์เชิงทฤษฎี คือ เพื่อทดสอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่สามารถใช้ได้จริงกับบริษัททั้งที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และเป็นฐานข้อมูลให้กับผู้สนใจศึกษาและวิจัยสามารถนำไปขยายขอบเขตของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ในอนาคต

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

การรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Reporting)

การรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคมด้านสิ่งแวดล้อมและด้านเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร ซึ่งการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะเป็นการรายงานเชิงปริมาณ บ่งบอกถึงค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การป้องกันการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีความสำคัญที่สามารถเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับธุรกิจและเป็นปัจจัยกระตุ้นที่สำคัญทำให้แนวคิดการลงทุนอย่างยั่งยืนมีความแพร่หลายมากขึ้นนอกจากนี้รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างโอกาสที่ดีในการดำเนินงานจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถทราบถึงข้อมูลผลการดำเนินงานทั้งด้านสังคม

เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมขององค์กรได้ โดยมีตัวชี้วัดที่ใช้ในการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนคือ Global Reporting Initiative (GRI) ตัวชี้วัด GRI มีกลุ่มเป้าหมายหลักก็คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม วิธีการจะมีทั้งการรายงานผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance) และการรายงานผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงิน (Non-Financial Performance)

คุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุด (CEO Characteristics)

ผู้บริหารสูงสุดเพศชายและเพศหญิง มีความแตกต่างกัน ถ้าในด้านของความเป็นผู้นำ ความสามารถในการตัดสินใจ การยอมรับความเสี่ยง ผู้บริหารสูงสุดเพศชายจะสามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าผู้บริหารสูงสุดที่เป็นเพศหญิงอาจเนื่องจากผู้บริหารสูงสุดที่เป็นเพศหญิงจะรับรู้ประสิทธิภาพและความสามารถต่ำลง การศึกษา อายุและระยะเวลาจากการดำรงตำแหน่ง **ผู้บริหารสูงสุด** ระยะเวลาจากการที่เคยดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารสูงสุดมาก่อนก็ยิ่งทำให้มีการคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดซึ่งอาจล่าช้าต่อการตัดสินใจในบางเรื่องที่มีเวลาในการตัดสินใจน้อยและการศึกษาของผู้บริหารสูงสุดการศึกษาอยู่ในระดับสูงขึ้นไปทำให้กล้าตัดสินใจและยอมรับความเสี่ยงได้มากขึ้น Serfling (2014) ผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุน้อยกว่าจะมีความคิดแบบกล้าได้กล้าเสีย กล้าที่จะตัดสินใจลงทุนในองค์กรของตนและทำให้องค์กรมีโอกาสเติบโตขึ้น มากกว่าผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุมากกว่าซึ่งไม่กล้าเสี่ยงในการตัดสินใจลงทุนและโอกาสขององค์กรจะเติบโตช้า การควบตำแหน่งของผู้บริหารสูงสุด Daily and Dalton (1993) เนื่องจากบริษัทที่มีประธานและผู้บริหารสูงสุดที่ควบตำแหน่งเป็นบุคคลคนเดียวกันทำให้มีการตรวจสอบได้ยาก ง่ายต่อการทุจริตเพราะไม่มีผู้คัดค้านในการตัดสินใจต่างๆที่ผลการดำเนินงานทางการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวกับเงิน

การพัฒนาสมมติฐานการศึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน มีดังนี้

Huse and Solberg (2006) แย้งว่าผู้บริหารสูงสุดเพศหญิงมีความสนใจในการเปิดเผยการรายงานโดยสมัครใจมากกว่าผู้บริหารสูงสุดเพศชาย เป็นเพราะผู้บริหารสูงสุดเพศหญิงมีความละเอียดรอบคอบ ให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยการรายงานที่มากกว่า ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1: ผู้บริหารสูงสุดเพศชายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน

Finkelstein et al., (2009) ยืนยันว่าผู้บริหารสูงสุดที่จบการศึกษาระดับปริญญาโททางด้านบริหารธุรกิจมีแนวโน้มถึงการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทมากกว่าผู้บริหารสูงสุดที่ไม่ได้จบการศึกษาในระดับปริญญาโท Bansal and Clelland (2004) ยอมรับเช่นกันว่าผู้บริหารสูงสุดที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจ ให้ความใส่ใจในการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจเนื่องจากเห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลทำให้บริษัทมีชื่อเสียงไปในทางที่ดี และงานวิจัยของ Slater & Dixon-Fowler (2010) พบว่าบริษัทต่างๆ ที่มีการบริหารงานโดยผู้บริหารสูงสุดที่จบปริญญาโททางด้านบริหารธุรกิจ มีผลต่อการเปิดเผยการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทเช่นกันเป็นเพราะผู้บริหารที่จบปริญญาโทมีการคิดวิเคราะห์ถึงการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนในอนาคตจึงมองว่าการเปิดเผยการรายงานทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทได้รับรู้ข้อมูลของบริษัทและสามารถตัดสินใจลงทุนกับบริษัทต่อไป ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H2: ผู้บริหารสูงสุดที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน

Ng & Sears (2012) พบว่าผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุมากใกล้จะเกษียณ มีความกดดันต่ำในการเร่งทำกำไรให้บริษัท จึงทำให้หันมาสนใจการลงทุนในการเปิดเผยการรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น Barnett & Karson (1989) จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นจากผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุมากกว่าผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุน้อยกว่า เนื่องจากต้องการความมั่นคงให้กับบริษัทในระยะยาวและทำให้ผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุมากต้องการเปิดเผยการรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H3: อายุของผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน
Grassa and Chakroun (2016) เห็นด้วยว่า การดำรงตำแหน่งของผู้บริหารสูงสุด ที่ดำรงตำแหน่งมายาวนาน สามารถปรับปรุงคุณภาพของข้อมูลที่มีการเปิดเผยในรายงานประจำปี ให้มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ การเปิดเผยการรายงานมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นตามระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H4: ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน

Tang (2016) พบว่า เมื่อบริษัทมีผู้บริหารสูงสุดและประธานบริษัทที่ควบตำแหน่งกัน การที่จะรับผิดชอบต่อทั้งสองหน้าที่ในบุคคล คนเดียวกัน ส่งผลกระทบถึงการเปิดเผยการรายงานโดยสมัครใจ อาจไม่ถูกต้องเนื่องจากการทำทั้งสองหน้าที่ไม่มีคนตรวจตราความถูกต้องและคุณภาพการเปิดเผยการรายงานก็แย่ง Gul & Leung (2004) พบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างการควบตำแหน่งกับระดับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจในมาเลเซีย เนื่องจากในมาเลเซีย ไม่มีกฎข้อบังคับในการควบตำแหน่งหรือแยกตำแหน่งของผู้บริหารสูงสุด จึงทำให้การควบตำแหน่งไม่มีความเป็นอิสระออกจากกัน จึงพบว่าผู้บริหารสูงสุดกับประธานบริษัท มีการแยกตำแหน่งกัน ทำให้การเปิดเผยการรายงานโดยสมัครใจมีความโปร่งใสมากขึ้นและทำให้มีการเปิดเผยข้อมูลมากขึ้น

H5: ผู้บริหารที่มีการควบตำแหน่งมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน
ความเสี่ยงของกิจการวัดจากอัตราหนี้สินต่อทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเปิดเผยการรายงานอย่างมีนัยสำคัญ เป็นเพราะว่าบริษัทต้องมีการสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทในด้านการชำระหนี้ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของบริษัทและผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H6: ความเสี่ยงของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน
จตุพร กุมทอง (2551) แย้งว่ากำไรสุทธิมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยการรายงานประจำปี ซึ่งพบว่าบริษัทที่มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นก็ได้ทำให้มีการเปิดเผยการรายงานประจำปีของบริษัทเพิ่มขึ้นตามอาจเปิดเผยการรายงานประจำปีเนื่องจากมีข้อกำหนดให้มีการเปิดเผยต่อสาธารณะเท่านั้น ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H7: กำไรสุทธิมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรจากการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มดัชนี SET100 ที่ถูกคำนวณในดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ที่ได้รวบรวมไว้ ระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2561 กลุ่มประชากรที่ได้ในแต่ละปีซึ่งมีข้อมูลครบทั้ง 5 ปี ปีละ 42 บริษัท รวมจำนวน 210 บริษัท โดยมีเงื่อนไขว่า ในการศึกษารายชื่อบริษัทจะอยู่ในกลุ่มดัชนี SET 100 และแยกเป็น 8 กลุ่มอุตสาหกรรม คือ กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มบริการ กลุ่มทรัพยากร กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม ได้รวบรวมกลุ่มธุรกิจการเงินไว้ด้วยเช่นกันเนื่องจากมีข้อมูลครบถ้วนทั้ง 5 ปีที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2557-2561 และมีแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี แบบ56-1 และรายงานประจำปี แบบรายงาน 56-2 ครบถ้วนตลอดระยะเวลาทั้ง 5 ปี ดังนั้น ประชากรจากการศึกษาครั้งนี้ จากเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ ทำให้มีกลุ่มตัวอย่างของประชากรทั้งหมด ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 42 บริษัท เท่านั้น สำหรับสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยแสดงด้วยความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ใช้การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Panel data analysis

การทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัย ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model) ซึ่งมีสมการดังนี้

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \epsilon$$

โดยที่ Y = การรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

X₁ = เพศของผู้บริหารสูงสุด

X₂ = ระดับการศึกษาผู้บริหารสูงสุด

X₃ = อายุผู้บริหารสูงสุด

X₄ = ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง

X₅ = การควบตำแหน่ง

X₆ = ความเสี่ยงของกิจการ

X₇ = กำไรสุทธิ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) ของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1 ตารางที่ 2 และตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 1

แสดงปริมาณการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ทั้ง 210 ปีบริษัท

การเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านเศรษฐกิจ	2.00	7.00	3.73	1.13
ด้านสังคม	2.00	13.00	6.67	1.91
การเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านสิ่งแวดล้อม	3.00	22.00	6.83	5.29
รวม 3 ด้าน	5.00	35.00	17.22	6.01

จากตารางที่ 1 มีการเปิดเผยด้านเศรษฐกิจ เฉลี่ย 3.73 หัวข้อ ด้านสังคมเฉลี่ย 6.67 หัวข้อ ด้านสิ่งแวดล้อม เฉลี่ย 6.83 หัวข้อ รวม 3 ด้าน คือ การเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน 17.22 หัวข้อ

ตารางที่ 2

แสดงจำนวน คำร้อยละตามกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ครบทั้ง 5 ปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2557 – 2561

กลุ่มอุตสาหกรรม	บริษัทที่เปิดเผยการรายงาน (ปีบริษัท)	
	จำนวน	ร้อยละ
เทคโนโลยี	30	14.29
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	5	2.38
บริการ	25	11.90
ทรัพยากร	45	21.43
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	60	28.57
ธุรกิจการเงิน	35	16.67
สินค้าอุปโภคบริโภค	0	0
สินค้าอุตสาหกรรม	10	4.76
รวม	210	100

ตารางที่ 3

แสดงสถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุด

ตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable)			
ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ	
เพศของผู้บริหารสูงสุด			
- เพศหญิง	9	4.30	
- เพศชาย	201	95.70	
ระดับการศึกษาของผู้บริหารสูงสุด			
- ต่ำกว่าปริญญาโท	64	30.50	
- ปริญญาโทขึ้นไป	146	69.50	
การควบตำแหน่ง			

ตารางที่ 3

แสดงสถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุด (ต่อ)

ตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable)				
ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ		
-แยกตำแหน่งประธานกับผู้บริหารสูงสุด	132	62.90		
-ควบทั้งสองตำแหน่ง	78	37.10		
คุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุด	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
อายุผู้บริหารสูงสุด (ปี)	41	96	61.22	9.03
ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง (ปี)	0	41	11.09	10.49

ตารางที่ 4

แสดงสถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับตัวแปรควบคุม

ตัวแปรควบคุม	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความเสี่ยงของกิจการ (หนี้สินต่อทุน)	0.04	12.14	2.42	2.63
กำไรสุทธิ (หน่วย:ล้านบาท)	-31,590.49	184,610.02	11,944.48	23,691.56

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) แสดงใน ตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5

แสดงการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตัวแปร (Variable)	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇
Y	1	-.126	.146*	-.014	-.064	-.185**	-.213**	-.257**
X ₁		1	.115	.217**	.024	.114	.066	.087
X ₂			1	-.142*	-.240**	-.219**	.185**	.183**
X ₃				1	.363**	.208**	.102	.133
X ₄					1	.235**	-.173*	-.178**
X ₅						1	-.158*	.116
X ₆							1	.155*
X ₇								1
VIF		1.089	1.182	1.328	1.330	1.180	1.123	1.156

จากตารางที่ 5 ตรวจสอบ Multicollinearity ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.089 ถึง 1.330 ซึ่งมิต้าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 6

ผลการทดสอบความถดถอยเชิงพหุแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100)

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.984	3.023		4.956	.000**
เพศของผู้บริหารสูงสุด	-3.897	1.930	-.132	-2.019	.045*
ระดับการศึกษาผู้บริหารสูงสุด	2.932	.885	.225	3.313	.001**
อายุผู้บริหารสูงสุด	.127	.048	.191	2.648	.009**
ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง	-.080	.041	-.139	-1.934	.055
การควบตำแหน่ง	-1.703	.842	-.137	-2.021	.045*
ความเสี่ยงของกิจการ	-.611	.151	-.268	-4.044	.000**
กำไรสุทธิ	-7.096	.000	-.280	-4.162	.000**
R Square					.210
Adjusted R Square					.183
F-Value (Sig)					7.675

*ระดับความมีนัยสำคัญที่ <math><0.05</math>, **ระดับความมีนัยสำคัญที่ <math><0.01</math>

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดและการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน พบค่า R Square มีค่าเท่ากับ 0.210 มีตัวแปรอิสระทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย เพศของผู้บริหารสูงสุด ระดับการศึกษาผู้บริหารสูงสุด อายุผู้บริหารสูงสุด ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง การควบตำแหน่ง และมีตัวแปรควบคุมคือ ความเสี่ยงของกิจการ และกำไรสุทธิ สามารถนำมาอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 21.10 และผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ได้แก่ ระดับการศึกษาผู้บริหารสูงสุดและอายุผู้บริหารสูงสุด ส่วนตัวแปรที่พบความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญกับการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ได้แก่ เพศของผู้บริหารสูงสุด การควบตำแหน่ง ความเสี่ยงของกิจการ และกำไรสุทธิ ส่วนระยะเวลาการดำรงตำแหน่งไม่พบความสัมพันธ์

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

บทสรุปผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ และอภิปรายผลการศึกษา กับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) ซึ่งจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปริมาณการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างและกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรจะมีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนมากตามลำดับ จะเน้นการเปิดเผยการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมมากที่สุดและด้านสังคมรองลงมา แต่จะมากกว่าการเปิดเผยการรายงานด้านเศรษฐกิจ

เนื่องจากการเปิดเผยการรายงานด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม มีกฎหมายบังคับให้มีการเปิดเผย ซึ่งเป็นการเปิดเผยการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะนำมาสู่รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลกษา พิงจิตต์ประไพ (2551) พบว่าบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคมในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร องค์กรที่มีการเปิดเผยการรายงานผลของการศึกษางานนี้ได้พบว่าประสิทธิภาพในการทำกำไรให้กับองค์กรและขนาดขององค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนในด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2561 การเปิดเผยรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้เปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมมีการเปิดเผยในหมวดพลังงานมากที่สุด รองลงมาด้านสังคมเปิดเผยในหมวดการฝึกอบรมและการศึกษา และด้านเศรษฐกิจเปิดเผยในหมวดประสิทธิภาพทางด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทนชัย สุทธิพันธุ์ (2555) พบว่าบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคมมากตามลำดับ บริษัทที่เปิดเผยข้อมูลในรายงานมีอิทธิพลจากผู้มีส่วนได้เสียเพื่อที่จะสามารถประเมินความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามที่กล่าวไว้ว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบในการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมสูงจะถูกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทกดดันให้มีการเปิดเผยการรายงานเพิ่มมากยิ่งขึ้น (Laan, 2009)

2. สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) ผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษายกตามสมมติฐาน ดังนี้ เพศของผู้บริหารสูงสุด มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า เพศของผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือถ้าบริษัทมีการบริหารโดย ผู้บริหารสูงสุดเพศชาย จะยิ่งส่งผลให้มีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนลดลง เนื่องจากผู้บริหารสูงสุดที่เป็นเพศชายจะสามารถตัดสินใจได้อย่างเด็ดขาด และมีความมุ่งมั่นที่จะเพิ่มผลตอบแทนในด้านตัวเงินให้กับบริษัทมากกว่า และทำให้การบริหารงานของผู้บริหารสูงสุดที่เป็นเพศชายจะเน้นผลตอบแทนจากกำไรมากกว่า จึงทำให้ส่งผลต่อการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นไปในเชิงลบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sitthipongpanich & Polsiri, (2015) พบว่าผู้บริหารสูงสุดที่เป็นเพศชาย ซึ่งมีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถตัดสินใจที่จะลงทุนเพื่อสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นให้กับบริษัท ส่วน Na & Hong (2017) ยังพบอีกว่า ผู้บริหารสูงสุดเพศชายสามารถทำกำไรให้กับบริษัทมากกว่าผู้บริหารสูงสุดเพศหญิง และทำให้บริษัทมีผลตอบแทนจากหุ้นที่สูงขึ้น ระดับการศึกษาผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าระดับการศึกษาผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน กล่าวคือ ถ้าบริษัทมีผู้บริหารสูงสุดที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไป จะยิ่งส่งผลให้มีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน เนื่องจากระดับการศึกษาที่สูงขึ้นสามารถแสดงถึงประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการทำงานและความคิด ในการบริหารงาน สอดคล้องกับงานของ Finkelstein et al., (2009) พบว่า ผู้บริหารสูงสุดที่จบการศึกษาระดับปริญญาโททางด้านบริหารธุรกิจ มีแนวโน้มในการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทมากกว่าผู้บริหารสูงสุดที่ไม่ได้จบปริญญาโทอายุผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าอายุผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน กล่าวคือ

ผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุมากขึ้นจะส่งผลให้มีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนเพิ่มขึ้น เนื่องจาก ผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุมาก ย่อมต้องการความมั่นคงในด้านตำแหน่งและองค์กรของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ya et al., (2019) พบว่าผู้บริหารสูงสุดที่มีอายุมากกว่า ย่อมมีความระมัดระวัง ไม่ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพราะอายุที่มากทำให้มีประสบการณ์ที่จะหลีกเลี่ยงถึงสิ่งที่ไม่ถูกต้องต่อการเปิดเผยการรายงานโดนสมครใจ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ข้อมูลที่เปิดเผยในรายงานมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ การควบตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า การควบตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน กล่าวคือ ถ้าผู้บริหารสูงสุดมีการควบตำแหน่งส่งผลทำให้มีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนลดลงข้อมูลที่เปิดเผย ไม่มีความโปร่งใส รายงานไม่มีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wright (1996) พบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างการควบตำแหน่งที่มีประธานบริษัทและผู้บริหารสูงสุดเป็นบุคคลคนเดียวกัน ทำให้เกิดความไม่โปร่งใสในการบริหารและลดความน่าเชื่อถือกับผู้ถือหุ้น ที่สำคัญยังส่งผลถึงการเปิดเผยการรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ลดลงเช่นกัน ส่วนระยะเวลาการดำรงตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน แต่ผลการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ภายใต้การใช้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสอดคล้องได้ว่าผู้บริหารสูงสุดยอมได้รับแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ทำให้มีการเปิดเผยการรายงานเพิ่มขึ้น ทำให้การเปิดเผยการรายงานเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Roberts, 1992)

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

ข้อจำกัด (1) บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ยังไม่มีกฎหมายบังคับให้มีการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนเป็นเพียงการเปิดเผยแบบสมัครใจเท่านั้น (2) การศึกษานี้ใช้ข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100 เท่านั้น (3) การศึกษาครั้งนี้ใช้ตัวชี้วัดของผู้บริหารสูงสุดเพียง 5 ตัวชี้วัดเท่านั้น ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตอาจไม่ได้สะท้อนคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดทั้งหมด ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต (1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ควรออกกฎหมายในการเปิดเผยการรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนอย่างชัดเจน (2) การศึกษาในอนาคตควรศึกษาในประชากรกลุ่มอื่น อย่างเช่น บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ไม่ใช่ในกลุ่ม SET 100 บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม เอ็ม เอ ไอ (3) การศึกษาในครั้งต่อไปอาจศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุด โดยใช้ตัวชี้วัดอื่น อย่างเช่น ผู้บริหารสูงสุดเคยดำรงตำแหน่ง ผู้บริหารสูงสุดด้านการบัญชีและการเงิน (Chief Financial Officer: CFO) หรือไม่ จบการศึกษาด้านบริหารธุรกิจหรือด้านอื่น ๆ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จตุพร กุมทอง. (2551). การเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงินตามแนวคิดบัญชีสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้รับ ISO 14001. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- พฤกษา พึ่งจิตต์ประไพ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มีทนชัย สุทธิพันธุ์. (2555). การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปีของบริษัท : กรณีศึกษาบริษัทขนาดใหญ่ 50 บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 34, 47-67.
- อาจารย์ ประจวบเหมาะ, ประยงค์ มีใจซื่อ, ชاکริต สุกุลอิสริยาภรณ์ และศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์หิรัญ. (2561) ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 15, 124-141.
- Barnett, J. H., and Karson, M.J. (1989). Managers, values, and executive decisions: An exploration of the role of gender, career stage, organizational level, function, and the importance of ethics, relationships and results in managerial decision-making. *Journal of Business Ethics* 8 (10), 747— 771.
- .Bansal, P, Clelland, I (2004). Talking trash: Legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment. *Academy of Management Journal* 47(1): 93–103.
- Daily , C.M. and Dalton, D.R. (1993). *Board of directors leadership and structure: Control and performance implications. Entrepreneurship theory and practice*, 17(3), 65-81.
- Grassa R and Chakroun R, (2016), "Ownership structure, board's characteristics and corporate governance disclosure in GCC Banks: what about IBs?". *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, 12 (4): 360-395.
- Gul, F.A. & Leung, S. (2004). Board leadership, outside directors' expertise and voluntary corporate disclosures. *Journal of Accounting and Public Policy*, 23, 351 – 379.
- Huse, M., & Solberg, A. (2006). Gender-related boardroom dynamics: How Scandinavian women make and can make contributions on corporate boards. *Women in Management Review*, 21, 113–130.
- Khoshbakht, H., & Mohammadzadeh Salteh, H. (2011). Evaluating the relationship between corporate governance and voluntary disclosure in companies listed in Tehran stock exchange. *Business and Management Review*, 1(9), 23-33.

- Laan, S. 2009. "The role of theory in explaining motivation for corporate social disclosures : Voluntary disclosures vs 'Solicited' disclosures." *Australasian Accounting Business and Finance Journal* 3 (4): 15-29.
- Na, K., and Hong, J. (2017). CEO gender and earnings management. *Journal of Applied Business Research*, 33(2), 297.
- Ng, E.S. and Sears, G.J. (2012). CEO leadership styles and the implementation of organizational diversity practices: moderating effects of social values and age. *Journal of Business Ethics* 105(1), 41-52.
- Roberts, R. 1992. "Determinants of corporate- social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory." *Accounting, Organizations and Society* 17: 595-612.
- Serfling , M. A. (2014). CEO age and the riskiness of corporate policies . *Journal of Corporate Finance*, 25, 251-273.
- Sajadi, H., Zaranejad, M., & Jafari, A. (2009). The effective non-financial characteristics on the quality of financial reporting on accepted corporates on Tehran Stocks Exchange. *Iranian Accounting and Auditing Reviews*, 16(57), 51-68.
- Sitthipongpanich , T., and Polsiri, P. (2015). Do CEO and board characteristics matter? A study of Thai family firms. *Journal of Family Business Strategy*, 6(2), 119-129.
- Slater, DJ, Dixon-Fowler, HR (2010). *The future of the planet in the hands of MBAs: An examination of CEO MBA education and corporate environmental performance*. *Academy of Management Learning and Education* 9(3): 429-441.
- Soheilyfar, F., Tamimi, M., Ahmadi , M.R., and Takhtaei, N. (2014). Disclosure Quality and Corporate Governance: Evidence from Iran. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(2), 75-85.
- Tang, J. (2016). "CEO duality and firm performance: The moderating roles of other executives and blockholding outside directors". *European Management Journal*. 35, pp. 362 – 372.
- Ya, C., Huawei L., and Song, Z. (2019). *Impact of CEO Background Characteristics on Accounting Information Quality*. *Finance and Social Sciences Research*, 237-247.

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

The Relationship Between R&D Disclosures and Financial Performance: A Case of Listed Companies in Market for Alternative Investment (MAI)

อิสรา มาลาวัยจันทร์

Issara Malawaichan¹

กุลวดี ลิ้มอุสันโน

Kulwadee Limusanno²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน การศึกษาใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน และใช้การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน ในรายงานประจำปีของกลุ่มประชากร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 จำนวน 128 บริษัท ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะและระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตลอดระยะเวลา 3 ปี บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาเพิ่มขึ้นทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินลดลงและเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินโดยใช้ตัวแปรควบคุมที่เป็นความเสี่ยงของธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจ และอายุ CEO ของธุรกิจพบว่า บริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาเพิ่มขึ้นทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานลดลงเช่นกัน แต่เมื่อทดสอบโดยใช้ตัวแปรควบคุมที่เป็นอายุของธุรกิจและประเภทอุตสาหกรรมในกลุ่ม S-Curve ไม่พบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน

คำสำคัญ: การเปิดเผยข้อมูลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ผลการดำเนินงานทางการเงิน

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: be_my_dee@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kulwadee.l@psu.ac.th

Abstract

This research aimed to investigate the extent and level of research and development disclosures of listed companies in market for alternative investment and to examine the relationship between research and development disclosures and the financial performance. The investigation uses descriptive statistical analysis to examine the level of information research and development disclosures and the financial performance. Also use correlation analysis and multiple regression analysis to examine the relationship between research and development (R&D) disclosures and the financial performance. Annual report during 2016 to 2018 of 128 samples were used in the investigation. As the result, the extent and level of R&D disclosures and the financial performance tended to increase throughout 3 years. The company had information of development disclosure increased, then caused the financial performance had decreased. The researcher tested the relationship of R&D disclosure and financial performance by using controlled variables of business risk, business growth and CEO's age; found that when the company had information of development disclosure increased, the company had decreased its financial performance as well. However, when testing the relationship by using the controlling variables of business's age and industry category in the S-Curve group, there was no relationship between the information of research and development disclosure and financial performance.

Keywords: Research Disclosure, Development disclosure, MAI-listed Companies, Financial Performance

บทนำ

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในปี พ.ศ. 2559 ให้ความสำคัญในเรื่องการขับเคลื่อนประเทศด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เพราะประเทศที่มีศักยภาพทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เข้มแข็งจะมีความได้เปรียบในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาว ผลการสำรวจข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและกิจกรรมนวัตกรรมรอบสำรวจประจำปี 2560 จากสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ พบว่าตัวเลขการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาทั้งภาครัฐและเอกชนเพิ่มขึ้น ทั้งนี้หากพิจารณาเฉพาะการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน พบว่า มีการลงทุนเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับตัวเลขจำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาของประเทศที่เพิ่ม และคาดว่าค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาจะเพิ่มขึ้น และบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาจะเพิ่ม ถึงแม้ประเทศไทยจะมีผลสำรวจด้านค่าใช้จ่ายการวิจัยและพัฒนาของประเทศเพิ่มขึ้น แต่เมื่อเทียบกับบริบทประเทศที่มีกับขับเคลื่อนด้านนวัตกรรม เช่น

เกาหลีใต้ เยอรมนี หรือสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศที่มีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนามากกว่าประเทศไทยยังแตกต่างกันอยู่มาก การวิจัยและพัฒนา รวมถึงการสร้างนวัตกรรมถูกนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติเพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศในทุกด้าน ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มผล การดำเนินงาน การวิจัยและพัฒนาและการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้มูลค่าเพิ่มสูงกว่า ในขั้นตอนการผลิตและการประกอบสินค้าที่ให้มูลค่าเพิ่มต่ำที่สุด (สำนักงานคณะกรรมการนโยบาย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.),2560)

ตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2561) เรื่อง สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้กำหนดให้ กิจการต้องไม่รับรู้ค่าใช้จ่ายในส่วนของการวิจัยขึ้นเป็นสินทรัพย์ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในส่วนของการ พัฒนานั้นสามารถรับรู้เป็นสินทรัพย์ได้หากเข้าเกณฑ์ที่มาตรฐานการบัญชีกำหนด โดยในส่วนของการ เปิดเผยข้อมูลมาตรฐานการบัญชีระบุว่ากิจการต้องเปิดเผยจำนวนรวมของรายจ่ายเกี่ยวกับการวิจัยและ พัฒนาซึ่งรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในระหว่างงวด ปัจจุบันงานวิจัยในประเทศไทยยังมีการศึกษาเรื่อง การวิจัย และพัฒนาในมุมมองสาขาวิชาวิชาชีพบัญชีของบริษัทในกลุ่มธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จด ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าบริษัทเพียงร้อยละ 11 จากกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดเผย ข้อมูลตามที่มาตรฐานการบัญชีกำหนด ส่วนสุมาลี เอกพล (2550) ได้มีการนำค่าใช้จ่ายในการวิจัยและ พัฒนาไปใช้เป็นตัวแปรในการหาความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ซึ่งผลการวิจัยไม่พบ ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญระหว่าง รายจ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อผลตอบแทนหลักทรัพย์ ส่วนวิกรม มโนหมั่นศรัทธา (2558) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัท และการเปิดเผยข้อมูล ด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัทพบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการเปิดเผย ข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา ขณะที่สัดส่วนหนี้สินและการกระจุกตัวของผู้ถือหุ้นของบริษัทมี ความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา อย่างไรก็ตามไม่มีงานวิจัยที่ทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลค่าใช้จ่ายวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินใน ประเทศไทย จะเห็นว่าประเด็นเรื่องการวิจัยและพัฒนาเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากสำหรับประเทศไทย แต่งานวิจัยทางด้านบัญชีที่ศึกษาในเรื่องนี้ยังมีไม่มากนักในประเทศไทย และยังมีไม่มากนักที่จะศึกษา เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงาน ทาง การเงิน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงาน ทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดเล็กที่มีการเจริญเติบโตสูง มีแนวโน้มเจริญเติบโตได้ดีในอนาคต โดยผ่านรายงานประจำปี พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาลักษณะและระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทาง การเงิน และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงาน ทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี ได้แก่ เป็นข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์การเปิดเผย ข้อมูลการวิจัยและพัฒนา เป็นข้อมูลเปรียบเทียบให้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลงของระดับการเปิดเผย

ข้อมูลการวิจัยและพัฒนา เพื่อประโยชน์สำหรับผู้ทำการวิจัยในอนาคต เป็นข้อมูลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินในลักษณะของความเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกันกับงานวิจัยก่อนหน้า และเป็นข้อมูลนำไปวางแผนและกำหนดนโยบายต่างๆ ของธุรกิจในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงาน

2. ประโยชน์เชิงปฏิบัติ ได้แก่ เป็นแนวโน้มของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทำให้ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ทราบถึงสถานการณ์การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาในปัจจุบัน เพื่อให้มีความตระหนักรู้ให้เห็นถึงความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาให้กับภาครัฐและเอกชน รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี และเป็นรากฐานในการพัฒนาให้ประเทศเจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory)

Spence (1973) อธิบายว่าผู้บริหารย่อมมีข้อมูลข่าวสารมากกว่า ผู้ลงทุน การตัดสินใจเรื่องโครงสร้างเงินทุนจึงเป็นการส่งสัญญาณให้ผู้ลงทุนรู้ว่า ผู้บริหารมีความเห็นอย่างไรต่อทิศทางของบริษัทในอนาคต เช่นการเลือกวิธีก่อหนี้ในกรณีที่ผู้บริหารคาดว่ากิจการจะขาดทุน กิจการจะเลือกใช้วิธีการเพิ่มหุ้นสามัญ เพื่อดึงผู้ลงทุนรายใหม่เข้าร่วมรับผลขาดทุน แต่ถ้าเป็นการก่อหนี้แบบการระดมทุนที่มีต้นทุนที่ต้องจ่ายแน่นอน (คือดอกเบี้ยจ่ายซึ่งเป็นภาระผูกพันของบริษัท) และกิจการไม่สามารถจ่ายเงินจำนวนดังกล่าวได้ บริษัทจะเข้าสู่ภาวะล้มละลาย ผู้ลงทุนจึงเชื่อว่าการที่บริษัทก่อหนี้เพิ่มหรือมีการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนในสัดส่วนที่สูงบริษัทย่อมมีความมั่นใจในผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัท ว่าน่าจะเป็นไปในทิศทางที่ดี การส่งสัญญาณด้วยการก่อหนี้จึงเป็นสัญญาณที่มีความน่าเชื่อถือเป็นต้น มีนักวิจัยจำนวนหนึ่งที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ กลไกการส่งสัญญาณให้นักลงทุนได้ทราบถึงศักยภาพของบริษัท เช่น งานวิจัยของ Ross (1977) ที่พบว่า กลไกในตลาดที่ผู้บริหารใช้ในการส่งสัญญาณให้ นักลงทุนประกอบด้วย การชำระหนี้ การจ่ายปันผล การกู้ยืมเงิน/การก่อหนี้ การซื้อหุ้นคืน การประกาศควบรวมหรือซื้อธุรกิจ การประกาศซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นทั่วไป การประกาศแยกตัวของบริษัทร่วมหรือบริษัทย่อย Heijnen and Van der Made (2012) ยังพบว่า การที่บริษัทถูกผู้บริโภครู้ว่าบาตร เป็นอีกกลไกทางการตลาดหนึ่งซึ่งส่งสัญญาณ ให้นักลงทุนได้ทราบถึงความสามารถในการดำเนินงานและโอกาสในการเจริญเติบโตของบริษัทในอนาคตได้ นอกจากนี้ มีงานวิจัยจำนวนมากที่นำทฤษฎีการส่งสัญญาณมาใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี เช่น งานวิจัยของ Welch (1989) และ Zheng & Stangeland (2007) ที่พบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างราคาหุ้นกับคุณภาพของบริษัท เนื่องจากราคาหุ้นที่บริษัทนำเสนอขายครั้งแรก (Initial Price Offering: IPOs) ในราคาที่ต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริงจะเป็นตัวส่งสัญญาณให้กับนักลงทุนทราบถึงขีดความสามารถของบริษัทในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lucas and McDonald (1990) ที่พบว่า ราคาหุ้นของบริษัทจะลดลงเมื่อมีการประกาศ

เพิ่มทุน เช่นเดียวกับ Hirtle (2004) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการซื้อหุ้นคืนกับผลการดำเนินงานของ Bank Holding Company ในสหรัฐอเมริกา พบว่า การซื้อหุ้นคืนในราคาที่สูงมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มขึ้นของกำไรและทำให้คุณภาพของสินทรัพย์ดีขึ้นในปีที่มีการซื้อหุ้นคืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทที่ซื้อขายหุ้น ในตลาดหลักทรัพย์นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารของ Bank Holding Company ซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังในการทำกำไรจากการซื้อหุ้นคืนของผู้ถือหุ้น กำลังส่งสัญญาณเข้าไปในตลาดเพื่อแสดงให้เห็นถึงการลงทุนเห็นถึงการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงาน และเลือกใช้วิธีเข้าทำการซื้อหุ้นคืนเมื่อสถานะกระแสเงินสดอยู่ในระดับดี หากเปรียบเทียบกับโอกาสในการทำกำไรจากการลงทุนภายนอก ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ทฤษฎีการส่งสัญญาณเพื่ออธิบายลักษณะและระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและแนวโน้มของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา

ส่วนทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory)

Jensen and Meckling (1976) อธิบายถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญาระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นตัวการ (Principal) ในการแสวงหาประโยชน์สูงสุดจากการลงทุน โดยการว่าจ้างตัวแทน (Agent) ให้ดำเนินการบริหารจัดการแทนตนเอง และในขณะเดียวกันก็พยายามควบคุมไม่ให้ตัวแทนดำเนินการที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นตัวการจึงต้องให้ผลตอบแทนที่สามารถ จูงใจตัวแทนได้ มิฉะนั้นอาจก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์เนื่องจากตัวแทนหรือฝ่ายบริหารจะพยายามหาหนทางในการสร้างมูลค่าสูงสุดให้ตัวการก็ต่อเมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่า หนทางนั้นเอื้อประโยชน์ให้กับตัวเองหรือเกิดดุลภาพในผลตอบแทนที่ทั้งสองฝ่ายจะได้รับตามสัญญา มิฉะนั้นอาจเป็นไปได้ที่ตัวแทนจะปกปิด ซ่อนเร้นข้อมูล หลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ และกระทำการที่ผิดต่อศีลธรรม เช่น การตกแต่งกำไร โดยใช้ดุลยพินิจของตัวแทนเองซึ่งการกระทำดังกล่าวของผู้บริหารก่อให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกำไร (Earnings Management) Cheng (2004) พบว่ากิจกรรมการวิจัยและพัฒนานั้นถือเป็นต้นกำเนิดของปัญหาตัวแทน (Agency Problem) ระหว่างผู้รู้ข้อมูลวงใน (ผู้บริหาร) กับผู้อยู่วงนอก (ผู้ถือหุ้น) โดยการเปิดเผยข้อมูลนี้อาจเป็นเครื่องมือในการลดปัญหาดังกล่าวรวมถึงความไม่สมมาตรของข้อมูลได้ Jensen & Meckling. (1976) โดยการที่ข้อมูลต่าง ๆ นั้นถูกรับรู้อย่างทั่วถึงหรือการที่มีความไม่สมมาตรของข้อมูลในระดับต่ำนั้นทำให้เกิดประโยชน์ต่าง ๆ ตามมารวมถึงการที่มูลค่าของบริษัท (Firm Value) เพิ่มขึ้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ทฤษฎีตัวแทนเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน

งานวิจัยของ Bozzolan et al. (2003) กล่าวถึงจุดประสงค์ที่ทำให้บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนานั้น พบว่า บริษัทที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมีการลงทุนอย่างมากในด้านสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยสื่อสารผ่านทาง การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ Garcia-Meca et al. (2005) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาเป็นการเปิดเผยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนและลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยทำการตั้งสมมติฐานในงานวิจัยดังนี้ H1: การเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม

เอ ไอ อย่างไรก็ตามบริษัทอาจมีเหตุจูงใจในการไม่เปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัทได้เช่นกัน เนื่องจากบริษัทอาจเห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาอาจส่งผลในทางลบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท โดยในงานวิจัยของ Healy and Palepu (1993) พบว่าบริษัทอาจมีแรงจูงใจที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาเนื่องจากเหตุผลเรื่องการแข่งขันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลแบบครอบคลุมค่าใช้จ่าย โดยมีเหตุผลและแรงจูงใจที่จะปกปิดรายงาน เพราะผลที่ตามมาทำให้คู่แข่งรู้ทันถึงข้อมูลที่เอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทคู่แข่ง (Verrecchia, 1983; Dye, 1985; Jones, 2007) ซึ่งมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2561) กำหนดให้กิจการต้องไม่รับรู้ค่าใช้จ่ายในส่วนของการวิจัยขั้นเป็นสินทรัพย์ และค่าใช้จ่ายในส่วนของการพัฒนานั้นสามารถรับรู้เป็นสินทรัพย์ได้ ผู้วิจัยจึงทำการตั้งสมมติฐาน H2: การเปิดเผยข้อมูลด้านการพัฒนามีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ผลการดำเนินงานทางการเงิน

ผลการดำเนินงานทางการเงิน เป็นการวัดผลการดำเนินงานที่ดีมีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากระบบการวัดผลการดำเนินงานมีหน้าที่ในการแปลงกลยุทธ์ขององค์กรไปสู่กระบวนการดำเนินงาน ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางการเงินจะถูกแสดงด้วยตัวเลขทางบัญชีในงบการเงินขององค์กร (Zuriekat, Salameh, & Alrawashdeh, 2011, p.160) ทำให้สามารถสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรได้รับรู้ว่าองค์กรจะมีผลสรุปของการบริหารงานเป็นอย่างไร เกิดกำไรหรือขาดทุน (นภดล ร่มโพธิ์, 2546, น.27; ศิลปพร ศรีจันเพชร และพิมพ์ใจ วีรศุทธากร, 2555, น.80)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่มเอ็ม เอ ไอ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพขนาดกลางและขนาดเล็ก และเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตดีในอนาคต ศึกษาผ่านรายงานประจำปี ทำการศึกษาครอบคลุมถึงช่วงเวลาก่อนและหลังการมีนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ใช้ข้อมูล 3 รอบปีบัญชีคือ พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 โดยมีเงื่อนไขว่าบริษัทที่จะนำมาใช้ในการศึกษาต้องมีรายชื่อหลักทรัพย์อยู่ในกลุ่มเอ็ม เอ ไอ ทั้ง 3 รอบปีบัญชี และมีแบบแสดงรายงานประจำปีครบถ้วนตลอดระยะเวลาที่ทำการวิจัย อาจมีสาเหตุมาจากการถูกเพิกถอนออกจากตลาดหลักทรัพย์ การถอนตัวออกจากตลาดหลักทรัพย์ หรือการเพิ่งเข้ามาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 164 บริษัท แต่จากเงื่อนไขที่กำหนดทำให้มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 128 บริษัท

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากบริษัทกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาข้อมูลจากรายงานประจำปีตลอด 3 รอบปีบัญชี โดยเก็บข้อมูลจากการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน รวมทั้งตัวแปรควบคุม ได้แก่ ดังนี้

อายุของธุรกิจ ความเสี่ยงของธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจ อายุ CEO ของธุรกิจ และประเภทอุตสาหกรรม ในกลุ่ม S-Curve การวิจัยครั้งนี้ประยุกต์ใช้กระดาศทำการในการเก็บข้อมูลการวิจัยและพัฒนา โดยการ ใช้กระดาศทำการนับจำนวนค่าในรายงานประจำปีตามคำนิยามศัพท์ที่กำหนดขึ้น ทั้งนี้งานวิจัยในครั้ง นี้ใช้การวัดมูลค่าแต่ละตัวแปรตามวิธีดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ตารางแสดงวิธีที่ใช้ในการวัดมูลค่าตัวแปร

ตัวแปร	คำย่อ	วิธีที่ใช้ในการวัดมูลค่า
ตัวแปรตาม - ผลการดำเนินงานทางการเงิน	Y	- อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)
ตัวแปรอิสระ - การเปิดเผยข้อมูลการวิจัย	X ₁	- วิเคราะห์เนื้อหาในรายงานประจำปีที่เปิดเผยข้อมูลการวิจัย และข้อมูลการพัฒนาตามคำนิยามศัพท์ที่กำหนดขึ้น และนับ จำนวนค่าที่เปิดเผยในแต่ละบริษัทตลอดระยะเวลา 3 ปี
- การเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา	X ₂	
ตัวแปรควบคุม - อายุของธุรกิจ	X ₃	- อายุของธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2561
- ความเสี่ยงของธุรกิจ	X ₄	- อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น คือ หนี้สินรวมหารด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้น ตลอดระยะเวลาที่ศึกษา 3 ปี
- การเติบโตของธุรกิจ	X ₅	- อัตราการเติบโตของธุรกิจตลอดระยะเวลาที่ศึกษา 3 ปี
- อายุ CEO ของธุรกิจ	X ₆	- อายุของ CEO คนล่าสุดของธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561
ตัวแปรควบคุม - ประเภทอุตสาหกรรมใน กลุ่ม S-Curve	X ₇	- ประเภทธุรกิจในกลุ่ม S - Curve 5 อุตสาหกรรม จาก 9 หมวด ธุรกิจ ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร (ภาคธุรกิจ การเกษตรและอาหาร / เครื่องดื่ม) อุตสาหกรรม (ภาคยานยนต์) ทรัพยากร (ภาคพลังงาน / สาธารณูปโภค) บริการ (ภาคสุขภาพ บริการดูแล, การท่องเที่ยว / การพักผ่อน, การขนส่ง / โลจิสติก) และเทคโนโลยี (ภาคของชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์, เทคโนโลยีสารสนเทศ / การสื่อสาร)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statics) โดยแสดงด้วยการแจกแจง ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการ ทดสอบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินนั้น ผู้วิจัยนั้นใช้การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในตารางรูปแบบ Panel ทำให้มีกลุ่ม ตัวอย่างปีละ 128 บริษัท ระยะเวลา 3 ปี รวมทั้งสิ้น จำนวน 384 บริษัท ตัวแปรควบคุม สามารถเขียน เป็นสมการได้ดังนี้

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

ผลการศึกษา และการอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ลักษณะและระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ตั้งแต่ พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 384 บริษัท เก็บข้อมูลโดยการใช้กระดาษทำการในการเก็บข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา และผลการดำเนินงานทางการเงินโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ เก็บข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานของบริษัท เก็บข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา และเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาผลการดำเนินงานทางการเงิน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ผล โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน ในรายงานประจำปีของกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวนทั้งหมด 128 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 100 โดยเป็นบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 7 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.47 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 9 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.03 กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน 8 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 6.25 กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม 31 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.22 กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 14 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.94 กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร 10 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.81 กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.47 และกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี 10 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.81 ตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ตัวแปรอิสระได้แก่ การเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลด้านการพัฒนา ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุด ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุด อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น การเปิดเผยข้อมูลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROE)	-1.29	46.24
การเปิดเผยข้อมูลการวิจัย (ค่า)	276.57	234.06
การเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา (ค่า)	168.06	192.95

การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึง 2561 จำนวน 128 บริษัท ผู้วิจัยสามารถสรุปผลว่าอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น จำนวนค่าที่เปิดเผยข้อมูลการวิจัย และจำนวนค่าที่เปิดเผยข้อมูลการพัฒนา จากการวิเคราะห์เนื้อหาในรายงานประจำปี ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น จากรายงานประจำปีของบริษัท พบว่า ในระหว่างปี พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าเฉลี่ย -1.29 เท่า

โดยปี พ.ศ. 2559 มีค่าเฉลี่ย -1.78 เท่า ปี พ.ศ. 2560 มีค่าเฉลี่ย -2.25 เท่า และปี พ.ศ. 2561 มีค่าเฉลี่ย 44.38 เท่า การเปิดเผยข้อมูลการวิจัย พบว่า ในระหว่างปี พ.ศ. 2559 – พ.ศ. 2561 การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยเฉลี่ย จำนวน 276.57 คำ โดยในปี พ.ศ. 2559 มีการเปิดเผยข้อมูลการวิจัย จำนวน 247.98 คำ ปี พ.ศ. 2560 มีการเปิดเผยข้อมูลการวิจัย จำนวน 277.45 คำ และปี พ.ศ. 2561 มีการเปิดเผยข้อมูลการวิจัย จำนวน 304.28 คำ และในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาพบว่า ในระหว่างปี พ.ศ. 2559 – พ.ศ. 2561 การเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาเฉลี่ย จำนวน 168.06 คำ โดยในปี พ.ศ. 2559 มีการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา จำนวน 161.82 คำ ปี พ.ศ. 2560 มีการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา จำนวน 164.38 คำ และปี พ.ศ. 2561 มีการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา จำนวน 177.98 คำ

การศึกษายังมีการกำหนดตัวแปรควบคุมจากลักษณะกิจการโดยที่ทำให้บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนานั้น พบว่าบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมีการลงทุนอย่างมากในด้านสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยสื่อสารผ่านทาง การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งเทคโนโลยีขั้นสูงจะถูกจัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน และการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนานั้นอาจเอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทคู่แข่ง โดยตัวแปรควบคุมประกอบด้วย ดังนี้ อายุของธุรกิจ ความเสี่ยงของธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจ อายุ CEO ของธุรกิจ และประเภทอุตสาหกรรมกลุ่ม S – Curve ซึ่งสามารถสรุปผลว่า อายุของธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 6 ปี ค่าสูงสุดเท่ากับ 58 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24.67 ปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.51 ปี ความเสี่ยงของธุรกิจมีค่าต่ำสุดที่ -7.24 เท่า ค่าสูงสุดที่ 49.92 เท่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.47 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.03 เท่า การเติบโตของธุรกิจ มีค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -391.91 ค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 332.19 เท่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ -17.36 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 57.69 อายุ CEO คนล่าสุดของธุรกิจ มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0 ปี (ไม่เปิดเผยอายุ) ค่าสูงสุดเท่ากับ 84 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 61.44 ปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 18.18 ปี

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยใช้การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson' Correlation) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

แสดงการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson' Correlation)

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇
Y	1							
X ₁	-.046	1						
X ₂	-.072	.131*	1					
X ₃	.075	-.028	-.063	1				
X ₄	-.410**	.036	-.058	.028	1			
X ₅	.609**	.000	.077	.065	-.263**	1		
X ₆	.148**	-.002	-.106*	.110*	-.048	.048	1	
X ₇	.018	-.014	.004	.044	.031	.072	-.088	1
VIF		1.020	1.042	1.024	1.085	1.095	1.037	1.019

** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

* ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลการพัฒนามีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงิน คือ เมื่อบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาเพิ่มขึ้นทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินลดลง และเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินโดยใช้ตัวแปรควบคุมที่เป็น ความเสี่ยงของธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจ และอายุ CEO ของธุรกิจ พบว่า เมื่อบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาเพิ่มขึ้นทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานลดลงเช่นกัน แต่เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยใช้ตัวแปรควบคุมที่เป็นอายุของธุรกิจและประเภทอุตสาหกรรมในกลุ่ม S-Curve ไม่พบความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4

แสดงการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	Unstandarsized Coefficients		Standarsized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.696	8.993		-.077	.938
การเปิดเผยข้อมูลการวิจัย	-.004	.008	-.020	-.530	.597
การเปิดเผยข้อมูลการพัฒนา	-.027	.009	-.115	-2.977	.003**
อายุของธุรกิจ	.130	.168	.030	.776	.438
ความเสี่ยงของธุรกิจ	-3.103	.451	-.270	-6.881	.000**
การเติบโตของธุรกิจ	.434	.032	.541	13.713	.000**

ตารางที่ 4

แสดงการวิเคราะห์ห้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) (ต่อ)

ตัวแปร	Unstandarsized Coefficients		Standarsized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
อายุ CEO ของธุรกิจ	.237	.098	.093	2.430	.016*
ประเภทอุตสาหกรรมในกลุ่ม S-Curve	-.670	4.840	-.005	-.138	.890
R Square					.465
Adjusted R Square					.455
F-Value (Sig)					46.770(.000)

** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

* ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาในโมเดลที่ 2 พบความสัมพันธ์เชิงลบของการเปิดเผยข้อมูลด้านการพัฒนา กับผลการดำเนินงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลแบบครอบคลุมค่าใช้จ่าย โดยมีเหตุผลและแรงจูงใจที่จะปกปิดรายงาน เพราะผลที่ตามมา ทำให้คู่แข่งรู้ถึงข้อมูลที่เอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทคู่แข่ง (Verrecchia, 1983; Dye, 1985; Jones, 2007) ซึ่งมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2561) กำหนดให้กิจการต้องไม่รับรู้ค่าใช้จ่ายในส่วนของการวิจัยขึ้นเป็นสินทรัพย์ และค่าใช้จ่ายในส่วนของการพัฒนานั้นสามารถรับรู้เป็นสินทรัพย์ได้ และเมื่อพิจารณาตัวชี้วัดแต่ละประเด็นในการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา พบว่า จะมีผลการดำเนินงานทางการเงินลดลง เช่น ความเสี่ยงของธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจ และอายุ CEO ของธุรกิจ เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาเป็นการเปิดเผยข้อมูลการนำผลการวิจัยหรือความรู้อื่นมาใช้ในแผนงาน หรือออกแบบเพื่อการผลิตสิ่งใหม่หรือสิ่งที่ดีขึ้นกว่าเดิมอย่างมาก ก่อนที่จะเริ่มการผลิตหรือการใช้ในเชิงพาณิชย์ เช่น วัตถุประสงค์ ชิ้นส่วนอุปกรณ์ กระบวนการ บริการ ซึ่งเปิดเผยผ่านรายงานประจำปี เป็นไปได้ว่าการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาเป็นการเปิดเผยถึงสิ่งที่ได้ดำเนินการจริงในรอบปีบัญชีนั้นซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพราะตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2561) เรื่องสินทรัพย์ไม่มีตัวตน กำหนดให้กิจการต้องรับรู้ค่าใช้จ่ายในส่วนของการพัฒนาเป็นสินทรัพย์หากเข้าเกณฑ์ที่มาตรฐานการบัญชีกำหนด เช่น มีความเป็นไปได้ทางเทคนิคที่จะทำให้สินทรัพย์ไม่มีตัวตนเสร็จสมบูรณ์เพื่อนำมาใช้งานหรือขาย มีความตั้งใจจะทำให้สินทรัพย์ไม่มีตัวตนเสร็จสมบูรณ์เพื่อนำมาใช้งานหรือขาย มีความสามารถจะทำให้สินทรัพย์ไม่มีตัวตนเสร็จสมบูรณ์เพื่อนำมาใช้งานหรือขาย

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในโมเดลที่ 2 ไม่พบความสัมพันธ์ของประเด็นชี้วัดอายุของธุรกิจและประเภทอุตสาหกรรมในกลุ่ม S-Curve แต่เนื่องจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในปี พ.ศ. 2559 ที่ให้ความสำคัญในเรื่องการขับเคลื่อนประเทศด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม การวิจัยและพัฒนา รวมถึงการสร้างนวัตกรรมถูกนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติ และตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2561) ที่ได้อภิปรายผลไปข้างต้น จะเห็นได้ว่าลักษณะและระดับ

การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าธุรกิจให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงิน และเมื่อธุรกิจมีการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาจะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินลดลงเนื่องด้วยค่าใช้จ่ายดังกล่าว

การสรุปผล และข้อเสนอแนะ

ลักษณะและระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละปี และการเปิดเผยข้อมูลการพัฒนากับผลการดำเนินงานทางการเงินมีความสัมพันธ์กันในเชิงลบ

ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงสถานการณ์การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและผลการดำเนินงานทางการเงินที่ภาพรวมมีแนวโน้มสูงขึ้นในแต่ละปี สามารถใช้ข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนที่จะลงทุนหรือไม่ลงทุนในธุรกิจนั้นๆ สามารถวิเคราะห์แนวโน้มการเปิดเผยข้อมูลและมองเห็นถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผลการดำเนินงานธุรกิจ มีส่วนสำคัญที่จะกำหนดนโยบายต่างๆ ของธุรกิจ เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานให้กับธุรกิจในอนาคต

ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในเรื่องการใช้สื่อเดียวในการรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลอาจมีความคลาดเคลื่อนกับบางกลุ่มอุตสาหกรรม และประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นเพียง กลุ่มเดียวซึ่งมีจำนวนน้อย หัวข้อการวิจัยในครั้งถัดไปอาจศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์กลุ่มอื่นๆ รวมถึงบริษัทที่ไม่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยทดสอบความสัมพันธ์การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานด้านอื่นๆ ที่ไม่ใช่ผลการดำเนินงานทางการเงิน เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินกับด้านอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- นภดล รมโพธิ์. (2546). แนวคิดการประเมินผลการปฏิบัติงานองค์กรสมัยใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 100, 27.
- มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2560). เรื่อง *สินทรัพย์ไม่มีตัวตน*. สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- วิกรม มโนหมั่นศรัทธา (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาการบัญชีธุรกิจแบบบูรณาการ
- ศิลปพร ศรีจันทเพชร และพิมพ์ใจ วีรศุทธากร. (2555). การวัดคาบในงานวิจัยด้านบัญชีบริหาร. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 8 (23), 80
- สุมาลี เอกพล. (2550). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวงจรชีวิตของกิจการ ขนาดของกิจการและรายจ่ายในการวิจัยและพัฒนาที่ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาการบัญชี.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) 2560, *ข่าวประชาสัมพันธ์: สวทน. เผยตัวเลขลงทุนวิจัยและพัฒนาภาคเอกชน พุ่ง 39% คาดสิ้นปี 64 รัฐ -*

เอกชน ลงทุนทะลุ 180,000 ล้านบาท วันที่ค้นข้อมูล กุมภาพันธ์ 2561 สืบค้นจาก
<http://www.sti.or.th/sti>

- Bozzolan, S., Favotto, F., & Ricceri, F. (2003). Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 4(4), 543-558.
- Cheng, S. (2004). R&D Expenditures and CEO Compensation. *Accounting Review*, 79(2), 305-328.
- Dye, R. A. (1985). Disclosure of non-proproprietary in formation. *Journal of Accounting Research*, 23 (1) 123-145.
- Garcia-Meca, E., Parra, I., Martinez, I., & Larran, M. (2005). The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts. *European Accounting Review*, 14(1), 63-94.
- Healy, P. M. and Palepu, K. G. (1993). *The effect of firms' financial disclosure strategies on stock prices*. *Accounting Horizons*, 7(1), 1-11.
- Heijnen, P., & Van der Made, A. (2012). A signaling theory of consumer boycotts. *Journal of Environmental Economics and Management*, 63(3), 404-418
- Hirtle, B. (2004). *Stock repurchases and bank holding company performance*. *Journal of Financial Intermediation*, 13(1), 28-57.
- Jensen, M. C. and Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Jones, D. A. (2007). Voluntary disclosure in R&D-intensive industries. *Contemporary Accounting Research*, 24(2), 489-522.
- Lucas, D. J., & McDonald R. L. (1990). Equity Issues and Stock Price Dynamics. *The Journal of Finance*, 5(4), 1019-1043
- Ross, S. A. (1977). The determinants of financial structure: The incentive signaling approach. *The Bell Journal of Economics*, 8(1), 23-40.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The quarterly journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Verrecchia, R. E. (1983). Discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*. 5(4), 179-194.
- Welch, I. (1989). Seasoned offerings, imitation costs, and the underpricing of initial public offerings. *The Journal of Finance*, 44(2), 421-449.
- Zheng, S. X., & Stangeland, D. A. (2007). IPO underpricing, firm quality, and analyst forecasts. *Financial Management*, 36(2), 45-64.
- Zuriekat, M., Salameh, R., & Alrawashdeh, S. (2011). Participation in performance measurement systems and level of satisfaction. *International journal of Business and Social Science*, 2 (8 May), 160.

คุณลักษณะของบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Company Characteristics and R&D Disclosure of Listed Companies in Stock Exchange of Thailand

ปนัดฐา พิมพ์กาญจน์

Panatta Pimpakarn¹

กุลวดี ลิ้มอุสนโน

Kulwadee Limusanno²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 ถึง 2561 จำนวน 173 บริษัท งานวิจัยนี้มีการประยุกต์การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาจากรายงานประจำปี ผลการศึกษาพบว่าจำนวนประโยชน์ที่มีการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา ตลอดระยะเวลา 3 ปี จำนวน 10.99 ประโยค และปริมาณการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา มีระดับการเปิดเผยเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี นับตั้งแต่ประเทศไทยมีการประกาศใช้โมเดลไทยแลนด์ 4.0 เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เมื่อเศรษฐกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ทำให้บริษัทให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนามากขึ้นเพื่อเป็นการให้ข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับนักลงทุนเป็นการสร้างความตื่นตัวในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ให้มีนวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุทำให้พบว่าขนาดของบริษัทและอายุ CEO ของธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา ส่วนประเภทอุตสาหกรรมและโครงสร้างหนี้สินมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา

คำสำคัญ: การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา คุณลักษณะของบริษัท บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: koy_narak356@hotmail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kulwadee.l@psu.ac.th.

Abstract

The objectives of the study are to study levels of research and development information revelation of current listed companies in Thailand and to test the relationship between corporate characteristics and research and development disclosure. The data collection has done during 2016 BE to 2018 BE of 173 companies. This research has adapted content analysis to get research and development information revelation data from corporate annual reports. The research results show that over the 3-year study; research and development information has published 10.99 sentences and tends to increase every year since Thailand 4.0 Model has been announced to boost the country's economy aiming at economic structure transformation to innovation. Due to future economic transformation, enterprises now realize the importance of research and development information revelation for investors' consideration. This helps provoke the country's innovation driven economic development and create long term sustainability. Moreover, Multiple Regression Analysis shows that corporation size and its CEO's age have positive correlation to research and development information revelation while types of industry and debt structures have negative correlation to research and development information revelation.

Keywords: Research and Development Disclosure, Company Characteristics, The Listed Companies in Stock Exchange of Thailand

บทนำ

รัฐบาลได้ประกาศโมเดลไทยแลนด์ 4.0 ในปี พ.ศ.2559 ที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยเปลี่ยนความได้เปรียบที่มีอยู่ 2 ด้าน คือ ความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เน้นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) เป็นการสร้างมูลค่า (High Value) หรือการสร้างผลิตภาพ (Productivity) โดยมุ่งเน้น 5 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มเกษตรแปรรูป อาหาร และเทคโนโลยีชีวภาพ กลุ่มที่ 2 กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ กลุ่มที่ 3 กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและดิจิทัล กลุ่มที่ 4 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทูริซึมวัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง กลุ่มที่ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐานและอุตสาหกรรมสนับสนุน เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมข้างต้น ทำให้บริษัทในภาคอุตสาหกรรมต้องปรับตัว หันมาให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อค้นหานวัตกรรมสำหรับการเพิ่มมูลค่าที่แตกต่างให้กับสินค้าและบริการ แต่ละบริษัทก็จึงทยอยขึ้นมาแข่งขันในรูปแบบที่หลากหลาย การเตรียมความพร้อมด้วยการให้ความสำคัญด้านการวิจัยและพัฒนา ทำให้แทบทุกกิจการที่รอดพ้นวิกฤติมาได้ ล้วนให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาทั้งสิ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน เป็นกุญแจนำไปสู่ความสำเร็จ การเปิดเผยข้อมูลที่ดีเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีประโยชน์ในการดูแลบริษัท ทำให้บริษัทสามารถ

ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง เพราะการเปิดเผยข้อมูลที่ดีเป็นการสร้างความโปร่งใสและความถูกต้องของข้อมูล ส่งผลให้นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศสนใจเข้ามาลงทุนในบริษัทมากยิ่งขึ้น เพราะเชื่อว่าจะได้รับผลประโยชน์ของตนอย่างเต็มที่ ทำให้บริษัทจำนวนมากให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงบวกกับบริษัท เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพราะในกรณีที่บริษัทมีโครงการวิจัยหรือพัฒนาที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน และความเชื่อมั่นในอนาคตอันใกล้ของบริษัท บริษัทจะต้องอธิบายรายละเอียดของโครงการวิจัยและพัฒนาดังกล่าวด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ โครงการใหม่ และการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีขึ้น จะต้องกล่าวถึงความคืบหน้าผลกระทบต่อเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน และความเชื่อมั่นของบริษัท อัตราผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับจากการลงทุนในโครงการนั้น ๆ การพัฒนาบุคลากรในด้านต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อไม่ก่อให้เกิดความสับสนของนักลงทุน โครงการที่เปิดเผยต้องมีความแน่นอนและเกิดขึ้นจริงก่อน ไม่ใช่เป็นการกล่าวอ้างขึ้นมาลอย ๆ โดยที่โครงการยังไม่มีอยู่จริง (เช่น มีการบันทึกข้อตกลงเพื่อทำความเข้าใจในการลงทุนร่วมกันของนักลงทุน)

ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2561) กำหนดให้กิจการต้องไม่รับรู้ค่าใช้จ่ายในส่วนของการวิจัยเป็นสินทรัพย์ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนานั้นสามารถรับรู้เป็นสินทรัพย์ได้ หากเข้าเกณฑ์ที่มาตรฐานการบัญชีกำหนด ในการเปิดเผยข้อมูลมาตรฐานการบัญชีระบุว่า กิจการต้องเปิดเผยจำนวนรวมของรายจ่ายเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาซึ่งรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในระหว่างงวด โดยค่าใช้จ่ายในการพัฒนาของบริษัทมีการรับรู้เป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ทำให้บริษัทขนาดใหญ่มีข้อได้เปรียบในเรื่องของการประหยัดต่อขนาดในการจัดทำข้อมูลและการเปิดเผยข้อมูลให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับการบริหารงานของบริษัท (Lang & Lundholm, 1993) ส่วนบริษัทที่อยู่อุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน มันจะพบกับสภาพแวดล้อมของการทำงานที่คล้ายคลึงกัน จึงมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลเหมือนกัน (ฐิติมา กิ่งแก้ว, 2554) โครงสร้างหนี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นให้บริษัทมีการทำกิจกรรมด้านการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความคาดหวังของนักลงทุนด้านผลการดำเนินงานของบริษัท ทำให้เจ้าหนี้สามารถคาดการณ์ถึงความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัท (Alsaed, 2006) ส่วนอายุ CEO ของธุรกิจ ทำหน้าที่บริหาร จัดการ ควบคุม และดูแลการดำเนินกิจการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ นโยบาย ระเบียบและข้อบังคับของบริษัท พิจารณาแผนการลงทุนในธุรกิจต่างๆ ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการของบริษัท (ธัญพร จำเริญดารารัตน์, 2558)

อย่างไรก็ตามจะเห็นว่าประเด็นเรื่องการวิจัยและพัฒนาเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับประเทศไทย แต่งานวิจัยทางด้านบัญชีที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ยังมีไม่มากนักและยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนับตั้งแต่รัฐบาลมีการประกาศโมเดลไทยแลนด์ 4.0 ในปี พ.ศ.2559 ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของประเทศไทย แต่งานวิจัยในของ วิกรม มโนหมั่นศรัทธา (2558) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อยู่ใน SET 100 Index ตั้งแต่ปี พ.ศ.2555-2557 เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนที่ประเทศไทยมีการประกาศใช้โมเดลไทยแลนด์ 4.0 ส่วนงานวิจัยของ พรชนิตว์ แสงนภาวรรณ (2550) ที่ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาของบริษัทใน

กลุ่มธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 45 บริษัท ในปี 2547-2548 ก็เป็นงานวิจัยที่เกิดขึ้นก่อนการประกาศใช้นโยบายนี้เช่นกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ ปัจจุบันนับตั้งแต่รัฐบาลประกาศใช้โมเดลไทยแลนด์ 4.0
2. เพื่อทดสอบคุณลักษณะของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ ปัจจุบันนับตั้งแต่รัฐบาลประกาศใช้โมเดลไทยแลนด์ 4.0

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้บริษัททราบถึงสถานการณ์การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา และทำให้ทราบถึงคุณลักษณะของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ ปัจจุบัน ใช้เป็นข้อมูลให้กับบริษัทในการวางแผน กำหนดนโยบาย พิจารณาแผนการลงทุนและการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัท ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท นักลงทุน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เจ้าหนี้ และยังเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในประเทศ สร้างความตระหนักรู้ให้เห็นความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาให้กับภาครัฐและเอกชน รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี เพื่อให้ทุกภาคส่วนหันมาให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

การทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียถูกนำมาใช้ศึกษาเพื่ออธิบายเกี่ยวกับคุณลักษณะของบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียมีแนวคิดที่ว่า ผู้บริหารไม่ควรใส่ใจเพียงผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรเท่านั้น แต่ควรสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยและได้ขยายผู้มีส่วนได้เสียในมุมมองของบริษัทที่กว้างขึ้นว่าเป็นผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่นที่ไม่ได้มีสิทธิหรือมีเสียงในการดำเนินกิจการหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัททั้งพนักงาน ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต ชุมชนในท้องถิ่น และรัฐบาล R. Edward Freeman (1983) สนับสนุนแนวคิดนี้เนื่องจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอาจมีผลต่อ(หรือได้รับ) ผลกระทบจากการบรรลุเป้าหมายของบริษัท โดยเชื่อว่าบุคคลเหล่านี้มีผลกระทบ(หรือได้รับ) ผลกระทบจากความสำเร็จตามภารกิจขององค์กร ส่วน Carrol & Bucholtz (2006) อธิบายเหตุผลว่าทำไมผู้มีส่วนได้เสียจึงมีส่วนในกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานของบริษัท ในปัจจุบันไม่ได้มองเพียงแค่ผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุน แต่มองไปถึงเจ้าหนี้ ลูกค้า คู่แข่ง พนักงาน สื่อ ชุมชน หน่วยงานรัฐบาล องค์กร ส่วนพรพัตรา เอียวประดิษฐ์ (2555) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของกิจการและการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนใน SET 100 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 พบว่าบริษัทที่มีมูลค่าสินทรัพย์รวมสูงจะมีการเปิดเผย

ข้อมูลที่ครอบคลุมมากกว่าบริษัทที่มีมูลค่าสินทรัพย์รวมต่ำ เป็นการเปิดเผยให้ผู้มีส่วนได้เสียเห็นการบริหารสินทรัพย์ของบริษัท เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ถึงแม้ว่าความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียจะเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา ดังนั้นบริษัทต้องตอบสนองความต้องการของการเปลี่ยนแปลงของผู้มีส่วนได้เสียด้วย (Deegan, 2001)

การเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา

การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อค้นหา “นวัตกรรม” เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเพิ่มมูลค่าที่แตกต่างให้กับสินค้าและบริการ ในยุคที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้คู่แข่งในตลาดมีมากขึ้น แต่ละบริษัทก็งัดกลยุทธ์ขึ้นมาแข่งขันในรูปแบบที่หลากหลาย การเตรียมความพร้อมด้วยการให้ความสำคัญด้านการวิจัยและพัฒนา ทำให้แทบทุกกิจการที่รอดพ้นวิกฤติมาได้ ล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาทั้งสิ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นกุญแจนำไปสู่ความสำเร็จในอนาคต

การเปิดเผยข้อมูลที่ดีเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีประโยชน์ในการดูแลบริษัท สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ลงทุนเชื่อมั่นในการดำเนินงาน เชื่อว่าจะได้ประโยชน์ของตนอย่างเต็มที่ ทำให้บริษัทจำนวนมากให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา มีงานวิจัยพูดถึงจุดประสงค์ที่ทำให้บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลพบว่าบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมีการลงทุนในด้านสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนเป็นจำนวนมากเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีการสื่อสารผ่านทางกรเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา (Bozzolan et al., 2003) บางงานวิจัยพบว่าบริษัทเปิดเผยข้อมูลจำนวนมากมีแนวโน้มที่มีต้นทุนเงินทุนต่ำ เพราะต้นทุนเงินทุนต่ำมีประโยชน์เพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าควรลงทุนหรือไม่ควรลงทุนในโครงการใดบ้างของบริษัท (Francis et al., 2008) เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนและลูกค้า ผ่านการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา (Garcia-Meca et al., 2005) บริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาทำให้เห็นมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท (Jones, 2007; Merkley, 2014)

การพัฒนาสมมติฐาน

H₁: ขนาดของบริษัท (SIZE) งานวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล และใช้สินทรัพย์รวมเป็นเกณฑ์ในการวัดขนาดของบริษัท Zoysa & Wijewardena (2003) กล่าวว่าบริษัทขนาดใหญ่มีการเปิดเผยข้อมูลมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก เพราะบริษัทขนาดใหญ่มีต้นทุนในการเปิดเผยข้อมูลให้มีคุณภาพก็ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นไปด้วย ค่าใช้จ่ายในการเปิดเผยข้อมูลต่อขนาดของบริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมีต้นทุนในการจัดทำที่ต่ำกว่าบริษัทขนาดเล็ก เนื่องจากบริษัทขนาดเล็กอาจมีงบประมาณในการเปิดเผยข้อมูลไม่เพียงพอทำให้ข้อมูลที่ถูกเปิดเผยมีคุณภาพน้อยกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ดังนั้นคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจะมีความสัมพันธ์ทางตรงกับขนาดของบริษัทและผลการดำเนินงานของบริษัทนั่นเอง ส่วน Skinner (2003) กล่าวว่า การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์จะเพิ่มมากขึ้นตามขนาดขององค์กร เป็นการลดต้นทุนเกี่ยวกับกฎหมายที่เกิดจากความเสียหายที่มีการฟ้องร้อง ส่วน Lang & Lundholm (1993) พบว่าบริษัทขนาดใหญ่มีการเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณภาพมากกว่าบริษัทที่มีขนาดเล็ก และบริษัทที่มีผลการดำเนินงานดีในปัจจุบันจะมีการเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณภาพสูงกว่าบริษัทที่มีผลการดำเนินงานต่ำ ขณะที่ Gary (1999) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา ส่วน

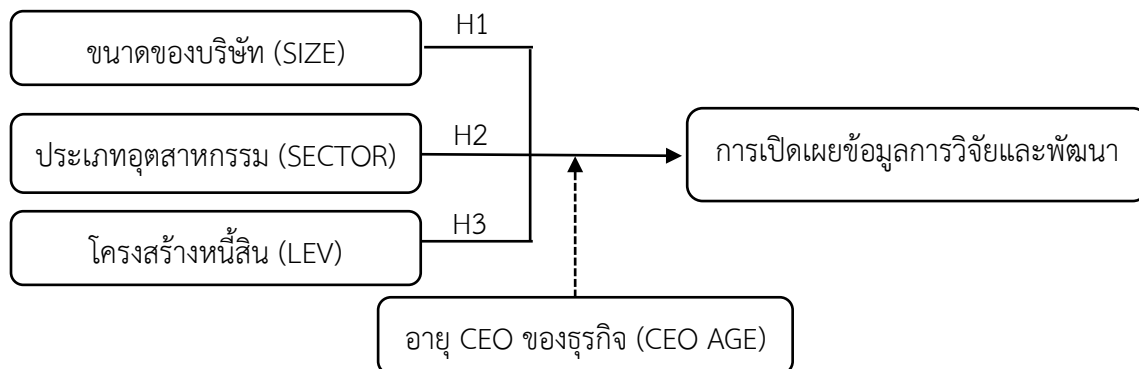
จิตติมา กิ่งแก้ว (2554) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามความสมัครใจ ดังนั้นผลการศึกษาในอดีตข้างต้น ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ตั้งสมมติฐานว่า H_1 : ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา เพราะบริษัทขนาดใหญ่มีข้อได้เปรียบในเรื่องของการประหยัดต่อขนาดของการจัดทำข้อมูลและการเปิดเผยข้อมูลให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับการบริหารงานของบริษัท

H_2 : ประเภทอุตสาหกรรม (SECTOR) งานวิจัยส่วนใหญ่พบว่า บริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน มีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลที่คล้ายกันและเปิดเผยในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยมักจะเปิดเผยถึงกลยุทธ์ของบริษัท ความไม่แน่นอนและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Zeng et al., 2012) อย่างเช่น กลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องคิดถึงเรื่องของสุขภาพและความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็น อาหาร เครื่องดื่ม เซรามิก สารเคมี และปูนซีเมนต์ จะมีการเปิดเผยข้อมูลด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย Rizk, Dixon, & Woodhead (2008) มีความเห็นว่า แต่ละอุตสาหกรรมมีการเปิดเผยข้อมูลที่แตกต่างกันเพราะข้อมูลของแต่ละประเภทมีผลต่อบริษัทแตกต่างกันออกไป บางประเภทส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัท บางประเภททำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท ชุมชนและผู้ลงทุนดีขึ้น หรือมีความจำเป็นต้องเปิดเผยเพราะมีข้อบังคับของกฎหมายกำหนดไว้ให้ต้องปฏิบัติตาม ส่วนงานวิจัยของ Gary (1999) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอุตสาหกรรมกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา ผลที่พบคือ บริษัทด้านซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และไบโอเทค มีการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นจำนวนมาก ส่วนบริษัทอื่นๆ มีการเปิดเผยข้อมูลรองลงมา โดยครึ่งหนึ่งเป็นการเปิดเผยในส่วนของภาพรวมของบริษัท ซึ่งเป็นการเปิดเผยอยู่ในรายงานประจำปี มุ่งเน้นไปที่การเปิดเผยผลลัพธ์ (Output) คือการเปิดเผยความสำเร็จของการวิจัยและพัฒนาในปัจจุบัน พร้อมทั้งเปิดเผยศักยภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ Bozzolan et al., (2003) พบว่าบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมักจะมีการลงทุนอย่างมากในด้านสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนเป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีการสื่อสารผ่านการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ขณะทำงานวิจัยของวิกรม มโนหมั่นศรัทธา (2558) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา พบว่าประเภทอุตสาหกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา ดังนั้นผลการศึกษาในอดีตข้างต้น ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ตั้งสมมติฐานว่า H_2 : ประเภทอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา เพราะบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกันมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน หรือมีการใช้นโยบายเดียวกันหรือคล้ายกัน

H_3 : โครงสร้างหนี้ (LEV) เงินทุนของบริษัทมาจากแหล่งเงินทุนภายในบริษัท หรือภายนอกบริษัทที่ได้จากการก่อหนี้สิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเงินทุนมาขยายกิจการหรือใช้ในการดำเนินงานเงินทุนเป็นทรัพยากรที่สำคัญใช้สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท ผู้บริหารต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเจ้าหนี้ให้เป็นถึงผลการดำเนินงานที่ดีของบริษัทและทำให้บริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้ด้วยการเปิดเผยข้อมูลบริษัทที่มีคุณภาพ ถ้าบริษัทมีโครงสร้างหนี้ที่ประกอบด้วยหนี้สินที่มีสัดส่วนที่สูงจะมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลในปริมาณที่มากกว่าบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้สินของโครงสร้างเงินทุนต่ำกว่า (Alsaed, 2006) และหนี้สินยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นให้บริษัทเพิ่มการทำกิจกรรมด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงมีการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองความคาดหวังของนักลงทุนที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ทำให้เจ้าหนี้สามารถคาดการณ์ได้ว่าบริษัทจะสามารถดำเนินงานได้อย่าง

ต่อเนื่องในระยะยาว ทำให้บริษัทที่มีความต้องการกู้เงินมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนามากขึ้น จากการศึกษาของฐิติมา กิ่งแก้ว (2554) พบว่าบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้สินสูงจะมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ ส่วนงานวิจัยของวิกรม มโนหมั่นศรัทธา (2558) พบว่าบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้สินสูงจะมีแนวโน้มของการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาน้อยกว่าบริษัทที่สัดส่วนหนี้สินต่ำ ดังนั้นผลการศึกษาในอดีตข้างต้น ทำให้การศึกษานี้ตั้งสมมติฐานว่า H₃ : โครงสร้างหนี้มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา เพราะเงินทุนที่มาจากส่วนของผู้ถือหุ้นนั้นย่อมตามมาด้วยภาระดอกเบี้ยจ่ายที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน กิจกรรมใดที่พึงพิงเงินทุนที่มาจากแหล่งนี้มากเกินไป ความเสี่ยงทางฐานะการเงินกิจการย่อมมีสูงตามไปด้วยจึงเลือกไม่เปิดเผย

การศึกษานี้มีการกำหนดตัวแปรควบคุมคืออายุ CEO ของธุรกิจ เนื่องผู้บริหารอายุมากมักจะมีรายได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อเปรียบเทียบกับผู้บริหารที่มีอายุน้อย เพราะประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ (ฉันทพร จำเริญดารารัตน์, 2558) พบว่าอายุของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 8 กลุ่มอุตสาหกรรม เปรียบเทียบกับโมเดลไทยแลนด์ 4.0 ทำให้ได้ประชากร 6 กลุ่มอุตสาหกรรม โดยแบ่งเป็น 5 อุตสาหกรรมเดิม (First S-Curve) คืออุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) คือหุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร และอุตสาหกรรมที่ไม่อยู่ใน S-Curve ที่ประกอบด้วย 20 หมวดธุรกิจ ซึ่งมีประชากร 331 บริษัท ใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง 181 บริษัท และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แต่มีบางบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน 8 บริษัท จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 173 บริษัท สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดในหรือหลังวันที่ 31 ธันวาคม 2559 เป็นต้นไป สามารถบัญชี จึงได้ 519 ตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บข้อมูลจากงบการเงิน รายงานประจำปี ตั้งแต่ปี 2559-2561 เก็บข้อมูลคุณลักษณะของบริษัทที่ 3 ตัวได้แก่ ขนาดของบริษัท (SIZE) ซึ่งวัดค่าจาก Natural Logarithm ของสินทรัพย์รวม ประเภทอุตสาหกรรม (SECTOR) มี 6 กลุ่มอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วย 20 หมวดธุรกิจ และกำหนดค่าให้หมวดธุรกิจเป็นตัวแปรหุ่น ถ้าเป็นหมวดธุรกิจที่อยู่ใน S-Curve = 1 และ Non S-Curve = 0 โครงสร้างหนี้สิน (LEV) วัดค่าจากอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ตัวแปรควบคุม อายุ CEO ของธุรกิจ (CEO AGE) วัดค่าจากอายุของผู้บริหารสูงสุดในปีที่ทำการเก็บข้อมูล ตัวแปรตามเป็นการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาที่เลือกใช้ การนับประโยชน์ ใช้วิธีการนับความถี่ของ “Text Unit” ด้วยการจัดประเภทการเปิดเผยข้อมูลออกเป็น Input การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา, Output การเปิดเผยความสำเร็จของการวิจัยและพัฒนาในปัจจุบันและศักยภาพที่เพิ่มขึ้นในอนาคต, Future Expenditure การเปิดเผยการคาดการณ์ของการวิจัยและพัฒนาในอนาคตด้านตัวเงินและเนื้อหาในการวิจัยและพัฒนา, Financial เป็นการเปิดเผยข้อมูลด้านบัญชีหรือตัวเงิน, Strategy เป็นการเปิดเผยการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับของการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statics) อธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับระดับการเปิดเผยข้อมูลและคุณลักษณะของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูล ด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ส่วนการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ใช้อธิบายการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา กับขนาดของบริษัท ประเภทอุตสาหกรรม โครงสร้างหนี้สิน และอายุ CEO ของธุรกิจ ส่วนการวิเคราะห์คุณลักษณะของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1

สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
SIZE (LN)	5.36	14.67	9.05	1.67
LEV	-11.66	26.54	.99	1.65
CEO AGE	33.00	86.00	59.12	10.45
TEXUNIT	.00	51.00	10.99	9.86
ตัวแปรค่าไม่ต่อเนื่อง (Discrete Variable)				
ตัวแปร	N	Dummy = 1	Dummy = 0	%
SECTOR	173.00	90.00	83.00	50.00

จากการวิเคราะห์ค่าลอการิทึมธรรมชาติขนาดของบริษัทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.67 ค่าต่ำสุดคือ 5.36 และค่าสูงสุดคือ 14.67 โครงสร้างหนี้สินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.65 ค่าต่ำสุดคือ -11.66 และค่าสูงสุดคือ 26.54 อายุ CEO ของธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 59.12 ปีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.45 ค่าต่ำสุดคือ 33 ปี และค่าสูงสุด

คือ 86 ปี ปริมาณการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.99 ประโยค ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.86 ค่าต่ำสุดคือ 0 ประโยค และค่าสูงสุดคือ 51 ประโยค จากกลุ่มตัวอย่าง 519 ตัวอย่าง พบว่ามีการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา 474 ตัวอย่าง ส่วนตัวแปรที่เป็นตัวแปรหุ่นอย่าง SECTOR หรือประเภทอุตสาหกรรมที่เป็นอุตสาหกรรม S-Curve เท่ากับ 90 บริษัท อุตสาหกรรมอื่น ๆ หรือ Non S-Curve 83 บริษัท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 50.00

ตารางที่ 2

ปริมาณการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาแยกตามปีและแยกตามเรื่องที่เปิดเผยข้อมูล

เรื่องที่เปิดเผยข้อมูล	ปี			TEXUNIT ทั้งหมด	TEXUNIT เฉลี่ย	ร้อยละ
	2559	2560	2560			
Input	1,037.00	1,297.00	1,471.00	3,805.00	7.33	66.68
Output	232.00	247.00	286.00	765.00	1.47	13.41
Future Expenditure	52.00	49.00	50.00	151.00	0.29	2.65
Financial	35.00	38.00	36.00	109.00	0.21	1.91
Strategy	251.00	263.00	362.00	876.00	1.69	15.35
TEXUNIT ทั้งหมด	1,607.00	1,894.00	2,205.00	5,706.00	10.99	100.00
TEXUNIT เฉลี่ย	9.29	10.95	12.75	10.99		

ปริมาณการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2561 ปี 2559 มีการเปิดเผยข้อมูลโดยเฉลี่ย 9.29 ประโยค ปี 2560 เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 10.95 ประโยค และปี 2561 เฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากปีเก่าเป็น 12.75 ประโยค ทั้งสามปีมีการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาเฉลี่ย 10.99 ประโยค การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา มีระดับของการเปิดเผยข้อมูลไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2561 และจากตารางบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ Input หรือการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในการวิจัยและพัฒนามากที่สุดคือร้อยละ 66.68 รองลงมาเป็น Strategy หรือการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ของบริษัทคือร้อยละ 15.35 รองลงมาเป็น Output หรือการเปิดเผยความสำเร็จของการวิจัยและพัฒนาในปัจจุบันและศักยภาพที่เพิ่มขึ้นในอนาคตของบริษัทคือร้อยละ 13.41 รองลงมาเป็น Future Expenditure หรือการเปิดเผยการคาดการณ์ของการวิจัยและพัฒนาในอนาคตของบริษัทคือร้อยละ 2.65 ส่วนที่เปิดเผยน้อยสุดก็คือ Financial หรือการเปิดเผยข้อมูลด้านบัญชีหรือตัวเงินที่บริษัทใช้ในการวิจัยและพัฒนาของบริษัทคือร้อยละ 1.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 3

สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด (Correlation Coefficient)

ตัวแปร (Variable)	TEXUNIT	SIZE	SECTOR	LEV	CEO AGE	VIF
TEXUNIT	1					
SIZE	.446**	1				1.187
SECTOR	.045	.224**	1			1.086
LEV	.022	.206**	-.010	1		1.290
CEO AGE	.117**	.046	.065	-.054	1	1.023

หมายเหตุ: *ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.05, **ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.01

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูล การวิจัยและพัฒนา รวมทั้งตัวแปรควบคุม คืออายุ CEO ของธุรกิจ พบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนามากที่สุด $r = 0.446$ เมื่อทำการตรวจสอบ Multi Collinearity ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.023 ถึง 1.290 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าไม่มีตัวแปรอิสระใดเป็นตัวแปรตัวเดียวกัน ทำให้สามารถนำมาวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ได้

ตารางที่ 4

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-19.401	3.032		-6.398	0
SIZE	2.699	.250	.458	10.785	.000***
SECTOR	-1.369	.802	-.069	-1.707	.088*
LEV	-.527	.265	-.088	-1.984	.048**
CEO AGE	.093	.037	.099	2.506	.013**
R Square					.222
Adjusted R Square					.212
F-Value (Sig)					20.889(.000)

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญที่ 0.1, **ระดับนัยสำคัญที่ 0.05, ***ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาพบว่าค่า R Square มีค่าเท่ากับ 0.222 หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย ขนาดของบริษัท ประเภทอุตสาหกรรม โครงสร้างหนี้สิน โดยมีอายุ CEO ของธุรกิจเป็นตัวแปรควบคุม สามารถนำมาอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 22.2 หรือเท่ากับร้อยละ 21.2 หากดูจากค่า Adjusted R Square ส่วนผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่าคุณลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ ขนาดของบริษัทและอายุ CEO ของธุรกิจส่งผลในทิศทางบวกกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา ส่วนประเภทอุตสาหกรรมและโครงสร้างหนี้สินส่งผลในทิศทางลบต่อการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา

สรุปและอภิปรายผล

ขนาดของบริษัท (SIZE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zoysa & Wijewardena (2003) ที่พบว่าขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล คือบริษัทขนาดใหญ่มี

การเปิดเผยข้อมูลมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก เพราะบริษัทขนาดใหญ่มีต้นทุนในการเปิดเผยข้อมูลให้มีคุณภาพก็ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นไปด้วย ค่าใช้จ่ายในการเปิดเผยข้อมูลต่อขนาดของบริษัทขนาดใหญ่จะมีต้นทุนในการจัดทำที่ต่ำกว่าบริษัทขนาดเล็ก เนื่องจากบริษัทขนาดเล็กอาจมีงบประมาณในการจัดทำ การเปิดเผยข้อมูลไม่เพียงพอทำให้ข้อมูลที่ถูกเปิดเผยมีคุณภาพน้อยกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ดังนั้นคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจะมีความสัมพันธ์ทางตรงกับขนาดของบริษัทและผลการดำเนินงานของบริษัทนั่นเอง ส่วน Skinner (2003) กล่าวว่า การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์จะเพิ่มมากขึ้นตามขนาดขององค์กร เป็นการลดต้นทุนเกี่ยวกับกฎหมายที่เกิดจากความเสียหายที่มีการฟ้องร้อง ส่วน Lang & Lundholm (1993) พบว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่มีการเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณภาพมากกว่าบริษัทที่มีขนาดเล็ก และบริษัทที่มีผลการดำเนินงานดีจะมีการเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณภาพสูงกว่าบริษัทที่มีผลการดำเนินงานต่ำ ส่วนประเภทอุตสาหกรรม (SECT)R มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1 ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeng et al., (2012) ที่พบว่าบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน มีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลที่คล้ายกันและเปิดเผยในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยมักจะเปิดเผยถึงกลยุทธ์ของบริษัท ความไม่แน่นอนและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต Rizk, Dixon, & Woodhead (2008) พบว่าแต่ละอุตสาหกรรมมีการเปิดเผยข้อมูลที่แตกต่างกันเพราะข้อมูลของแต่ละประเภทมีผลต่อบริษัทแตกต่างกัน บางประเภทส่งผลกระทบต่อบริษัท บางประเภทส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัท บางประเภททำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท ชุมชนและผู้ลงทุนดีขึ้น หรือบางประเภทมีความจำเป็นต้องเปิดเผยเพราะมีข้อบังคับของกฎหมายกำหนดไว้ให้ต้องปฏิบัติตาม ส่วนงานวิจัยของ Gary (1999) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอุตสาหกรรมกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา ผลที่พบคือ บริษัทด้านซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์และไบโอเทค มีการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นจำนวนมาก ส่วนบริษัทอื่นๆ มีการเปิดเผยข้อมูลรองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับ Bozzolan et al., (2003) พบว่าบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงจะมีการลงทุนอย่างมากในด้านสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนเป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีการสื่อสารผ่านการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ส่วนโครงสร้างหนี้สิน (LEV) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายความว่าบริษัทที่มีโครงสร้างหนี้สินสูงมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลน้อยกว่าบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้สินต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิกรรม มโนหมั่นศรัทธา (2558) ที่พบว่าบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้สินสูงจะมีแนวโน้มของการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาน้อยกว่าบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้สินต่ำ เช่นเดียวกับฐิติมา กิ่งแก้ว (2554) พบว่าบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้สินสูงจะมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ ส่วนอายุ CEO ของธุรกิจ (CEO AGE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก CEO อายุมากมีความได้เปรียบด้านการแข่งขัน เมื่อเปรียบเทียบกับ CEO อายุyoung เพราะ CEO ทำหน้าที่บริหารจัดการและควบคุมดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ นโยบาย ระเบียบและข้อบังคับของบริษัท พิจารณาแผนการลงทุนในธุรกิจต่างๆ ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและผู้มีส่วนได้เสียอย่างเช่นนักลงทุน ลูกค้า เป็นต้น ผู้บริหารอายุมากจะมีวุฒิภาวะสูง มีประสบการณ์ในการบริหารงาน มีทักษะในการบริหารงานเพื่อกำหนดทิศทางขององค์กรให้สามารถดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และตอบสนองความต้องการให้กับผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเต็มที่ (ธัญพร จำเริญดารารัตน์, 2558)

จากการศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา พบว่าการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา มีระดับของการเปิดเผยข้อมูลไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2561 และศึกษาคุณลักษณะของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าคุณลักษณะของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ ขนาดของบริษัทและอายุ CEO ของธุรกิจส่งผลในทิศทางบวกกับการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา ส่วนประเภทอุตสาหกรรมและโครงสร้างหนี้สินส่งผลในทิศทางลบต่อการเปิดเผยข้อมูลการวิจัยและพัฒนา

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีตั้งแต่ปี 2559-2561 ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเพียง 3 ปี และเก็บจากรายงานประจำปีเพียงสื่อเดียว ส่วนประชากรที่ใช้ในการศึกษา ใช้ประชากรจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพียงกลุ่มเดียวและเลือกเฉพาะอุตสาหกรรมที่อยู่ในโมเดลไทยแลนด์ 4.0 เท่านั้น ซึ่งอาจไม่เพียงพอ งานวิจัยในอนาคตควรจะเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยและพัฒนาจากสื่ออื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น และควรเก็บข้อมูลให้มากกว่า 3 ปี เพื่อดูแนวโน้มในระยะยาวของการเปลี่ยนแปลง ส่วนในด้านของประชากรควรเลือกประชากรทุกอุตสาหกรรมและทุกหมวดธุรกิจมาใช้ในการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- จิตติมา กิ่งแก้ว. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามความสมัครใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉันทพร จำเริญดาราศรี. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างของคณะกรรมการและคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุด กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรพัตรา เอี้ยวประดิษฐ์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเฉพาะของกิจการและการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายชื่อหลักทรัพย์ในดัชนี SET 100. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรชนิดร์ แสงนาวรรณ. (2550). การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาของบริษัทในกลุ่มธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิกรม มโนหมั่นศรีธา (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Alsaeed, K. (2006). The Association between Firm Specific Characteristics and Disclosure: The Case of Saudi Arabia. *Managerial Auditing Journal*, 21 (5), 476–496.
- Bozzolan, S., Favotto, F., & Ricceri, F. (2003). Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 4(4), 543–558.

- Carrol, A., & Bucholtz, A. K. (2006). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. South western Publishing: Thompson.
- Deegan, C. (2001). *Financial Accounting Theory*. Roseville, NSW: McGraw-Hill Book Company Australia Pty. Limited.
- Francis, J., Nanda, D. & Olsson, P. (2008). Voluntary disclosure, earnings quality, and cost of capital. *Journal of Accounting Research*, 46, 53–99.
- Garcia-Meca, E., Parra, I., Martinez, I., & Larran, M. (2005). The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts. *European Accounting Review*, 14(1), 63-94.
- Gary M. Entwistle. (1999). Exploring the R&D Disclosure Environment, *American Accounting Association – Accounting Horizons*. 13(4) December 1999, 323- 341.
- Jones, D. A. (2007). Voluntary disclosure in R&D-intensive industries. *Contemporary Accounting Research*, 24(2), 489–522.
- Lang, M., & R. Lundholm. (1993). Cross-sectional determinants of analysts ratings of corporate disclosures. *Journal of Accounting Research (Autumn)*, 246-271.
- Merkley, K. (2014). Narrative disclosure and earnings performance: Evidence from R&D disclosures. *The Accounting Review*, 89(2), 725–757.
- R. Edward Freeman. (1983). *Strategic Management A Stakeholder Approach*. University of Minnesota. 47.
- Rizk, R., Dixon, R. & Woodhead, A. (2008). Corporate Social and Environmental Reporting: A Survey of Disclosure Practices in Egypt. *Social Responsibility Journal*, 4 (3), 306–323.
- Skinner, D. J. Should firms disclose everything to everybody? A discussion of “open cv. Closed conference calls: the determinants and effects of broadening access to disclosure. *Journal of Accounting and Economics*. 34 (2003): 181.
- Zeng S.X., Xu X.D., Yin H.T. & Tam C.M. (2012). Factors that Drive Chinese Listed Companies in Voluntary Disclosure of Environmental Information. *Journal of Business Ethics*, 109 (3), 309–321.
- Zoysa. A. D.; and Wijewardena, H. Financial disclosure in the corporate annual reports of Sri Lankan companies. *15 Asian-Pacific Conference on International Accounting*. Issues (2003): 22-25.

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบและการเปิดเผยข้อมูลใน หัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย The Relationship between Audit Committee Characteristics and Key Audit Matters Disclosures of Companies of the Stock Exchange of Thailand

จริญญา เหย็บแม

Charinya Yebmae¹

จิตติมา วิเชียรรักษ์

Jittima Wichianrak²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบและการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 403 บริษัท ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2561 การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการนับค่าในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชี ผลการวิจัย พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบมีจำนวนเฉลี่ย 3.15 คน โดยมีความเป็นอิสระร้อยละ 99.97 มีคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านบัญชีและการเงินเฉลี่ย 1.64 คน ซึ่งคณะกรรมการตรวจสอบมีความถี่ในการประชุมเฉลี่ยปีละ 5.9 ครั้ง และมีระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยอยู่ที่ 8.51 ปี ทั้งนี้จากการศึกษารายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่ พบว่า มีการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบเฉลี่ย 762.64 ค่า โดยเรื่องที่มีการเปิดเผยมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้รายได้ รองลงมาคือ การด้อยค่าของสินทรัพย์ สินค้าคงเหลือ และการวัดมูลค่าสินทรัพย์ตามลำดับ ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ และระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งโดยเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชี

คำสำคัญ: เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ คณะกรรมการตรวจสอบ

Abstract

This study aims to investigate the extent audit committee characteristics attributes and level of disclosure of Key Audit Matters (KAM) in the new auditor's reports, and to examines the relationship between the audit committee characteristics and the disclosure of KAM of companies listed in the stock exchange of Thailand. Using

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: charinya.nr@gmail.com

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: jittima.wi@psu.ac.th

403 companies, annual reports during 2016 to 2018 were used to quantify number of word counted by using content analysis. The results showed that the audit committee size had an average of 3.15 people, audit committee independence at 99.97 percent, audit committee financial literacy had an average at 1.64 person, audit committee frequency of meetings had an average at 5.9 times per year, audit committee had an average tenure of 8.51 years. Furthermore, this study found an average of KAM disclosure was 762.64 words. Moreover, the most common topic of KAM disclosures was revenue recognition following by asset impairment, inventory, and asset valuation. The study also found significant positive relationships between the audit committee frequency of meetings and KAM disclosures. However, there is a significant negative relationship between the tenure of audit committee and KAM disclosure.

Keywords: Key Audit Matters Disclosure, Audit Committee

บทนำ

หลังวิกฤตทางการเงินในปี ค.ศ.2008-2009 หน่วยงานทั่วโลกที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการกำกับดูแล การตรวจสอบได้เริ่มมีการปฏิรูปมาตรการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเกี่ยวกับการตรวจสอบ โดยเฉพาะในรายงานของผู้สอบบัญชี (Velte, 2018) เพราะในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาผู้สอบบัญชีได้แสดงความเห็นต่องบการเงินด้วยถ้อยคำที่เป็นมาตรฐาน โดยเริ่มจากแบบ 2 วรรค แบบ 3 วรรค และแบบ 6 วรรค โดยคณะกรรมการมาตรฐานการสอบบัญชีระหว่างประเทศ ได้เสนอให้ปรับเปลี่ยนรายงานของผู้สอบบัญชีเป็นรูปแบบใหม่อีกครั้ง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารข้อมูลในรายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งบการเงินมากขึ้น (ชาญชัย ชัยประสิทธิ์, 2559)

สำหรับในประเทศไทย ได้มีการประกาศใช้รายงานผู้สอบบัญชีรูปแบบใหม่ โดยบังคับใช้สำหรับ งบการเงินที่มีวันสิ้นสุดรอบบัญชีตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2559 เป็นต้นไป โดยบังคับใช้สำหรับ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เท่านั้น ซึ่งมีการกำหนดให้เปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติม ในหัวข้อ “เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (Key Audit Matters: KAM)” ในรายงานของผู้สอบบัญชี ซึ่งข้อมูลที่จะนำเสนอ ในหัวข้อนี้ได้ นั้น ต้องเป็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ หรือประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้สอบบัญชีพบในระหว่างการตรวจสอบ ซึ่งรวมถึงจุดบกพร่องที่สำคัญของการควบคุมภายในด้วย (นิพนธ์ เห็นโชคชนะ, 2560)

โดยผู้ที่ได้รับผลกระทบอันดับต้นๆ จากการเปลี่ยนแปลงรายงานของผู้สอบบัญชีครั้งนี้ คงหนีไม่พ้นคณะกรรมการตรวจสอบ (KPMG Phoomchai Audit, 2016) เนื่องจากคณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่ในการกำกับดูแลระบบการควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพ และควบคุมความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ภายในองค์กร โดยคณะกรรมการตรวจสอบนั้นต้องทำงานได้อย่างอิสระ แสดงความเห็นได้อย่างตรงไปตรงมา ตลอดจนหาข้อและสนับสนุนการทำงานของผู้สอบบัญชีจึงต้องมีการสื่อสารระหว่างกันเพื่อ สอบถามถึงปัญหาที่ผู้สอบบัญชีตรวจพบและคาดว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร (สำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2553) โดยคณะกรรมการตรวจสอบนั้นถือเป็น ตัวแทนของผู้ถือหุ้นที่มีส่วนช่วยในการลดความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นกับผู้บริหาร (Boonyanet and Promsen, 2018) และยังเป็นสื่อกลางระหว่างผู้บริหารกับผู้สอบบัญชีอีกด้วย (สมบุญรณ์ สาระพัด,

2547) อย่างไรก็ตามผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ซึ่งเป็นตัวแทนเข้ามาตรวจสอบจากภายนอก (External Audit) และคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งปฏิบัติงานตรวจสอบจากภายใน (Internal Audit) ต้องปฏิบัติงานร่วมกันในการตรวจสอบเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น (Velte, 2018) และจากการเปลี่ยนแปลงรายงานของผู้สอบบัญชีครั้งนี้ทำให้คณะกรรมการตรวจสอบต้องปรึกษากับผู้สอบบัญชีมากขึ้น โดยเน้นเรื่องที่น่าจะเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (KPMG Phoomchai Audit, 2016) อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้นอีกด้วย (ประภัสสร โปรงวิทยากร, สุรางค์ เห็นสว่าง และธนาวุฒิ สิริวัฒนธนกกุล, 2560) และนอกจากนี้เนื่องจากรายงานของผู้สอบบัญชีรูปแบบใหม่เพิ่งเริ่มบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2559 ทำให้นักวิจัยในอดีตที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ยังมีจำกัด (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย, ศิลปพร ศรีจันทเพชร และธนาวุฒิ ภักดี, 2562) อีกทั้งงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องยังไม่พบข้อสรุปของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบและการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชี ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นเหตุผลประกอบในการสนับสนุนหรือขัดแย้งผลงานวิจัยในอดีต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชี และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบและการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อสนับสนุนหรือขัดแย้งทฤษฎีตัวแทนที่ใช้ในการวิจัย และเพื่อให้ทราบถึงลักษณะของการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจ อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้องค์กรสามารถปรับปรุงโครงสร้างของคณะกรรมการตรวจสอบให้มีความเหมาะสมกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบอีกด้วย

การทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

การเปิดเผยข้อมูลเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ได้กำหนดให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายงานของผู้สอบบัญชีอีกครั้ง โดยการเพิ่มหัวข้อ “เรื่องสำคัญตรวจสอบ (KAM)” เข้าไปในรายงานของผู้สอบบัญชี เพื่อให้ผู้สอบบัญชีสามารถนำเสนอข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงในเรื่องที่ผู้สอบบัญชีเล็งเห็นว่าเป็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ โดยเรื่องนั้นต้องเคยสื่อสารกับคณะกรรมการตรวจสอบมาก่อน ซึ่งอาจรวมถึงความเสี่ยงที่มีความสำคัญที่ผู้สอบบัญชีต้องพิจารณาหรือประเด็นที่ผู้สอบตรวจพบในระหว่างการตรวจสอบข้อมูลทางการเงิน รวมถึงการระบุจุดบกพร่องของการควบคุมภายในและตรวจสอบภายในด้วย (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2558) โดยการนำเสนอข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (KAM) จะบังคับเฉพาะรายงานของผู้สอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

เท่านั้น ซึ่งบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่สิ้นสุดรอบบัญชีในหรือหลัง 31 ธันวาคม 2559 เป็นต้นไป (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2559)

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ของ Jensen and Meckling (1976) อธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร โดยทฤษฎีนี้จะมองว่าทุกคนย่อมมีแรงปรารถนาที่จะทำการใดเพื่อผลประโยชน์ของตัวเอง ซึ่งการสร้างผลประโยชน์ให้แก่ตนเองของผู้บริหารอาจไม่ได้สร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น (อิทธิมย์ อุยถาวรยิ่ง, 2558) ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริหารและผู้ถือหุ้นมีความไม่เท่าเทียมกัน โดยผู้บริหารนั้นจะมีอำนาจในการควบคุมและมีการเข้าถึงข้อมูลมากกว่าทำให้ผู้บริหารนั้นมีแนวโน้มที่จะบริหารงานเพื่อประโยชน์ของตนเองมากกว่าประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ส่งผลให้ผู้ถือหุ้นนั้นต้องแต่งตั้งบุคคลเข้ามาสอดส่องการปฏิบัติงานของผู้บริหารและเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น (ประภัสสร โปร่งวิทยากร และคณะ, 2560) โดยผู้สอบบัญชีนั้นก็ถือเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นจากภายนอกที่เข้ามาตรวจสอบข้อมูลทางการเงิน และสื่อสารข้อเท็จจริงจากการตรวจสอบผ่านรายงานของผู้สอบบัญชีไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ (Boonyanet and Promsen, 2018) และนอกจากนี้ผู้ถือหุ้นยังมีอีกหนึ่งเครื่องมือที่ช่วยลดความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นกับผู้บริหาร นั่นก็คือ คณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นตัวแทนจากภายในเพื่อสอดส่องการปฏิบัติงานของผู้บริหาร สอบทานข้อมูลทางการเงิน ระบบควบคุมภายใน และระบบการตรวจสอบภายใน (อิทธิมย์ อุยถาวรยิ่ง, 2558) อย่างไรก็ตามผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ซึ่งเป็นตัวแทนเข้ามาตรวจสอบจากภายนอก (External Audit) และคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งปฏิบัติงานตรวจสอบจากภายใน (Internal Audit) ต้องปฏิบัติงานร่วมกันในการตรวจสอบเพื่อช่วยกันรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น (Velte, 2018) ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหารอีกด้วย (ประภัสสร โปร่งวิทยากร และคณะ, 2560) โดยจากการเปลี่ยนแปลงรายงานของผู้สอบบัญชีในครั้งนี้ ทำให้ผู้สอบบัญชีและคณะกรรมการตรวจสอบต้องมีการสื่อสารและปรึกษาหารือกันมากขึ้นโดยเน้นเรื่องที่น่าจะเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (KPMG Phoomchai Audit, 2016)

การพัฒนาสมมติฐานการศึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ Yatim (2009) พบว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบนั้นมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการบริหารจัดการความเสี่ยงภายในองค์กร สอดคล้องกับ Goodwin-Stewart and Kent (2006) ที่พบว่า ยิ่งคณะกรรมการตรวจสอบมีจำนวนเพิ่มขึ้นจะยิ่งส่งผลให้ค่าสอบบัญชีสูงขึ้น เพราะการมีคณะกรรมการตรวจสอบเพิ่มขึ้นจะทำให้มีความต้องการงานตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีภายนอกที่มีคุณภาพสูงขึ้น ค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้น และค่าสอบบัญชีก็มีอิทธิพลในเชิงบวกกับการเปิดเผยเรื่องสำคัญในการตรวจสอบด้วย (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562) จากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H₁: จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ ปริศนา เยาวमार และคณะ (2561) พบว่าคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นอิสระจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อค่าสอบบัญชีเพราะกรรมการตรวจสอบที่เป็นอิสระนั้นจะไม่มีส่วนได้เสียกับบริษัท จึงต้องการงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพสูง เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อรายงานการเงิน สอดคล้องกับ Goodwin-Stewart and Kent (2006) พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเป็นอิสระสูงจะสนับสนุนการทำงานของผู้สอบบัญชีอย่างเต็มที่ มีความต้องการงานตรวจสอบที่มีคุณภาพสูงขึ้น ค่าสอบบัญชีก็เพิ่มขึ้น และค่าสอบบัญชีนั้นก็ยังมีอิทธิพลในเชิงบวกกับจำนวนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบอีกด้วย (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562) จากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H₂: ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ความรู้ความชำนาญด้านบัญชีและการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ คุณากร คำพุดม (2549) พบว่าคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้และมีความชำนาญด้านบัญชีจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ร่วมกันกับผู้สอบบัญชีได้เป็นอย่างดีเพื่อสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างปฏิบัติหน้าที่กับผู้สอบบัญชี ส่งเสริมให้มีการจัดการความเสี่ยงภายในองค์กรดีขึ้น (Yatim, 2009) สอดคล้องกับ Abbott et al. (2003) ที่พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้มีความชำนาญด้านบัญชีและด้านการเงินนั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับค่าสอบบัญชี อีกทั้งค่าสอบบัญชีนั้นก็มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับจำนวนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบด้วย (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562) จากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H₃: ความรู้ความชำนาญด้านบัญชีและการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ Yatim (2009) พบว่า ยิ่งคณะกรรมการตรวจสอบจัดประชุมบ่อยครั้งจะทำให้องค์กรมีการบริหารจัดการความเสี่ยงดีขึ้น สอดคล้องกับ Goodwin-Stewart and Kent (2006); ปริศนา เยาวमार และคณะ (2561) ที่พบว่าความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบนั้นมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อค่าสอบบัญชีเนื่องจากคณะกรรมการตรวจสอบจะต้องการงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพมากขึ้น ปริมาณงานของผู้สอบสูงขึ้นทำให้ค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และค่าสอบบัญชียังนั้นก็มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับจำนวนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบด้วย (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562) จากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H₄: ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2553) พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบนั้นไม่ควรดำรงตำแหน่งในองค์กรใดองค์กรหนึ่งเป็นเวลานาน เพราะจะทำให้คุ้นเคยกับองค์กรและอาจจะเลยการปฏิบัติหน้าที่ สอดคล้องกับ กัลยาภรณ์ ปานมะเรียง (2558) ที่พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบนั้นหากดำรงตำแหน่งนานเกินไปจะไม่แสวงหาแนวคิดใหม่ๆ ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ทั้งนี้การดำรงตำแหน่งมานานอาจทำให้ขาดความเป็นกลางและ

ความคิดอาจคล้อยตามฝ่ายบริหารได้ เนื่องจากสนิทกับผู้บริหารมากเกินไป (Velte, 2018) จากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H₅: ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่

นอกจากนี้ในการศึกษาครั้งนี้ยังใช้ตัวแปรควบคุมในการศึกษา ได้แก่ ขนาดของกิจการ ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี และผลขาดทุนจากการดำเนินงาน ซึ่งมาจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตของ ชาญชัย ตั้งเรือนรัตน์ (2560) ที่พบว่า ขนาดของกิจการที่ใหญ่ขึ้นจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบเพราะยิ่งกิจการใหญ่ขึ้นจะมีการดำเนินการที่ซับซ้อนขึ้นมีรายการที่ต้องตรวจสอบมากขึ้น ทำให้เกิดความเสี่ยงภายในกิจการสูงขึ้น และยังพบอีกว่าหากใช้บริการบริษัทสอบบัญชี Big 4 จะทำให้เปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบมากกว่าการใช้บริการบริษัทสอบบัญชีที่ไม่ใช่ Big 4 (Velte, 2018) และทั้งนี้ เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ (2562) ยังพบว่าหากบริษัทประสบภาวะขาดทุนจะทำให้เปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบมากขึ้นด้วย เนื่องจากผู้สอบบัญชีนั้นต้องใช้ความระมัดระวังค่อนข้างสูงในการตรวจสอบอีกด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในระหว่างปีพ.ศ. 2559-2561 เนื่องจากเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานผู้สอบบัญชีเริ่มบังคับใช้สำหรับการเงินที่มีวันสิ้นสุดงวดในหรือหลัง 31 ธันวาคม 2559 โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 403 บริษัท ทั้งนี้ไม่รวมบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในกลุ่ม เอ็ม เอ ไอ กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ กองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) รวมทั้งบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน เพราะกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะต่างจากอุตสาหกรรมอื่น (สมบูรณ์ สารพัด, 2547) บริษัทที่อยู่ในระหว่างฟื้นฟูกิจการเพราะไม่สามารถระดมกลุ่มอุตสาหกรรมได้อย่างชัดเจน และบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีการวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ตารางแสดงการวัดค่าตัวแปร

ตัวแปร	คำย่อ	การวัดค่า
ตัวแปรตาม		
การเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ	Y	จำนวนค่าที่เปิดเผยในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ
ตัวแปรอิสระ		
จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ	X ₁	จำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบ
ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ	X ₂	สัดส่วนของคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นอิสระต่อจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด
ความชำนาญทางด้านบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ	X ₃	สัดส่วนของคณะกรรมการตรวจสอบที่จบการศึกษาด้านบัญชีหรือการเงินต่อคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด

ตารางที่ 1

ตารางแสดงการวัดค่าตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	คำย่อ	การวัดค่า
ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	X ₄	ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ ใน 1 ปี
ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบ	X ₅	จำนวนปีในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบทุกคนต่อจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (เศษของปีนับเป็น 1 ปี)
ตัวแปรควบคุม		
ขนาดกิจการ	X ₆	ค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม
ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี	X ₇	ตัวแปรหุ่น (1= Big4, 0=Non-Big4)
ผลขาดทุนจากการดำเนินงาน	X ₈	ตัวแปรหุ่น (1= ขาดทุน, 0=ไม่ขาดทุน)

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่ งบการเงิน และรายงานประจำปีของกลุ่มประชากร ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2

แสดงผลค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ตัวแปร	Min	Max	Mean	S.D.
ตัวแปรอิสระ				
คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ				
จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (คน)	3	5	3.15	0.36
ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ (คน)	2	5	3.15	0.36
สัดส่วนกรรมการที่มีความเป็นอิสระต่อกรรมการตรวจสอบ ทั้งหมด	0.89	1.00	0.9997	0.0055
ความรู้ความชำนาญด้านบัญชีและการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ (คน)				
สัดส่วนกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านบัญชีและการเงินต่อกรรมการตรวจสอบทั้งหมด	0.11	1.00	0.52	0.22
ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (ครั้ง)				
ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบ (ปี)	1	28	8.51	4.80
ตัวแปรตาม				
การเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ				
จำนวนคำ (คำ)	244	2,408	762.64	344.65
จำนวนเรื่อง (เรื่อง)	1	5	2.03	0.83
ตัวแปรควบคุม				
ขนาดของกิจการ (ล้านบาท)	235.31	2,273,376.37	30,685.16	130,698.14

ตารางที่ 2

แสดงผลค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) (ต่อ)

ตัวแปรควบคุมที่เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable)	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ประเภทสำนักงานสอบบัญชี		
- ใช้บริการบริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่ (Big4)	257	63.77
- ใช้บริการบริษัทสอบบัญชีที่ไม่ใช่บริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่ (Non-Big4)	146	36.23
ผลขาดทุนจากการดำเนินงาน		
- บริษัทที่มีผลขาดทุนจากการดำเนินงาน	145	35.98
- บริษัทที่ไม่มีผลขาดทุนจากการดำเนินงาน	258	64.02

ตารางที่ 3

แสดงลำดับเรื่องที่มีการนำเสนอมากที่สุดในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2561

ลำดับ	เรื่อง	ร้อยละ
1.	การรับรู้รายได้	27.45
2.	การต่อจ่ายของสินทรัพย์	15.25
3.	สินค้าคงเหลือ	14.96
4.	การวัดมูลค่าสินทรัพย์	14.14
5.	การควบคุมกิจการและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	7.23
6.	ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	5.53
7.	ภาษีเงินได้รอดัดบัญชี	4.35
	อื่น ๆ	11.09

ตารางที่ 4

แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈
Y	1								
X ₁	-.023	1							
X ₂	-.023	.041	1						
X ₃	.110*	.124*	.018	1					
X ₄	.233**	.088	.023	.001	1				
X ₅	-.170**	-.193**	.035	-.021	-.036	1			
X ₆	.369**	-.051	.017	.088	.369**	-.056	1		
X ₇	.234**	-0.063	.066	.153**	.093	-.153**	.337**	1	
X ₈	.074	-.057	.037	-.006	-.090	-.065	-.189**	-.134**	1
VIF		1.048	1.011	1.036	1.163	1.036	1.344	1.215	1.056

หมายเหตุ: *ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.05, **ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.01

จากตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเพราะหากตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากเกินไปหรือตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กันเองอาจจะก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity โดยทั่วไปเกณฑ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่ใช้บอกความสัมพันธ์จะต้องมีค่าน้อยกว่า 0.7 (อุทัยวรรณ สายพัฒนา และ

นัตรสิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2547) จากการทดสอบพบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่าง 0.001 ถึง 0.369 และจากการตรวจสอบการเกิดปัญหา Multicollinearity ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) ผลการตรวจสอบ พบว่าค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.011 ถึง 1.344 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 นั้นหมายถึงว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์เป็นตัวแปรตัวเดียวกันจึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (อุทัยวรรณ สายพัฒนา และนัตรสิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2547) และสามารถนำไปวิเคราะห์สมการความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ได้ ซึ่งมีสมการดังนี้

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \text{error}$$

ตารางที่ 5

แสดงผลการทดสอบความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	t	Sig
(Constant)	1607.223	.571	.569
จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ	-2.394	-.054	.957
ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ	-2540.388	-.904	.367
ความชำนาญทางด้านบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ	100.404	1.421	.156
ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	14.425	2.489	.013*
ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบ	-8.516	-2.598	.010**
ขนาดกิจการ	68.347	5.824	.000**
ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี	82.433	2.326	.021*
ผลขาดทุนจากการดำเนินงาน	108.753	3.287	.001**
R Square			.206
Adjusted R Square			.190
F-Value (Sig)			12.794**

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญที่ 0.05, ** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ผลการทดสอบความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยพบว่า ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ และประเภทของสำนักงานสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 รวมถึงประเภทของสำนักงานสอบบัญชี ผลขาดทุนจากการดำเนินงาน ก็มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 และระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่า จำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบ ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ และความชำนาญทางด้านบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบอย่างมีนัยสำคัญ ดังตารางที่ 5

บทสรุป การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

บทสรุปผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ และอภิปรายผลการศึกษากับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. สรุปผลคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ และลักษณะการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่

คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ พบว่า จำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบมีค่าเฉลี่ยที่ 3.15 คน โดยมีจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบในแต่ละบริษัทอยู่ระหว่าง 3 - 5 คน และมีสัดส่วนของกรรมการอิสระต่อกรรมการตรวจสอบนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9997 หรือร้อยละ 99.97 ส่วนความรู้ความชำนาญด้านบัญชีและการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบนั้นมีค่าเฉลี่ยที่ 1.64 คน และมีความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบนั้นเฉลี่ยอยู่ที่ 5.9 ครั้งต่อปี ซึ่งมีการประชุมน้อยสุด 4 ครั้ง และมีการประชุมมากที่สุดถึง 24 ครั้งต่อปี ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งโดยเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบ เฉลี่ยอยู่ที่ 8.51 ปี โดยมีค่าต่ำสุด คือ 1 ปี และมีค่าสูงสุด 28 ปี

ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่ พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 -2561 การเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบมีจำนวนค่าเฉลี่ย 762.64 คำ โดยมีจำนวนคำต่ำสุดอยู่ที่ 244 คำ และสูงสุดอยู่ที่ 2,408 คำ มีจำนวนเรื่องเฉลี่ยอยู่ที่ 2.03 เรื่อง โดยน้อยสุดอยู่ที่ 1 เรื่อง และมากที่สุดอยู่ที่ 5 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยของ ศิริรัตน์ เมธีสุภาพ (2561) แสดงให้เห็นว่าการเขียนข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบนั้นทำให้ผู้สอบบัญชีรู้สึกลดความเสี่ยงจากการตรวจสอบ และยังช่วยองค์กรในการแก้ไขกระบวนการควบคุมภายในและตรวจสอบภายในด้วย ทั้งนี้ในระหว่างปี พ.ศ. 2559 -2561 การเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบพบว่า เรื่องที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือ การรับรู้รายได้ รองลงมาคือ การด้อยค่าของสินทรัพย์ สินค้าคงเหลือ การวัดมูลค่าสินทรัพย์ การควบรวมกิจการและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ และภาษีเงินได้รอตัดบัญชี ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิลปพร ศรีจันเพชร (2560) ที่พบว่า เรื่องที่มีการนำเสนอในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ เรื่องการรับรู้รายได้ การวัดมูลค่าสินทรัพย์ การด้อยค่าของสินทรัพย์ และสินค้าคงเหลือ เป็นต้น

ผลการศึกษาตัวแปรควบคุม พบว่า ขนาดของกิจการ มีค่าสินทรัพย์รวมเฉลี่ยอยู่ที่ 30,685.16 ล้านบาท โดยน้อยสุดอยู่ที่ 235.31 ล้านบาท และสูงสุดอยู่ที่ 2,273,376.37 ล้านบาท ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริษัทสอบบัญชีที่มีขนาดใหญ่ (Big4) คิดเป็นร้อยละ 63.77 และใช้บริการสอบบัญชีจากบริษัทที่ไม่ใช่บริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่ (Non-Big4) เพียงร้อยละ 36.23 ส่วนผลขาดทุนจากการดำเนินงาน พบว่า บริษัทส่วนใหญ่ไม่มีผลขาดทุนจากการดำเนินงาน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 64.02 และมีบริษัทที่มีผลขาดทุนจากการดำเนินงานเพียงร้อยละ 35.98 เท่านั้น

2. สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบและการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในรายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่ ผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษาแยกตามสมมติฐานสรุปได้ดังตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6

แสดงการสรุปผลแยกตามสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ผลลัพธ์	ผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษา
H ₁	จำนวน คณะ กรรมการ ตรวจสอบมีความ สัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่	ปฏิเสธ	ขัดแย้งกับ Goodwin-Stewart and Kent (2006) ที่พบว่าจำนวน คณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าสอบบัญชี เพราะการที่มีคณะกรรมการตรวจสอบเพิ่มขึ้นจะทำให้มีความต้องการงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพสูงขึ้นและค่าสอบบัญชีก็มีอิทธิพลในเชิงบวกกับการเปิดเผยเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562)
H ₂	ความเป็นอิสระของ คณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่	ปฏิเสธ	ขัดแย้งกับ ปริศนา เยาวमार และคณะ (2561); Goodwin-Stewart and Kent (2006) ที่พบว่า หากคณะกรรมการตรวจสอบมีความเป็นอิสระจะสนับสนุนการทำงานของผู้สอบบัญชีอย่างเต็มที่ มีความต้องการงานสอบบัญชีที่คุณภาพสูงขึ้น ทำให้ค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้น และค่าสอบบัญชีที่เพิ่มขึ้นก็มีอิทธิพลในเชิงบวกกับการเปิดเผยเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562)
H ₃	ความรู้ความชำนาญด้านบัญชี และการเงินของคณะกรรมการ ตรวจสอบมีความ สัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่	ปฏิเสธ	ขัดแย้งกับ คุณากร คำพุด (2549) ที่พบว่าคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านบัญชีจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ร่วมกับผู้สอบบัญชีได้ดีขึ้น และปริศนา เยาวमार และคณะ (2561); Goodwin-Stewart and Kent (2006) ยังพบอีกว่า คณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้มีความชำนาญด้านบัญชีและด้านการเงินนั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับค่าสอบบัญชี เนื่องจากต้องการงานสอบบัญชีที่คุณภาพสูง ทำให้ค่าสอบบัญชีสูงขึ้นและค่าสอบบัญชานั้นก็มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับจำนวนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบด้วย (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562)
H ₄	ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการ ตรวจสอบ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่	ยอมรับ	สอดคล้องกับ Goodwin-Stewart and Kent (2006); ปริศนา เยาวमार และคณะ (2561) พบว่า จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการ ตรวจสอบนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าสอบบัญชีเพราะค่าสอบบัญชีตามแนวคิด The Audit-Risk Perspective จะเป็นผลมาจากการประเมินความเสี่ยงในองค์กรของผู้สอบบัญชี นั่นหมายถึงถ้ากิจการมีความเสี่ยงสูง ค่าสอบบัญชีก็สูง และค่าสอบบัญชานั้นก็มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับจำนวนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบด้วย (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562)
H ₅	ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของ คณะ กรรมการ ตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่	ยอมรับ	สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2553) ที่พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบนั้นไม่ควรดำรงตำแหน่งในองค์กรใดองค์กรหนึ่งนานเกินไป เพราะจะทำให้คุ้นเคยกับองค์กรจนละเลยการปฏิบัติหน้าที่ และ กัลยาภรณ์ ปานมะเริง (2558) ยังพบอีกว่า คณะกรรมการตรวจสอบที่ดำรงตำแหน่งมานานจะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ทั้งนี้การดำรงตำแหน่งนานอาจทำให้ขาดความเป็นกลางจนความคิดอาจคล้อยตามฝ่ายบริหารได้ เนื่องจากสนิทสนมกับผู้บริหารมากเกินไป (Velte, 2018)

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้ ไม่ได้ศึกษาปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ อาทิ ค่าสอบบัญชีหรือสถานะการเงินของบริษัท งานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

2. ข้อเสนอแนะต่อผู้ใช้งบการเงินและนักลงทุนในการนำข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบเพื่อสามารถไปใช้ในการประกอบการพิจารณาและตัดสินใจเชิงธุรกิจได้อีกทางหนึ่ง

3. ข้อเสนอแนะต่อองค์กรเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริม ปรับปรุงการทำงานของคณะกรรมการตรวจสอบ และปรับปรุงโครงสร้างของคณะกรรมการตรวจสอบให้มีความเหมาะสมกับการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

4. การศึกษาครั้งนี้ใช้ประชากรจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (SET) โดยงานวิจัยในอนาคตอาจจะขยายขอบเขตการศึกษาในมากขึ้น เช่น ศึกษาทั้งกลุ่มตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (SET) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยาภรณ์ ปานมะเริง. (2558) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 21(1), 115-126

เกรียงไกร บุญเลิศศุขทัย, ศิลปพร ศรีจันเพชร, อนุวัฒน์ ภัคดี. (2562) เรื่องสำคัญในการตรวจสอบบอกอะไร. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 15(45), 5-25.

คุณากร คำพุดม. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบกับการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภายนอกของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชาญชัย ชัยประสิทธิ์. (2559). *รายงานผู้สอบบัญชีแบบใหม่...ใครได้ประโยชน์?*. วันที่สืบค้น 8 กรกฎาคม 2562 เข้าถึงได้จาก <https://www.efinancethai.com/MoneyStrategist/MoneyStrategistMain.aspx?id=999>

ชาญชัย ตั้งเรื่อนรัตน์. (2560). *การใช้รายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่ : ประสบการณ์ปีแรก*. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 13(38), 5-21.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). *รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์*. วันที่สืบค้น ข้อมูล 7 กรกฎาคม 2562 เข้าถึงได้จาก https://www.set.or.th/th/company/company_list.html

ประภัสสร โปรงวิทยากร, สุรางค์ เห็นสว่าง และธนาวัฒน์ สิริวัฒน์ธนกุล. (2560). บทบาทของคณะกรรมการต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารรัชต์ภาค*, 11(23), 87-102.

ปริศนา เขาวมาร, เนตรดาว ชัยเขต และกมลวรรณ รอดหรั่ง. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 2(1), 54-67.

นิพันธ์ เห็นโชคชนะ. (2560). *ปู่ออเล่าเรื่องราวของผู้สอบบัญชี*. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 13(37), 84-91.

-
- สมบุรณ์ สารพัด. (2547). *ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบกับรายงานของผู้สอบบัญชี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2553). *คู่มือคณะกรรมการตรวจสอบ*. วันที่สืบค้น 13 เมษายน 2562 เข้าถึงได้จาก <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Documents/Regulation/ACHandbook.pdf>
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2558). *รายงานของผู้สอบบัญชีรูปแบบใหม่*. วันที่สืบค้น ข้อมูล 7 พฤษภาคม 2562 เข้าถึงได้จาก <http://www.tfac.or.th/upload/9414/KGLmJjUBoL.pdf>
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2559). *มาตรฐานการสอบบัญชีรหัส 701 การสื่อสารเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ในรายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต*. วันที่สืบค้นข้อมูล 12 เมษายน 2562 เข้าถึงได้จาก <http://www.fap.or.th/upload/9414/4x9uV7CGE1.pdf>
- ศจีรัตน์ เมธีสุภาพ. (2561). ลักษณะของการรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ: ดุลยพินิจในการเขียนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีในกลุ่มสำนักงานสอบบัญชี BIG 4. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 32(104), 210-222
- ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2560). เรื่องสำคัญในการตรวจสอบในหน้ารายงานผู้สอบบัญชีกับการตอบสนองของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 13(38), 22-37.
- อภิรมย์ อุกถาวรยิ่ง. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับคุณภาพรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- อุทัยวรรณ สายพัฒนา และฉัตรสิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2547). Collinearity. *วารสารปาริชาติ*, 17(1), 55-62
- Abbott, L.J., Parker, S., Peters, G.F. and Raghunandan, K. (2003). The Association Between Audit Committee Characteristics and Audit Fees. *AUDITING: A JOURNAL OF PRACTICE & THEORY*, 22(2), 17-32.
- Boonyanet, W. and Promsen, W. (2018). Key Audit Matters: Just Little Informative Value to Investors in Emerging Markets? *Chulalongkorn Business Review*, 41, 153- 183.
- Goodwin-Stewart, J., and Kent, P. (2006). Relation between external audit fees, audit committee characteristics and internal audit. *Accounting and Finance*, 46(2006), 387-404.
- KPMG Phoomchai Audit. (2016). *Beyond Auditor's Report*. Search 9 August 2019 From <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/th/pdf/2016/10/beyond-auditor-report-thaioct 16.pdf>
- Velte, P. (2018). Does gender diversity in the audit committee influence key audit matters' readability in the audit report? UK evidence. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 748-755.
- Yatim, P. (2009). Audity Committee Characteristic and Risk Management of Malaysian Listed Firms. *Malayian Accounting review*, 8(1), 19-36.

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ: กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Relationship Between Board Composition and Performance Measured by Balanced Scorecard: Case Study at Listed Companies in The Stock Exchange of Thailand

ภาวดี มนต์รี

Pawadee Montree¹

ปาริชาติ มณีมัย

Parichart Maneemai²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและทดสอบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษาใช้การวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีวัดค่าจากรายงานประจำปีของกลุ่มประชากรปี 2561 จำนวน 463 บริษัท จาก 7 อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะองค์ประกอบของคณะกรรมการมีลักษณะดังนี้ มีขนาดคณะกรรมการเฉลี่ย 10 คน สัดส่วนคณะกรรมการอิสระเฉลี่ยร้อยละ 41 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่วนใหญ่มีการแยกตำแหน่งประธานกรรมการและประธานบริหาร และมีความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทเฉลี่ย 7.71 ครั้งต่อปี ลักษณะของผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพมีลักษณะดังนี้ ด้านการเงินใช้ตัวชี้วัดอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยร้อยละ 7.6 ด้านลูกค้าใช้ตัวชี้วัดอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายเฉลี่ยร้อยละ 10.70 ด้านกระบวนการภายในใช้ตัวชี้วัดอัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือเฉลี่ย 21.67 เท่า และด้านการเรียนรู้และพัฒนาใช้ตัวชี้วัดชั่วโมงการฝึกอบรมของพนักงานเฉลี่ย 13.40 ต่อคน/ปี ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า สัดส่วนคณะกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านลูกค้าและด้านกระบวนการภายใน อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : องค์ประกอบของคณะกรรมการ ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: spt_pawadee@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: parichart.m@psu.ac.th

Abstract

The purpose of this research is to study the characteristics and assess the relationship between board composition and balanced scorecard performance in the listed companies on the Stock Exchange of Thailand. The research uses demographic reports in 2018 for analysis. The total research group contains 463 companies from 7 industries. The analysis method used are descriptive statistics analysis and multiple regression analysis. The result found that the characteristics of board size has an average of 10 people and proportion of board independence has an average of 41 percent. Most of the listed companies in the Stock Exchange of Thailand separate between groups of positions which are chairman and chief executive. The frequency of board meeting is averages 7.71 percent per year. Though, balanced scorecard performance characteristics are as followings; for finance, the companies use return on asset indicators with an average of 7.6 percent. For customers, they use increasing of sales growth indicator which is averagely 10.70 percent. For internal process, they use inventory turnover indicator which is 21.67 in average. For research and development, they use employee training hours as an indicator which is averagely 13.40 percent per person per year. The result from these relationships found that the proportion of board independent has a significant positive impact on the result of balanced scorecard, research and development, frequency of board meeting, customers, and internal process.

Keywords: Board Composition, Balanced scorecard, The Stock Exchange of Thailand

บทนำ

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ก.ล.ต.) ได้นำแนวคิดการกำกับดูแลกิจการ (Corporate governance) มาใช้กับองค์กรของประเทศไทยเมื่อปี 2540 เนื่องจากเป็นรูปแบบการกำกับดูแลองค์กรประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าใหม่ทางเศรษฐกิจ สร้างความสามารถในการแข่งขันของภาครัฐและภาคเอกชนและมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2554) โดยถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวในการกำกับดูแลองค์กรที่ประสบปัญหาความขัดแย้งข้อมูล (Information Asymmetry) และการขัดแย้งผลประโยชน์หรือผลตอบแทนระหว่างเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นกับผู้บริหาร และเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและนอกองค์กร โดยฝ่ายที่มอบอำนาจ คือตัวการหรือเจ้าของกิจการ ในขณะที่อีกฝ่ายที่ได้รับมอบอำนาจคือตัวแทนหรือผู้บริหาร トラบไคที่ตัวแทนตัดสินใจลงทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนสูงสุดจากเงินลงทุนในวิธีที่สอดคล้องกับการสร้างผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น แต่ถ้าหากผลประโยชน์และวัตถุประสงค์ของผู้ถือหุ้นกับผู้บริหารไม่สอดคล้องกันจะทำให้เกิดปัญหาการเป็นตัวแทน (Agency Problem) ขึ้น (ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2551) โดยบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะต้องมีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อลดปัญหาดังกล่าว

กระบวนการกำกับดูแลกิจการที่สำคัญเบื้องต้นที่มีความสำคัญ คือ การแต่งตั้งคณะกรรมการ โดยผู้ถือหุ้น ประเด็นสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาในการ แต่งตั้งคือ ผู้บริหารคณะกรรมการและ คณะกรรมการอิสระ ซึ่งควรมีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ ของบริษัท องค์ประกอบของคณะกรรมการที่ดีต้องแสดงให้เห็นถึง คณะกรรมการควรมีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ และมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม คณะกรรมการควรจัดให้มีระบบแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการและฝ่าย จัดการที่ชัดเจน และดูแลให้บริษัทมีระบบงานที่ให้ความเชื่อมั่นได้ว่ากิจกรรมต่างๆของบริษัทได้ดำเนิน ไปในลักษณะที่ถูกต้องตามกฎหมายและมีจริยธรรม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) การมี ระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโปร่งใสตรวจสอบได้ ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงกล่าวได้ว่าองค์ประกอบของคณะกรรมการที่ดี เป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการ ส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของกิจการและสร้างผลการดำเนินงานที่ดี ขึ้น (สิริชัย สกุลแพร์พาณิชย์, 2554) โดยผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ที่ได้จากกระบวนการ ผลผลิตและบริการ ซึ่งทำให้สามารถประเมินและ เปรียบเทียบกับเป้าประสงค์ มาตรฐาน ผลลัพธ์ที่ผ่านมาและองค์กรอื่นๆ ผลการดำเนินการอาจแสดงใน รูปแบบที่เป็นการเงิน (Financial) และที่ไม่ใช่การเงิน (Non-financial) (การพัฒนาคุณภาพการบริหาร จัดการภาครัฐ, 2012) ในระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีมียังให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม ด้วยกันที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า ผู้ถือหุ้น หรือผู้ลงทุน เจ้าหนี้และชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่ สังคม หรือภาครัฐ

จากการศึกษาในอดีตที่ผ่านมา พบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ของ ประเทศไทยให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินเพียงด้านเดียว (ณรงค์ศักดิ์ อินตะไชยวงศ์ 2556, ณภัทร เอี่ยมวชิรกุล 2559 ฯลฯ) อาจกล่าวได้ว่าผลการดำเนินงานด้านที่ไม่เป็นตัวเงินมี ความสำคัญไม่ต่างจากผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน เนื่องด้วยการพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะและความ ชำนาญพร้อมทั้งกายและใจ การบริหารกระบวนการภายในเพื่อที่จะทำให้ผู้ถือหุ้นและลูกค้าเกิดความ พอใจองค์กรจะต้องมีการจัดการภายในอย่างไรและมีความใส่ใจคุณภาพสินค้าและบริการเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งตัวชี้วัดหรือผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ องค์กรประกอบของคณะกรรมการจะต้องให้ความสำคัญ หากกิจการมีผลการดำเนินงานด้านที่ไม่เป็นตัว เงินเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งผลการดำเนินงานเหล่านี้เรียกว่า ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ย่อมทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีรากฐานที่แข็งแรง มั่นคง ดังนั้น จึงเป็นที่มาของแนวคิดที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการ ดำเนินงานเชิงคุณภาพบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทจะต้องให้ ความสำคัญกับผลการดำเนินงานทั้งสองด้านไปพร้อมกัน เพื่อให้การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีแนวทางแนว ปฏิบัติ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและสอดคล้องกันจะต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงินหรือผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของ ประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ของ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบองค์ประกอบของคณะกรรมการมีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ของ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือไม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ในการอธิบาย สนับสนุนทฤษฎีตัวแทน Agency Theory และทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Stakeholder Theory ในการทดสอบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของ คณะกรรมการต่อผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ทั้งด้านที่เป็นตัวเงินและด้านที่ไม่เป็นตัวเงิน
2. เพื่อเป็นแนวทางให้บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญและองค์ประกอบของคณะกรรมการที่ดี จะต้องคำนึงถึงผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินและเพื่อการส่งเสริมการพัฒนาอย่าง ยั่งยืนและความสำเร็จขององค์กรในอนาคตและการสร้างความเชื่อมั่นในตัดสินใจต่อผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการประกอบการตัดสินใจลงทุน

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิง กลยุทธ์ภาพ กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีในการศึกษา ครั้งนี้ ได้แก่ ทฤษฎีตัวแทน(Agency Theory) และทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(Stakeholder Theory) ดังนี้

ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ใช้อธิบายกลไกองค์ประกอบของคณะกรรมการ ซึ่ง สะท้อนพฤติกรรมของคนความเป็นไปในองค์กรและใช้อธิบายมูลเหตุจูงใจของผู้บริหารที่จะมุ่งแสวงหา ผลตอบแทนและผลประโยชน์เข้าหากิจการ ตามที่เจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้นหรือตัวการได้ตาม มอบหมายหน้าที่นี้ไว้ ทฤษฎีตัวแทนเป็นแนวคิดของ Jensen และ Meckling ได้พัฒนาไว้ในปีค.ศ. 1976 ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวในการกำกับดูแลองค์กรที่ประสบปัญหาความขัดแย้งข้อมูล (Information Asymmetry) และการขัดแย้งผลประโยชน์หรือผลตอบแทนระหว่างเจ้าของกิจการ ผู้ถือ หุ้นกับผู้บริหาร โดยฝ่ายที่มอบอำนาจ คือตัวการหรือเจ้าของกิจการ ในขณะที่อีกฝ่ายที่ได้รับมอบอำนาจ คือตัวแทนหรือผู้บริหาร トラบิตที่ตัวแทนตัดสินใจลงทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนสูงสุดจากเงินลงทุนในวิธี ที่สอดคล้องกับการสร้างผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น แต่ถ้าหากผลประโยชน์และวัตถุประสงค์ของผู้ ถือหุ้นกับผู้บริหารไม่สอดคล้องกันจะทำให้เกิดปัญหาการเป็นตัวแทน (Agency Problem) ขึ้น (ศิลาพร ศรีจันเพชร, 2551) อย่างไรก็ตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder theory) ถูกคิดโดย Freeman ในปี 1984 สามารถอธิบายองค์ประกอบคณะกรรมการต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เนื่องด้วยการบริหารธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจระหว่างบุคคลผู้มีส่วน เกี่ยวข้องหรือส่วนได้ส่วนเสียกับผลประกอบของธุรกิจหลายฝ่าย ประกอบด้วย องค์กร ผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งขัน องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน และความสำเร็จของธุรกิจขึ้นอยู่กับ ความชอบธรรมในการดำเนินงานขององค์กรต่อผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้อง ย่อมมีความเกี่ยวข้องกับผลการ ดำเนินที่ไม่เป็นตัวเงิน นอกจากนี้ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับหลักการ

ตลาดที่องค์กรจะต้องผลิตและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การรับผิดชอบต่อลูกค้า พนักงาน คู่ค้า คู่แข่งขันและสังคมโดยรวม จึงต้องคำนึงถึงจริยธรรมในการพัฒนาธุรกิจเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจได้ในระยะยาวได้ (สุรติ สุพิชญางกูร, 2553) การศึกษาในอดีตพบว่าองค์ประกอบของคณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการรับมืออำนาจเป็นตัวแทนของเจ้าของกิจการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ มีผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน หรือผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเพิ่มขึ้น ย่อมทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีรากฐานที่แข็งแกร่งมั่นคง ดังนั้นผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะศึกษาองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ดังนี้

สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ (Board independence)

จากการศึกษาของ Jermias และ Gani (2014) ณรงค์ศักดิ์ อินตะไชยวงศ์ (2556) สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านที่เป็นการเงิน ซึ่งสัดส่วนกรรมการที่เป็นอิสระที่เหมาะสม สัดส่วนกรรมการที่เป็นอิสระที่เหมาะสมจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน หรือ 1 ใน 3 สามารถแสดงความเห็นได้อย่างอิสระและการถ่วงดุลอำนาจในการตัดสินใจ คณะกรรมการอิสระสามารถช่วยลดปัญหา Conflict of Interest การเห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตนของคณะกรรมการท่านอื่นไปจนขัดแย้งต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ในทางกลับกันการศึกษาของ Nadarajan et al. (2015) พบว่าสัดส่วนคณะกรรมการอิสระที่มากเกินไปก็อาจจะส่งผลเสียต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน เนื่องจากจะทำให้เกิดกระบวนการที่ช้าลงและมีการกระจายความรับผิดชอบที่มากเกินไป

ขนาดของคณะกรรมการ (Board Size)

จากการศึกษาของ Phanomai and Chancharat (2016) มัทนชัย สุทธิพันธุ์ (2561) พบว่าขนาดของคณะกรรมการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานที่เป็นด้านการเงิน คณะกรรมการควรมีขนาดที่เหมาะสมและประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ ประสบการณ์ และความสามารถที่เพียงพอ ที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน และไม่ควรมากเกิน 12 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาด ประเภท และความซับซ้อนของธุรกิจ สามารถลดปัญหา Adverse Selection Problem การมีข้อมูลมากกว่าในกรรมการคนใดคนหนึ่ง แต่ในทางกลับกันการศึกษาของ ณภัทร เอี่ยมวชิรกุล (2559) พบว่าจำนวนคณะกรรมการที่มากเกินไปอาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน เนื่องจากปัญหาการตัดสินใจได้ล่าช้าและไม่ทันการณ์

การแยกตำแหน่งประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานบริหาร (Non Executive Chairman)

จากการศึกษาของ Phanomai and Chancharat (2016) และณภัทร เอี่ยมวชิรกุล (2559) การแยกตำแหน่งประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานบริหารมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านที่เป็นการเงิน หากกิจการมีตำแหน่งประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานบริหารที่ไม่ใช่บุคคลเดียวกัน เพื่อสะท้อนการถ่วงอำนาจอย่างเหมาะสม มีระบบการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจในการตัดสินใจ สามารถลดปัญหา Conflict of Interest ได้ อย่างไรก็ตามการศึกษาของวรกมล เกษมทรัพย์ (2553) การแยกตำแหน่งประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานบริหารไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านที่เป็นการเงิน เนื่องการกิจการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่ได้มุ่งหวังเพื่อถ่วงอำนาจซึ่งกันและกัน

ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท (Board Meetings)

จากการศึกษาของ ยูวดี เครือรัฐติกาล (2554) การประชุมแต่ละครั้งเพื่อให้ผู้บริหารและพนักงาน มีจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้คณะกรรมการสามารถกำกับควบคุมและดูแล การปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการได้อย่างต่อเนื่องและทันการณ์ อย่างไรก็ตามการศึกษาของ Taghizadeh and Saremi (2013) พบว่าความถี่ในการประชุมคณะกรรมการความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงาน ที่เป็นการเงินเนื่องจากการประชุมที่มีจำนวนมากเกินไปมีเวลาที่จำกัด เกิดความล่าช้าในการตัดสินใจ ไม่ทันการณ์และมีค่าใช้จ่ายที่เกินความจำเป็นจึงทำให้ผลการดำเนินงานด้านที่เป็นตัวเงินลดลง

ผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard)

เป็นผลการดำเนินงานที่ประกอบไปด้วยผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ ด้านการเงินและผล การดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ด้านการเงิน (Financial Perspective)

จากการศึกษาของจิตอุษา ชันทอง และ กัลยจิตต์ กิรติอังกูร (2560) ด้านการเงินเป็นมุมมองที่ เจ้าของกิจการ ผู้บริหารและนักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ ซึ่งตัวชี้วัดทางการเงินที่ได้รับความนิยม ได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด Return on Asset (ROA) เป็นตัวชี้วัดความสามารถ ของผู้บริหารของบริษัทในการสร้างผลตอบแทนหรือกำไรให้แก่บริษัท

ด้านลูกค้า (Customer Perspective)

จากการศึกษาของ Tuli et al (2010) และ Hong-kit Yim et al. (2013) ลูกค้าเป็นมุมมอง แรกที่วัดเป้าหมายของกิจการ หากกิจการมีลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและยังคงรักษารฐานลูกค้าเก่าเอาไว้ได้จะแสดง ให้เห็นถึงความสำเร็จขั้นแรกในการบริหารกิจการได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งอัตราการเพิ่มขึ้นของ ยอดขาย Sales Growth (SG) เป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่บ่งบอกว่าลูกค้าให้ความสนใจ ให้ความสำคัญและมีความจงรักภักดีในตราสินค้าอย่างไร และอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายนั้นเป็นอัตราที่บอกว่าหากกิจการ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขายที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งหมายถึงการมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือ ลดลงเช่นกัน

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process)

จากการศึกษาของ Nadarajan et al. (2015) ด้านกระบวนการภายในเป็นมุมมองที่จะตอบ คำถามที่ว่า จะทำให้ผู้ถือหุ้นและลูกค้าเกิดความพอใจองค์กรจะต้องมีการจัดการภายในอย่างไร ซึ่งอัตรา หมุนเวียนสินค้าคงเหลือ Inventory Turnover (INV) เป็นตัวชี้วัดที่บ่งบอกประสิทธิภาพในการบริหาร สินค้าคงเหลือ หากกิจการใดมีการหมุนเวียนสินค้าคงคลังสูง หมายความว่ากิจการนั้นสามารถขายสินค้า ได้อย่างรวดเร็ว แต่หากอัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือสูงเนื่องจากสินค้าคงเหลือน้อยเกินไปอาจทำให้ สินค้าไม่พอขายและต้องสูญเสียลูกค้าไปในที่สุด ซึ่งนักลงทุนใดให้ความสนใจอัตราการหมุนเวียนสินค้า คงเหลืออีกเช่นกันดังนั้นกิจการจึงต้องมีสินค้าคงเหลือไม่มากเหลือน้อยจนเกินไป

ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth)

จากการศึกษาของ Jagero et al. (2012) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เป็นมุมมองที่จะตอบ คำถามที่ว่า องค์กรจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างไร เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ อย่าง ยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาบุคลากร Employee training hours (TN) เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งองค์ประกอบ คณะกรรมการจะต้องให้ความสำคัญ เนื่องจาก เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างมีระบบ

เพื่อให้บุคลากรได้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง กระทั่งเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดตลอดจนพัฒนาความสามารถจนเกิดทักษะและความชำนาญ

ดังนั้น องค์ประกอบของคณะกรรมการจะต้องให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ เนื่องจาก ผลการดำเนินงานด้านการเงินที่เพิ่มขึ้นนั้นมาจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การบริหารภายในอย่างไรเพื่อที่จะทำให้ผู้ถือหุ้นและลูกค้าเกิดความพอใจองค์กรและการพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะและความชำนาญส่งผลให้ผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินเพิ่มขึ้นและสะท้อนผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า

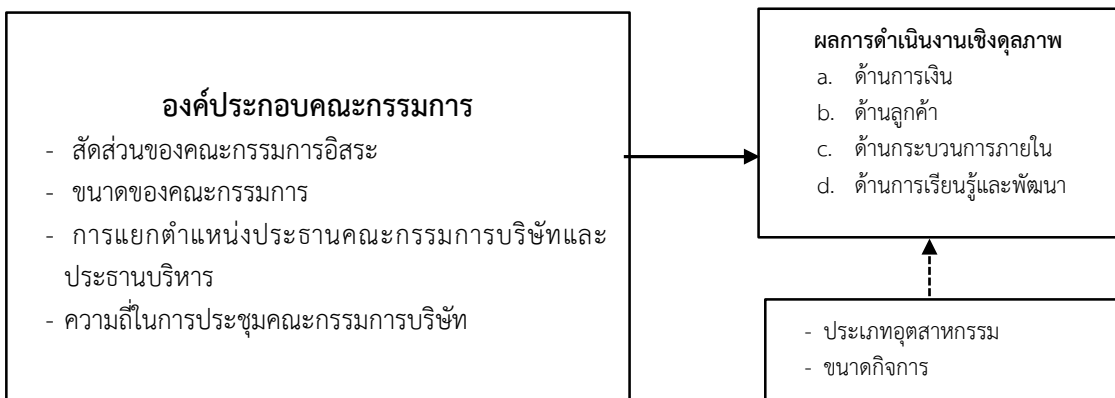
H₁: สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน: a ด้านการเงิน : b ด้านลูกค้า: c ด้านกระบวนการภายใน: d ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

H₂: ขนาดของคณะกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน: a ด้านการเงิน : b ด้านลูกค้า: c ด้านกระบวนการภายใน: d ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

H₃: การแยกตำแหน่งประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานบริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน: a ด้านการเงิน: b ด้านลูกค้า: c ด้านกระบวนการภายใน: d ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

H₄: ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน : a ด้านการเงิน: b ด้านลูกค้า: c ด้านกระบวนการภายใน: d ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2561 จาก 7 อุตสาหกรรม จำนวน 463 บริษัท โดยการเก็บข้อมูลรายงานประจำปี 56-1 และ 56-2 ใช้การวิเคราะห์สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุดและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) โดยมีการวัดค่าตัวแปรและแบบจำลองขององค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ดังนี้

ตารางที่ 1

แสดงการวัดค่าตัวแปรขององค์ประกอบคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

ตัวย่อ	ตัวแปร	การวัดค่า
องค์ประกอบของคณะกรรมการ		
IND	สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ	จำนวนคณะกรรมการอิสระต่อจำนวนคณะกรรมการทั้งหมด (ณรงค์ศักดิ์ อินดีไชยวงศ์ , 2556)
SIZE	ขนาดของคณะกรรมการ	จำนวนของคณะกรรมการทั้งหมด (ณิชนันท์ จันทร์เขต, 2554)
NCD	การแยกตำแหน่งประธานคณะกรรมการบริษัท และประธานบริหาร	ตัวแปรหุ่น (0 = ประธานกรรมการบริษัทเป็นคนเดียวกับประธานบริหาร, 1 = ประธานกรรมการบริษัทไม่ใช่คนเดียวกับประธานบริหาร) (ณภัทร เอี่ยมวชิรกุล, 2561)
MEET	ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท	จำนวนครั้งการประชุมคณะกรรมการบริษัท (Jermias and Gani, 2014)
ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ		
ROA	ด้านการเงิน อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	$ROA = \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{สินทรัพย์รวม}}$ Nadarajan et al. (2015)
SG	ด้านลูกค้า อัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (%)	ยอดขายของปี 2560 ต่อยอดขายของปี 2561 (Tuli et al, 2010)
INV	ด้านกระบวนการภายใน อัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	ต้นทุนขายและบริหารต่อสินค้าคงเหลือเฉลี่ย (Nadarajan et al. 2015)
TN	ด้านการเรียนรู้และพัฒนา การพัฒนาบุคลากร (ชั่วโมง/คน/ปี)	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงาน (Jagero et al. ,2012)
ตัวแปรควบคุม		
ASSET	ขนาดกิจการ (ล้านบาท) ประเภทอุตสาหกรรม	สินทรัพย์รวมของปี 2561 (ณรงค์ศักดิ์ อินดีไชยวงศ์ , 2556) ตัวแปรหุ่น (Tuli et al, 2010)
IT1	เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	(0 = กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ, 1 = กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร)
IT2	ทรัพยากร	(0 = กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ, 1 = กลุ่มทรัพยากร)
IT3	เทคโนโลยี	(0 = กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ, 1 = กลุ่มเทคโนโลยี)
IT4	บริการ	(0 = กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ, 1 = กลุ่มบริการ)
IT5	สินค้าอุปโภคบริโภค	(0 = กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ, 1 = กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค)
IT6	สินค้าอุตสาหกรรม	(0 = กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ, 1 = กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม)
IT7	อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	(0 = กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ, 1 = กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง)

แบบจำลอง

$$ROA = \beta + \beta_1 IND + \beta_2 SIZE + \beta_3 NCD + \beta_4 MEET + \beta_5 IT_1 + \beta_6 IT_2 + \beta_7 IT_3 + \beta_8 IT_4 + \beta_9 IT_5 + \beta_{10} IT_6 + \beta_{11} IT_7 + \varepsilon$$

$$SG = \beta + \beta_1 IND + \beta_2 SIZE + \beta_3 NCD + \beta_4 MEET + \beta_5 IT_1 + \beta_6 IT_2 + \beta_7 IT_3 + \beta_8 IT_4 + \beta_9 IT_5 + \beta_{10} IT_6 + \beta_{11} IT_7 + \varepsilon$$

$$INV = \beta + \beta_1 IND + \beta_2 SIZE + \beta_3 NCD + \beta_4 MEET + \beta_5 IT_1 + \beta_6 IT_2 + \beta_7 IT_3 + \beta_8 IT_4 + \beta_9 IT_5 + \beta_{10} IT_6 + \beta_{11} IT_7 + \varepsilon$$

$$TN = \beta + \beta_1 IND + \beta_2 SIZE + \beta_3 NCD + \beta_4 MEET + \beta_5 IT_1 + \beta_6 IT_2 + \beta_7 IT_3 + \beta_8 IT_4 + \beta_9 IT_5 + \beta_{10} IT_6 + \beta_{11} IT_7 + \varepsilon$$

ผลการวิจัย

1. ลักษณะองค์ประกอบของคณะกรรมการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตารางที่ 2

แสดงลักษณะองค์ประกอบของคณะกรรมการ

องค์ประกอบของคณะกรรมการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ (ร้อยละ)	41.00	11.28	13.33	100
ขนาดของคณะกรรมการ (คน)	9.99	2.49	3	21
ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท (ครั้ง)	7.71	0.45	3	29
การแยกตำแหน่งผู้บริหาร		จำนวนบริษัท		ร้อยละ
ประธานกรรมการบริษัทไม่ใช่คนเดียวกับประธานบริหาร		337		72.79
ประธานกรรมการบริษัทเป็นคนเดียวกับประธานบริหาร		126		27.21

จากตารางที่ 2 พบว่าสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ มีสัดส่วนเฉลี่ย เท่ากับร้อยละ 41 มีค่าสูงสุดถึงร้อยละ 100 ขนาดของคณะกรรมการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.99 หรือ 10 คน และความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท จำนวนการประชุมเฉลี่ยเท่ากับ 7.71 ครั้ง และบริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการควบรวมตำแหน่งประธานกรรมการบริษัทและประธานบริหารจำนวน 337 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 72.79

2. ลักษณะผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3

แสดงลักษณะของผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพในแต่ละมุมมอง

ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	7.64	50.19	-36.73	89
อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย (%)	10.70	35.67	-73.14	394.93
อัตรามูลเงินวินสินค้าคงเหลือ (เท่า)	21.67	104.97	0.004	1,939.86
ชั่วโมงการฝึกอบรมของพนักงาน(ชั่วโมง)	13.40	18.72	2.90	104

จากตารางที่ 3 พบว่าอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 7.64 อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขายมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 10.70 อัตรามูลเงินวินสินค้าคงเหลือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.67 เท่า ชั่วโมงการฝึกอบรมของพนักงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 13.40 ชั่วโมง/คน/ปี

ตารางที่ 4

ตัวแปรควบคุมจำแนกตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรมและขนาดกิจการ

ลำดับ	กลุ่มอุตสาหกรรม	กลุ่มตัวอย่าง		ขนาดกิจการ	
		จำนวนบริษัท	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย (ล้านบาท)	ร้อยละ
1	กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	51	11.02	24,420	9.40
2	กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร	45	9.72	125,577	48.33
3	กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี	36	7.78	38,142	14.68
4	กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ	108	23.33	23,116	8.90
5	กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม	90	19.44	14,851	5.72
6	กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค	38	8.21	4,259	1.64
7	กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	95	20.52	29,443	11.33
	รวม	463	100	259,808	100

จากตารางที่ 4 พบว่าองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพในรายงานประจำปีของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 463 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม 7 อุตสาหกรรม ซึ่งอุตสาหกรรมที่มีจำนวนบริษัทมากที่สุด ได้แก่ บริษัทในกลุ่มกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 108 บริษัท คิดเป็นร้อยละจากกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 23.33 มีขนาดกิจการเฉลี่ยเท่ากับ 23,116 ล้านบาท และกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีขนาดกิจการเฉลี่ยมากที่สุดคือ กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรมีขนาดกิจการเฉลี่ยเท่ากับ 125,577 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.33 ของกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งหมด

ตารางที่ 5

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model)

	Model 1 ROA			Model 2 SG			Model 3 INV			Model 4 TN		
	B	t(Sig)	VIF	B	t(Sig)	VIF	B	t(Sig)	VIF	B	t(Sig)	VIF
(Constant)	8.231	2.799 (.005**)		-7.433	-.540(.589)		21.537	.503(.615)		10.628	-1.206(.229)	
IND	1.790	.510(.610)	1.240	-5.982	-.365(.716)	1.240	-21.660	-.424(.672)	1.240	29.231	2.855(.005**)	1.204
SIZE	.234	1.419(.157)	1.325	-.416	-.539(.590)	1.325	2.965	1.233(.218)	1.325	.368	.768(.443)	1.281
NCD	-.838	-1.058(.291)	1.012	.228	.061(.951)	1.012	-.903	-.078(.938)	1.012	-3.340	-1.365(.173)	1.010
MEET	-.349	-3.309(.001**)	1.115	1.208	2.450(.015*)	1.115	4.436	2.888(.004**)	1.115	.258	.754(.451)	1.134
ASSET	2.592	.892(.373)	1.206	7.463	.549(.583)	1.206	-3.553	-.840(.401)	1.206	2.822	3.839(.000**)	1.218
IT1	-1.983	-1.112(.267)	2.543	13.481	1.616(.107)	2.543	-66.969	-2.578(.010**)	2.543	-17.193	-3.045(.003**)	3.263
IT2	-2.179	-1.177(.240)	2.453	26.498	3.061(.002**)	2.453	-56.050	-2.079(.038*)	2.453	-13.383	-2.326(.021*)	3.244
IT3	-3.939	-2.039(.042*)	2.182	9.804	1.085(.278)	2.182	-51.162	-1.819(.070)	2.182	-2.061	-.344(.731)	2.764
IT4	-.392	-.371(.711)	3.219	12.416	2.509(.012*)	3.219	-8.027	-.521(.603)	3.219	-2.028	-.556(.579)	3.507
IT5	-2.931	-1.539(.125)	2.176	3.307	.371(.711)	2.176	-.192	-2.867(.004**)	2.176	-8.014	-1.286(.200)	2.431
IT6	-3.084	-1.863(.063)	3.498	13.627	1.760(.079)	3.498	-.219	-2.580(.010**)	3.498	-8.353	-1.521(.129)	3.832
IT7	-3.130	-1.907(.057)	1.206	19.236	2.505(.013*)	3.583	-.249	-2.890(.004**)	3.583	-10.506	-1.965(.050*)	4.459
R Square	.057			.054			.076			.164		
Adjusted R ²	.032			.029			.051			.130		
F-Value	2.261**			2.133*			3.059**			4.845**		

* ระดับนัยสำคัญที่ <0.05, ** ระดับนัยสำคัญที่ <0.01

3. ทดสอบองค์ประกอบของคณะกรรมการมีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่า สัดส่วนคณะกรรมการอิสระมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานการเรียนรู้และพัฒนา โดยใช้ตัวชี้วัดโครงการฝึกอบรมพนักงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านลูกค้าโดยใช้ตัวชี้วัดอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายและด้านกระบวนการภายในโดยใช้ตัวชี้วัดอัตราการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ในทางกลับกันความถี่ในการประชุมคณะกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อผลการดำเนินงานด้านลูกค้าโดยใช้ตัวชี้วัดอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 อย่างไรก็ตามสัดส่วนคณะกรรมการอิสระไม่พบความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ด้านลูกค้าและด้านกระบวนการภายใน ขนาดของคณะกรรมการและการแยกตำแหน่งประธานกรรมการและประธานบริหารไม่พบความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญ

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ : กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากรายงานประจำปี 2561 ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาผลการวิเคราะห์ลักษณะและทดสอบความสัมพันธ์องค์ประกอบของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jagero et al. (2012) แสดงให้เห็นว่ายิ่งคณะกรรมการที่มีความเป็นอิสระสูง มีกลไกในการตรวจสอบ ให้ความสำคัญ เสริมสร้างและตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทำให้มีผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนาที่เพิ่มขึ้น ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านลูกค้าและด้านกระบวนการภายใน แสดงให้เห็นว่าจำนวนครั้งของการประชุมคณะกรรมการควรพิจารณาให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการและลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทแต่ไม่ควรน้อยกว่า 6 ครั้งต่อปี สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Hong-kit Yim et al. (2013) และ Eluyela et al. (2018) ยิ่งความถี่ในการประชุมคณะกรรมการเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้มีผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินเพิ่มขึ้น ในทางกลับกันพบว่า ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบซึ่งสอดคล้องจากการศึกษาในอดีตของ Taghizadeh and Saremi (2013) พบว่าการประชุมที่มีจำนวนมากเกินไปมีเวลาที่จำกัด เกิดความล่าช้าในการตัดสินใจ ไม่ทันการณ์และมีค่าใช้จ่ายที่เกินความจำเป็นจึงทำให้ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินลดลงและไม่พบความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงินและด้านการเรียนรู้และพัฒนาตามลำดับ สัดส่วนคณะกรรมการอิสระไม่พบความสัมพันธ์กับผลดำเนินงานด้านด้านการเงิน ด้านลูกค้าและด้านกระบวนการภายใน ขนาดของคณะกรรมการและการแยกตำแหน่งประธานกรรมการบริษัทและประธานบริหารไม่มีสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Tuli et al. (2010) Jagero et al. (2012) และณรงค์ศักดิ์ อินตะไชวงค์ (2556) พบว่าขนาดของคณะกรรมการไม่มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงาน พบว่าองค์กรปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนดให้เป็นไปตามข้อบังคับ ไม่ได้มุ่งหวังเพื่อถ่วงดุลอำนาจการบริหารอย่างแท้จริงจึงไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทั้งด้านที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน

ดังนั้นบริษัทควรให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเคร่งครัด โดยมุ่งหวังการถ่วงดุลอำนาจการปฏิบัติงานไม่ใช่เพียงเพื่อปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนดไว้

ข้อจำกัด

1. จำนวนปีที่ใช้ในการเก็บข้อมูลอาจน้อยเกินไป เนื่องด้วยการข้อมูลเพียงปีเดียวอาจจะไม่ได้สะท้อนผลการดำเนินงานที่มากนักและส่งผลกระทบต่อผลสถิติและการทดสอบความสัมพันธ์อาจไม่เพียงพอ
2. บทความนี้มีค่า R-Square ที่ต่ำและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สูงในบางตัวแปร เนื่องจากจากจำนวนปีที่เก็บข้อมูลมีน้อยเกินไปและใช้สถิติไม่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาในอนาคตตัวชี้วัดขององค์ประกอบของคณะกรรมการควรรวมตัวแปรที่ครอบคลุมตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพอาจจะเพิ่มเป็นด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อม
2. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการกำหนดข้อบังคับหรือ กฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อรักษาสิทธิ ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า พนักงาน และผู้ถือหุ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิตอุษา ชันทอง และ กัลยกิตติ์ กิรติอังกูร. (2560). การกำกับดูแลและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*. 8(2), 42-54.
- ณภัทร เอี่ยมวชิรสกุล. (2561). *ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) และกลไกบรรษัทภิบาลส่งผลอย่างไรต่อผลประกอบการและความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์: ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์และประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณรงค์ศักดิ์ อินตะไชยวงศ์. (2556). *ผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการต่อผลการดำเนินงานของบริษัทกรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณิชนันท์ จันทระเขตต์. (2554). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับการดำเนินการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.(2562). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีปี 2555*. สืบค้นข้อมูล 9 มิถุนายน 2562, จาก https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/cg/files/2013/CGPrinciple2012Thai-Eng.pdf
- มันชนัย สุทธิพันธุ์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างการเป็นเจ้าของ แนวทางปฏิบัติของคณะกรรมการและลักษณะกิจการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. 13(1), 1-24.

-
- วรกมล เกษมทรัพย์. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างการทำบัญชีและการดำเนินงานของกิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2551). ทัศนคติของบรรษัทภิบาล. *วารสารบริหารธุรกิจ*(31), 120.
- สุรติ สุพิชญางกูร (2553). ทัศนคติที่มีส่วนได้ส่วนเสีย : การประมวลผลและสังเคราะห์องค์ความรู้. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*. 4(2), 139-132
- Damilola Felix Eluyela, A. T. (2018). *Board meeting frequency and firm performance: examining the nexus in Nigerian deposit money banks*. Heliyon, 1-14
- Hong-kit Yim A.T. (2013). Customer relationship management: Its dimensions and effect on customer outcomes. *Journal of Personal Selling and Sales Management*. 24(4), 265-280
- Jermias and Gani. (2014). The impact of board capital and board characteristics on firm performance. *The British Accounting Review*, 46, 135-153.
- Nelson Jagero A. T. (2012). Corporate Government and Operations Performance: The relationship on the job Training and Employee's Performance in Courier Companies in Dar es Salaam, Tanzania. *International Journal of Human and Social Science*, 2(22), 114-120.
- Phanomai and Chancharat (2016). Board Structure and Performance of Thai Listed Food and Beverage Companies. *Journal of Management Walailak University*. 5(2), 44-55.
- Nadarajan, A. T. (2015). Corporate Government and Operations Performance: Inventory Study on Malaysian Listed Firms. *Journal of SupplyChain Management*, 4(2), 68-71.
- Taghizadeh and Saremi (2013). *Board of Directors and Firms Performance: Evidence from Malaysian Public Listed Firm*. International Proceedings of Economics Development and Research. 59(37), 178-182
- Tuli A.T. (2010). The Impact of Multiple Types of Ties with a Customer on Sales Growth and Sales Volatility. *Journal of Marketing Research*. 47(1), 36-50

การเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียน SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Selection of Risk Management Disclosure Framework Versions of Listed Companies of the SET 100 in the Stock Exchange of Thailand

จันทมนี หนูใหม่

Jantamane Noomai¹

บุญทริกา ไจกระจ่าง

Buntarika Jaikrajang²

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกประยุกต์ใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 88 บริษัท ใน 7 กลุ่มอุตสาหกรรม คือ เกษตรและอุตสาหกรรม ทรัพยากร เทคโนโลยี ธุรกิจการเงิน บริการ สินค้าอุตสาหกรรม และอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง รวบรวมข้อมูลโดยกระดาษาทำการดัชนีระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วย 5 หมวดใหญ่ และ 20 หมวดย่อย รวบรวมข้อมูลจากหมายเหตุประกอบงบการเงิน แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) และรายงานประจำปี ปี 2559 -2561 ประมวลผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติไควสแคว ผลการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทกลุ่ม SET 100 มีค่าเฉลี่ยรวม 70.95 คะแนน อยู่ในระดับดี การเลือกประยุกต์ใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมีความหลากหลาย แต่เวอร์ชันที่ใช้มากที่สุด COSO (67 บริษัทหรือร้อยละ 76.14) และ COSO ERM 2004 (16 บริษัทหรือร้อยละ 18.18) เนื่องจากเป็นเวอร์ชันที่มีการใช้มานาน ผลการเปรียบเทียบพบความแตกต่างการเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงในแต่ละอุตสาหกรรมในปี 2561 ($\chi^2 = 21.578$, $p = .043$) ผลการศึกษาสรุปได้ว่าการเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงมาจากระยะเวลาการนำมาใช้ เพื่อให้ความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงของกิจการ

คำสำคัญ: เวอร์ชัน การเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง บริษัทกลุ่ม SET 100 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

The propose of the research was to investigate the version selection of risk management disclosure of the SET 100 listed companies on the Stock Exchange of Thailand. 88 companies were investigated categorized within seven industries: Agriculture and agribusiness, resource, technology, finance, service, industrial products,

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: moomai.jantamane@gmail.com

² อาจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

E-mail: buntarika.j@psu.ac.th

and real estate and construction. Data of risk management disclosure were collected via the Disclosure Index Scoring Sheet, including five main categories and 20 sub-categories from the financial note of 56-1 form, and annual report (2016-2018). Descriptive Statistics and Chi-square were used for data analysis. Results showed that an average score of risk management disclosure of all companies was 70.95, classified at a good level. Versions of risk management implementation were diversified but companies were mostly used COSO (67 firms, 76.14%) and COSO ERM 2004 (16 firms, 18.18%) due to the time of implementation. Version comparison showed that the version selection does not align with the industrial group in 2018 ($\chi^2 = 21.578, p = .043$). Findings implied that time of implementation most likely impact on the choice selection of risk management framework giving confidence to interested parties about the risk management capabilities of the business.

Keywords: Version, Risk Management Disclosure, SET 100 Companies, The Stock Exchange of Thailand

บทนำ

คู่มือการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงมีการเริ่มนำมาใช้สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยครั้งแรกในปี 2535 ในขณะนั้นมีชื่อเรียกว่า COSO:IC และมีการปรับปรุงเปลี่ยนเป็นเวอร์ชัน COSO ERM 2004 ในปี 2547 และเวอร์ชัน COSO ERM 2017 ในปี 2560 ตามลำดับ ภูณิดา วรทวีธำรง (2562) ทั้งนี้การเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงเป็นการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจ มิได้เป็นข้อกำหนดประเด็นที่ต้องเปิดเผยข้อมูลตามกฎหมายของบริษัทจดทะเบียนฯ ดังนั้นแรงจูงใจหลักของบริษัทในการเปิดเผยข้อมูลย่อมเป็นเหตุจูงใจในเชิงประโยชน์ การเพิ่มมูลค่าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัท จากรายงานของ The World Federation of Exchanges พบว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีมูลค่าตามราคาตลาดรวม (Market Capitalization) สูงสุดเป็นอันดับที่ 2 ในภูมิภาคอาเซียน ด้วยมูลค่า 548,795.57 ดอลลาร์สหรัฐ (หรือประมาณ 17,546,852.43 บาท) รองจากประเทศสิงคโปร์ มีบทบาทสำคัญในการระดมทุนจากนักลงทุนและผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากนักลงทุนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตลาด (Pipatanasern & Srijunpetch, 2017) ทั้งนี้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนฯ มีบรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้บริษัทสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทั้งตนเองและสังคมได้อย่างยั่งยืน บริษัทจึงมีการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสะท้อนระบบการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านการกำกับดูแล การติดตาม และการประเมินผล มีหลักพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี 5 ด้าน คือ ความยุติธรรม ความโปร่งใส ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และภาวะรับผิดชอบต่อสังคม และการเปิดเผยข้อมูลเครื่องมือที่ช่วยให้บริษัทมีความโปร่งใสตามหลักการปฏิบัติบรรษัทภิบาล (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) ทั้งนี้การเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงในรายงานประจำปี เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียเห็นว่ากิจการให้ความสำคัญกับการจัดการความเสี่ยงอย่างจริงจัง และเป็นการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ เป็นการสนับสนุนการสร้างคุณค่าให้กับองค์กรผ่านการจัดการ

ภายใต้ความเสี่ยงอย่างเหมาะสมให้เกิดประสิทธิผลต่อการบรรลุเป้าประสงค์ได้ดียิ่งขึ้น (ปิยวดี โฆวฑูรกิจ, 2561) งานวิจัยได้รวบรวมเวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อแสดงรายละเอียดการเลือกใช้เวอร์ชันตามประเภทอุตสาหกรรม ผลการศึกษาเป็นประโยชน์แก่องค์กรในการเลือกปรับใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมกับบริบทขององค์กร ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทรงบทบาทในการเปิดเผยข้อมูลและข้อจำกัดการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจของบริษัทจดทะเบียนเป็นแนวทางในการออกระเบียบข้อบังคับหรือมาตรการส่งเสริมจูงใจต่อไป

วัตถุประสงค์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ศึกษาการเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทราบพฤติกรรมการเลือกใช้เวอร์ชันมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง

งานวิจัยหลายชิ้นในต่างประเทศมีการศึกษาเรื่องการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง HO and Wong (2001) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมของกิจการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Farrell and Gallagher (2015) ศึกษาการประเมินค่าผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า ประสิทธิภาพของกิจกรรมการบริหารความเสี่ยง ระดับความกระตือรือร้นและความครอบคลุมในองค์กรกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ของการบริหารความเสี่ยงโดยผู้บริหารของบริษัท Elzahar and Hussainey (2019) ได้ศึกษาปัจจัยกำหนดความเสี่ยงในการเปิดเผยข้อมูลในรายงานระหว่างกาลของสหราชอาณาจักร ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวัดระดับของข้อมูลความเสี่ยงในส่วนการบรรยายของรายงานทางการเงินระหว่างกาล พบว่าประเภทอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับของการเปิดเผยความเสี่ยงในรายงานระหว่างกาล แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่อง ความสามารถในการทำกำไร และกลไกการกำกับดูแลกิจการกับการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยง

อย่างไรก็ตามข้อมูลความเสี่ยงเป็นข้อมูลที่ไม่ใช่ตัวเลขทางการเงินที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทยและต่างประเทศไม่ได้ถูกกำหนดโดยข้อบังคับให้เปิดเผย แต่ได้มีการกำหนดไว้เป็นแนวทางสำหรับการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจ ข้อมูลความเสี่ยงเหล่านี้แท้จริงแล้วเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เช่น ผู้ลงทุน เจ้าหนี้ในการประเมินความเสี่ยงของบริษัท หรือตัดสินใจก่อนการลงทุน ซึ่งจากการศึกษาของ ภณิดา วรวิธารัง (2561) ศึกษาความสอดคล้องของการบริหารความเสี่ยงตามกรอบแนวคิด COSO ERM 2017 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบการบริหารความเสี่ยงฉบับใหม่มีความสอดคล้องแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม และบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่ยังมีได้นำ COSO ERM 2017 มาใช้มากนักเนื่องจากอยู่ในขั้นตอนการศึกษาและวางแผน

แนวคิดและทฤษฎี

พัฒนาการของมาตรฐานการบริหารความเสี่ยง

ในปี พ.ศ. 2535 ประเทศไทยได้นำ COSO มาใช้อย่างแพร่หลายในการสร้างระบบการควบคุมภายใน และในปี 2540 นำไปใช้เป็นแนวทางการสร้างระบบการควบคุมภายในของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2547 COSO มีการปรับปรุงครั้งแรกในปี 2547 และเปลี่ยนชื่อเรียกเป็นการบริหารความเสี่ยงขององค์กรเชิงบูรณาการ (Enterprise Risk Management-Integrated Framework) หรือเรียกว่า COSO-ERM 2004 แบ่งประเด็นครอบคลุม 8 องค์ประกอบ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558) ดังนี้ (1) สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) (2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) (3) การบ่งชี้เหตุการณ์ (Event Identification) (4) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) (5) การตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response) (6) กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) (7) สารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) (8) การติดตามประเมินผล (Monitoring)

ในปี พ.ศ. 2560 COSO ได้พัฒนาการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากขึ้นจนกลายเป็น COSO ERM 2017 ภายใต้ชื่อกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรการบูรณาการระหว่างกลยุทธ์และผลการดำเนินงาน (Enterprise Risk Management-Integrating with Strategy and Performance Framework) โดย COSO ERM 2017 มีการปรับลดองค์ประกอบการบริหารความเสี่ยงจาก 8 องค์ประกอบ เป็น 5 องค์ประกอบ แต่ให้รายละเอียดประเด็นหลักในแต่ละองค์ประกอบให้ชัดเจนแบ่งออกเป็น 20 หลักการ สุรเดช จงวรรณศิริ (2561) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2561) จุฑามาน สิทธิผลวนิชกุล (2561) ดังนี้

ด้านการกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วย หลักการที่ 1 คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลความเสี่ยง คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ต่างๆ รวมถึงกำกับดูแลกิจการ **หลักการที่ 2** จัดโครงสร้างสายการบังคับบัญชา องค์กรควรจัดตั้งโครงสร้างการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ **หลักการที่ 3** กำหนดวัฒนธรรมองค์กร องค์กรควรระบุพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ซึ่งแสดงถึงวัฒนธรรมองค์กรที่ต้องการ คณะกรรมการบริหารและฝ่ายบริหารเป็นผู้กำหนดวัฒนธรรมองค์กรทั้งสำหรับองค์กรในภาพรวมและสำหรับบุคลากร ภายใต้วัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับความเสี่ยง วัฒนธรรมองค์กรเกิดขึ้นจากหลายปัจจัย ปัจจัยภายในที่สำคัญ **หลักการที่ 4** แสดงความมุ่งมั่นในค่านิยมองค์กร องค์กรควรแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามค่านิยมหลักขององค์กร **หลักการที่ 5** จูงใจ พัฒนา และรักษาไว้ซึ่งบุคลากรที่มีความสามารถ องค์กรควรมุ่งมั่นในการสนับสนุนการสร้างทรัพยากรบุคคลควบคู่ไปกับกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทาง

ด้านกลยุทธ์และวัตถุประสงค์องค์กร ประกอบด้วย หลักการที่ 6 วิเคราะห์โครงสร้างของธุรกิจ องค์กรควรพิจารณาถึงผลกระทบจากบริบททางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อระดับความเสี่ยงในภาพรวมขององค์กร **หลักการที่ 7** กำหนดความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ องค์กรควรระบุความเสี่ยงที่ยอมรับได้ เพื่อสร้าง รักษา และส่งเสริมความตระหนักถึงค่านิยม **หลักการที่ 8** ประเมินกลยุทธ์ในรูปแบบต่างๆ องค์กรควรประเมินเพื่อค้นหากลยุทธ์ทางเลือก และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อโปรไฟล์ความเสี่ยงขององค์กร **หลักการที่ 9** กำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ ในการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ องค์กรควรพิจารณาความเสี่ยงในระดับต่างๆ ซึ่งสอดคล้องและสนับสนุนกลยุทธ์ควบคู่ไปด้วย

ด้านเป้าหมายผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย หลักการที่ 10 ระบุความเสี่ยง องค์กรควรระบุความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ **หลักการที่ 11** ประเมินความรุนแรงความเสี่ยง องค์กรควรประเมินความรุนแรงของความเสี่ยง โดยประเมินว่าแต่ละปัจจัยเสี่ยงนั้นมีโอกาสที่จะเกิดมากน้อยเพียงใด และหากเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อองค์กรรุนแรงเพียงใด **หลักการที่ 12** จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง **หลักการที่ 13** ดำเนินการตอบสนองต่อความเสี่ยง องค์กรควรระบุและคัดเลือกวิธีการตอบสนองต่อความเสี่ยงต่างๆ **หลักการที่ 14** จัดทำภาพรวมความเสี่ยงขององค์กร

ด้านการทบทวนและปรับปรุง ประกอบด้วย หลักการที่ 15 ประเมินการเปลี่ยนแปลงที่มีสาระสำคัญ องค์กรควรระบุและประเมินการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งภายในกิจการและภายนอกกิจการที่อาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่สำคัญ **หลักการที่ 16** ทบทวนความเสี่ยงและผลการดำเนินงาน องค์กรควรทบทวนผลการดำเนินงานขององค์กร รวมถึงพิจารณาทบทวนความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง **หลักการที่ 17** หาแนวทางในการปรับปรุงการบริหารความเสี่ยงขององค์กร องค์กรควรปรับปรุงการบริหารความเสี่ยงองค์กรอยู่เสมอ โดยเฉพาะช่วงเวลาการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ด้านสารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน ประกอบด้วย หลักการที่ 18 ผลักดันการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ องค์กรควรจัดให้มีสารสนเทศอย่างเพียงพอ เหมาะสมและทันต่อเวลา องค์กรอาจใช้กระบวนการวิเคราะห์กลุ่มข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อค้นหารูปแบบความสัมพันธ์ของสิ่งเชื่อมโยงข้อมูลเข้าไว้ด้วยกันนำไปสู่การระบุและจัดการความเสี่ยงได้ดีขึ้น **หลักการที่ 19** สื่อสารข้อมูลความเสี่ยง องค์กรควรสื่อสารข้อมูลการบริหารความเสี่ยงองค์กรผ่านช่องทางการติดต่อต่างๆ ข้อมูลการสื่อสารทั้งระดับบนลงล่าง และระดับล่างขึ้นบน การสื่อสารข้อมูลความเสี่ยงควรมีให้เพียงพอทั้งภายในและภายนอกองค์กร **หลักการที่ 20** รายงานความเสี่ยง วัฒนธรรม และผลการดำเนินงาน องค์กรควรรายงานความเสี่ยง วัฒนธรรมองค์กร และผลการดำเนินงานในทุกระดับให้ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร

บรรษัทภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการ บริษัทสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทั้งตนเองและสังคมได้อย่างยั่งยืน โดยต้องมีการวางโครงสร้างและระบบการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านการกำกับดูแล การติดตาม และการประเมินผล เพื่อให้ทุกฝ่ายมีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันตามหลักพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี 5 ประการ ได้แก่ ความยุติธรรม คือ การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมกัน ความโปร่งใส คือ ความชัดเจนไม่คลุมเครือที่ธุรกิจเปิดเผยไม่ว่าจะจะเป็นข้อมูลทางบวกหรือทางลบ ความซื่อสัตย์ คือ การแสดงถึงคุณธรรมที่สอดคล้องกับจริยธรรมที่ธุรกิจกำหนดไว้ และปฏิบัติจริง ความรับผิดชอบ คือ หน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามบทบาทที่ถูกกำหนดไว้ ภาระรับผิดชอบ คือ ความรับผิดชอบต่อการกระทำและการตัดสินใจใดๆ ที่อธิบายและชี้แจงได้ การดำเนินธุรกิจควรมีความสัมพันธ์และอยู่ภายใต้หลักพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี 5 ประการข้างต้น หากธุรกิจดำเนินงานโดยขาดซึ่งความยุติธรรม ความโปร่งใส หรือความซื่อสัตย์ อีกทั้งคณะกรรมการและฝ่ายบริหารทำหน้าที่อย่างขาดความรับผิดชอบ ย่อมจะส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจอย่างเลี่ยงไม่ได้ เช่น การคัดเลือกคู่ค้าควรมีการกำหนดนโยบายและกระบวนการที่ชัดเจนและเป็นธรรม ไม่ฮั้วประมูล ไม่รับผลตอบแทนที่อาจส่งผลต่อการคัดเลือกคู่ค้า และเมื่อได้คู่ค้ามาแล้วก็ควรชำระเงินอย่างถูกต้องเป็นธรรมในทางกลับกันหากคัดเลือกคู่ค้าโดยขาดความยุติธรรมหรือไม่โปร่งใส บริษัทอาจได้คู่ค้าที่ไม่สามารถส่งมอบวัตถุดิบที่มีคุณภาพหรือส่งไม่ทันตามกำหนดเวลา ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นไม่สามารถผลิตสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าได้ทัน หรือบางกรณีอาจถูกฟ้องร้องได้

นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจย่อมมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม บริษัทจึงควรเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน แล้วจัดให้มีระบบและกระบวนการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สามารถเข้าใจและตอบสนองความคาดหวังเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะเป็นการสร้างความมั่งคั่งและมั่นคงทางการเงินให้แก่กิจการในระยะยาว

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory)

พัฒนาการของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938) ในหนังสือเรื่อง The Functions of the Executive ที่นำเสนอมุมมองด้านบวกของผู้จัดการในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งต่อมา Freeman (1984) สนับสนุนว่าผู้บริหารต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัทซึ่งมีหลากหลายประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ผู้ขาย ปัจจัยการผลิตองค์กรชุมชนในท้องถิ่น จึงกล่าวว่าคุณมีส่วนได้เสียคือกลุ่มและบุคคลผู้ซึ่งอาจมีผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากความสำเร็จของภารกิจขององค์กร สอดคล้องกับ Post Lawrence & Weber (2002) ให้นิยามผู้มีส่วนได้เสียคือบุคคลหรือกลุ่มซึ่งมีผลกระทบ หรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ นโยบายและการปฏิบัติขององค์กร ดังนั้นทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย จึงถูกนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการอธิบายถึงการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงในรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียได้เห็นว่าคุณให้ความสำคัญต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างจริงจัง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยใน 7 อุตสาหกรรม รวม 100 บริษัท กำหนดเงื่อนไขการคัดเลือกด้านระยะเวลาจดทะเบียนและการคงอยู่ของบริษัทระหว่างปี พ.ศ. 2559-2561 และมีบริษัทผ่านเกณฑ์เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา 88 บริษัท หรือ 264 ชุดข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยกระดาษทำการดัชนีวัดระดับการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Scoring Sheet) แบ่งข้อมูลการบริหารความเสี่ยงที่รวบรวมเป็น 5 หมวดใหญ่และ 20 หมวดย่อย หลักการ (สุรเดช จงวรรณศิริ, 2561 และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) ดัชนีวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลปรับปรุงจากงานวิจัยในอดีตของ Stephen Owusu-Ansah (1998) ไอลดา หนูตะพงค์ (2560) และ ทิพวรรณ สวัสดิ์ (2560) วัดระดับเนื้อหาด้วยวิธีวัดค่าคะแนนตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) คำนวณดัชนีการเปิดเผยข้อมูล ในรูปของอัตราส่วนของคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ 20 คะแนน พิจารณาตามรายการ 20 หมวดย่อย ตามรายการในกระดาษทำการ เกณฑ์ที่ใช้วัดระดับการเปิดเผยข้อมูลแบ่งเกณฑ์ตามมาตรฐานประเมินค่า (Rating Scale) ช่วงคะแนนร้อยละ 90-100 คือ ดีเลิศ ร้อยละ 80-89 คือ ดีมาก ร้อยละ 70-79 คือ ดี ร้อยละ 60-69 คือ พอใช้ ร้อยละ 50-59 คือ น้อย และ ร้อยละ 50 คือ น้อย และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการสรุปข้อมูลพื้นฐานกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติไครส์แควในการเปรียบเทียบระดับความแตกต่างของเวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลในแต่ละอุตสาหกรรม

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไปบริษัทกลุ่ม SET 100

ข้อมูล	ค่าตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
ระดับการ เปิดเผยข้อมูล	จำนวนคะแนน ทั้งหมดที่วัดจาก รายการที่มีการ เปิดเผยข้อมูลการ บริหารความเสี่ยง	31.67	95.00	70.95	13.70
ขนาดของ กิจการ	สินทรัพย์รวมของ กิจการ Natural โดยของ สินทรัพย์รวม	1,954.06	3,045,763.47	290,551.36	658,827.18
อายุของกิจการ	จำนวนปีของอายุการ ดำเนินงานของกิจการ จนถึงปี 2561	2.00	43.00	18.78	11.75
ความสามารถ ในการทำกำไร (ROA)	อัตราส่วน ผลตอบแทนต่อ สินทรัพย์รวม	-0.20	61.89	9.33	7.61
โครงสร้าง เงินทุน	อัตราส่วนหนี้สินต่อ ส่วนของผู้ถือหุ้น	0.03	8.90	2.09	2.19

หมายเหตุ: 88 บริษัท ปี 2559-2561 = 264 ชุดข้อมูล

ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ยระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงแยกตามอุตสาหกรรม (ค่าเฉลี่ยปี 2559-2560)

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท	อายุเฉลี่ยของบริษัท (ปี) (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน)	ค่าเฉลี่ยระดับการเปิดเผยฯ (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน)	ระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง					
				น้อยมาก	น้อย	พอใช้	ดี	ดีมาก	ดีเลิศ
กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	8	22 (11.40)	69.38 (15.17)	0	3	1	2	1	1
กลุ่มทรัพยากร	20	12 (8.83)	72.00 (11.96)	0	4	3	6	6	1
กลุ่มเทคโนโลยี	8	24 (5.77)	72.08 (11.37)	0	1	3	2	1	1
กลุ่มธุรกิจการเงิน	13	25 (15.85)	79.49 (12.25)	0	1	2	2	5	3
กลุ่มบริการ	21	18 (13.69)	63.02 (15.19)	4	3	6	5	3	0
กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	2	8 (0.71)	85.00 (11.79)	0	0	0	1	0	1
กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	16	21 (13.54)	71.56 (11.03)	1	0	7	5	1	2
รวม	88		70.95	5	12	22	23	17	9
(ร้อยละ)	(100)		(13.70)	(5.68)	(13.64)	(25.00)	(26.14)	(19.32)	(10.23)

หมายเหตุ: จำนวน (ร้อยละจาก 88 บริษัท)

ตารางที่ 3

การเปรียบเทียบเวอร์ชันมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงแยกรายอุตสาหกรรม

ปี	เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง	กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	กลุ่มทรัพยากร	กลุ่มเทคโนโลยี	กลุ่มธุรกิจการเงิน	กลุ่มบริการ	กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	รวม (ร้อยละ)	χ^2
2559	COSO	7	18	8	11	19	2	12	77 (87.5)	4.098
	COSO ERM 2004	1	2	0	2	2	0	4	11 (12.5)	
	COSO ERM 2017	0	0	0	0	0	0	0	0	
2560	COSO	6	16	8	10	20	2	11	73 (82.95)	7.395
	COSO ERM 2004	2	4	0	3	1	0	5	15 (17.05)	
	COSO ERM 2017	0	0	0	0	0	0	0	0	
2561	COSO	7	14	8	10	18	1	9	67 (76.14)	21.578*
	COSO ERM 2004	1	6	0	3	2	0	4	16 (18.18)	
	COSO ERM 2017	0	0	0	0	1	1	3	5 (5.68)	

หมายเหตุ: จำนวน (ร้อยละจาก 88 บริษัท) **ระดับนัยสำคัญ .01

ข้อมูลทั่วไป

จากการรวบรวมระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100 จำนวน 88 บริษัท ใน 7 กลุ่มอุตสาหกรรม คือ เกษตรและอุตสาหกรรม ทรัพยากร เทคโนโลยี ธุรกิจการเงิน บริการ สินค้าอุตสาหกรรม และอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง พบว่า ขนาดของกิจการ เมื่อวัดจากสินทรัพย์รวมเฉลี่ย 3 ปี บริษัทที่มีขนาดของกิจการที่น้อยที่สุด 1,954.06 ล้านบาทอยู่ในกลุ่มธุรกิจบริการ บริษัทที่มีสินทรัพย์รวมเฉลี่ย 3 ปีมากที่สุดอยู่ในกลุ่มธุรกิจการเงินเท่ากับ 3,045,763.47 ล้านบาท อายุของกิจการ บริษัทที่ศึกษามีอายุกิจการเฉลี่ย 18.78 ปี ทั้งนี้อายุกิจการมีตั้งแต่ 2-43 ปี โดยบริษัทที่มีอายุของกิจการที่น้อยที่สุด 2 ปี มี 4 บริษัทในกลุ่มทรัพยากร กลุ่มบริการ และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง สำหรับบริษัทที่มีอายุมากที่สุด 43 ปีมี 4 บริษัทเช่นกันในกลุ่มการเงิน กลุ่มบริการ และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ความสามารถในการทำกำไร เมื่อวัดจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) พบว่าโดยเฉลี่ยบริษัทที่ศึกษามีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ยเท่ากับ 9.33 เท่า และมีการกระจายของอัตราผลตอบแทน คือมีค่าตั้งแต่ -0.2-61.89 เท่า ทั้งนี้มีบริษัทในกลุ่มบริการ 1 บริษัท มีอัตราผลตอบแทนสูงสุดคือ 61.89 เท่า โครงสร้างเงินทุน เมื่อวัดด้วยอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น พบว่าบริษัทในกลุ่มทรัพยากรมีสัดส่วนเงินทุนเป็นหนี้สินน้อยที่สุด 0.03 เท่า ในขณะที่บริษัทที่มีสัดส่วนเงินทุนเป็นหนี้สินมากที่สุด 8.90 เท่าจัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม (ตารางที่ 1)

ระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม

ภาพรวมระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง พบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดี พอใช้ และดีมาก จำนวน 23 บริษัท (ร้อยละ 26.14) 22 บริษัท (ร้อยละ 25.00) และ 17 บริษัท (ร้อยละ 19.32) ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ทั้งนี้เมื่อจำแนกตามอุตสาหกรรม พบว่ามี 9 บริษัทมีระดับการเปิดเผยการบริหารความเสี่ยงในเกณฑ์ดีเลิศ คือ กลุ่มธุรกิจการเงิน จำนวน 3 บริษัท (ร้อยละ 23.08 ของจำนวนบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรม) รองลงมาคือกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 2 บริษัท (ร้อยละ 12.50 ของจำนวนบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรม) และกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มทรัพยากร กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 4 บริษัท (ร้อยละ 12.50, 12.50 และ 50.00 ของจำนวนบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรม) ตามลำดับ

การเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง

การเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตารางที่ 3) พบว่า เมื่อจำแนกการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงปี 2559-2561 ตามเวอร์ชันของมาตรฐาน 3 เวอร์ชัน คือ COSO, COSO ERM 2004 และ COSO ERM 2017 ซึ่งแต่ละเวอร์ชันเริ่มเผยแพร่ปี 2535 ปี 2547 และปี 2560 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ในปี 2559 บริษัทมีทางเลือกในการประยุกต์ใช้มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง 2 เวอร์ชันคือ COSO และ COSO ERM 2004 พบว่าจาก 88 บริษัท มี 77 บริษัทหรือร้อยละ 87.50 ประยุกต์ใช้ COSO มีเพียง 11 บริษัทหรือร้อยละ 12.50 ที่ประยุกต์ใช้ COSO ERM 2004 และจากการเปรียบเทียบการใช้พบว่าไม่มีเวอร์ชันที่ใช้ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ในปี 2560 เป็นช่วงที่มีการพัฒนารูปแบบการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงเวอร์ชันใหม่คือ COSO ERM 2017 พบว่าจาก 88 บริษัท มี 4 บริษัทเลื่อนมาประยุกต์ใช้ COSO ERM 2004 หรือ

ร้อยละ 17.05 ที่เหลือ 73 บริษัทหรือร้อยละ 82.95 ยังคงใช้มาตรฐานเดิมในการเปิดเผยข้อมูล และมาตรฐาน COSO ERM 2017 ที่เพิ่งออกใหม่ไม่มีบริษัทใดเลือกใช้ ทั้งนี้เมื่อจำแนกการปรับเปลี่ยนเวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลข้างต้น พบว่า อุตสาหกรรมที่ไม่มีการปรับเปลี่ยนเวอร์ชันเลยคือ กลุ่มเทคโนโลยีและสินค้าอุตสาหกรรม ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการปรับเปลี่ยนมากที่สุด 3 อันดับแรกเมื่อเทียบกับจำนวนบริษัทในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมคือ กลุ่มทรัพยากร (1 บริษัทหรือร้อยละ 10.00) รองลงมาคือ กลุ่มการเงิน (2 บริษัทหรือร้อยละ 7.69) และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (1 บริษัทหรือร้อยละ 6.25) ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่าบริษัทในกลุ่มบริการจำนวน 1 บริษัทปรับเปลี่ยนการใช้จากเวอร์ชัน COSO ERM 2004 กลับมาเป็น COSO เหมือนเดิม และจากการเปรียบเทียบการใช้พบว่าไม่มีเวอร์ชันที่ใช้ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติเช่นเดียวกับปี 2559

หลังจากที่มีการเผยแพร่มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง COSO ERM 2017 ในปี 2560 ต่อมาในปี 2561 พบว่า มาตรฐานฉบับล่าสุดยังไม่ได้ได้รับความนิยมเท่าที่ควรมี 3 กลุ่มอุตสาหกรรมนำร่องเท่านั้นที่ปรับใช้เวอร์ชันนี้ คือ กลุ่มอุตสาหกรรม (1 บริษัทหรือร้อยละ 50.00) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (3 บริษัทหรือร้อยละ 18.75) และกลุ่มบริการ (1 บริษัทหรือร้อยละ 4.76) ตามลำดับ ในขณะที่เวอร์ชัน COSO ยังคงได้รับความนิยมเหมือนเดิมมี 67 จาก 88 บริษัท (ร้อยละ 76.14) ยังคงใช้มาตรฐานดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงเป็นที่น่าสนใจว่าบริษัทในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรจำนวน 1 บริษัทปรับเปลี่ยนการใช้จากเวอร์ชัน COSO ERM 2004 กลับมาเป็น COSO เหมือนเดิม ผลจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบการเลือกใช้พบว่ามี ความแตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยยะสำคัญ ($\chi^2 = 21.578, p = .043$)

สรุปผลและอภิปรายผล

สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ และอภิปรายผลการศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทกลุ่ม SET 100 มีค่าเฉลี่ยรวม 70.95 คะแนน อยู่ในระดับดี การเลือกประยุกต์ใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมีความหลากหลาย แต่เวอร์ชันที่ใช้มากที่สุด COSO และ COSO ERM 2004 เนื่องจากเป็นเวอร์ชันที่มีการใช้มานาน ผลการเปรียบเทียบพบความแตกต่างการเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงในแต่ละอุตสาหกรรม ผลการศึกษาสรุปได้ว่าการเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงมาจากระยะเวลาการนำมาใช้ ทำให้ทราบว่าการให้ความสำคัญต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง และทันสมัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

อย่างไรก็ตามการเลือกประยุกต์ใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความสนใจของกิจการในการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง ซึ่งไม่ได้กำหนดไว้เป็นกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทจดทะเบียนในตลาดฯ (จุฑามาน สิทธิผลวนิชกุล, 2561) เมื่อพิจารณาการเลือกประยุกต์ใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบกับการระดับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากการความสอดคล้องกันและสัมพันธ์กันของการบริหารความเสี่ยง กับการกำกับดูแลกิจการ และการควบคุมภายใน ซึ่งการบริหารความเสี่ยงถือ

เป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำกับกิจการ (Mikes, 2009) การกำกับดูแลกิจการเป็นภาพรวมของการให้ความเชื่อมั่นว่ากิจการจะมีการบริหารงานที่ดี เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันนำไปสู่การเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นประกอบ ซึ่งการบริหารความเสี่ยงในองค์กรเป็นวิธีการหนึ่งเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น กระบวนการดำเนินธุรกิจกับหลักปฏิบัติ 8 ข้อภายในกรอบ CG Code หลักปฏิบัติที่ 6 กำหนดให้กิจการดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม เป็นกระบวนการดำเนินธุรกิจ ติดตาม ประเมินผลการดำเนินการ และเปิดเผยข้อมูล (กุลยา จันทะเดช, 2561) การบริหารความเสี่ยงองค์กรเกี่ยวข้องกับหลักการควบคุมภายใน เนื่องจากการควบคุมภายในเป็นกระบวนการในการรับประกันว่าองค์กรจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ หลักการบางประการเกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยง อย่างไรก็ตาม แนวคิดการบริหารความเสี่ยงตามกรอบแนวคิด COSO ERM 2017 และ COSO ERM 2004 แตกต่างกัน บางองค์ประกอบแต่ทฤษฎีเชื่อมโยงกัน (จุฑามาน สิทธิพลวนิชกุล, 2561)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์เชิงทฤษฎี จากการศึกษาครั้งนี้ พฤติกรรมการเลือกใช้เวอร์ชันมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่ม SET 100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้ทราบว่ากิจการให้ความสำคัญต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง และทันสมัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง ตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

ประโยชน์เชิงการนำไปใช้ ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทสามารถนำผลการวิจัย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุน ในการตัดสินใจในการลงทุน จากความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงของบริษัท รวมถึงนักวิชาการหรือผู้ที่สนใจสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นฐานข้อมูลและประโยชน์ในการขยายขอบเขตในการวิจัยต่อไปในอนาคต

ข้อจำกัด

การศึกษานี้ยังคงมีข้อจำกัดอยู่บางส่วน เนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีเพียง 88 บริษัท ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มากนัก อีกทั้งระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเพียง 3 ปี คือ พ.ศ. 2559-2561 และเวอร์ชัน COSO ERM 2017 ยังเป็นเรื่องใหม่ที่ เผยแพร่เมื่อเดือน มิถุนายน พ.ศ.2560 ทำให้ผลการศึกษานี้ยังไม่ใช่ผลที่ดีที่สุดของการเลือกใช้เวอร์ชันการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยง แต่เป็นผลที่ดีที่สุดในช่วงเวลาปัจจุบันและเฉพาะกลุ่มของบริษัทจดทะเบียนใน SET 100 เท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าเวอร์ชันที่นิยมใช้ในการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงเป็นเวอร์ชันที่มีการใช้มาอย่างยาวนาน นั่นคือทางองค์กรมีความพร้อมด้านข้อมูลในขณะที่บุคลากรมีความชำนาญในการจัดทำ ดังนั้นหากทางบริษัทที่สนใจจะเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงซึ่งเป็นประเด็นการเปิดเผยโดยสมัครใจ บริษัทควรศึกษาความพร้อมขององค์กรและระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล เนื่องจากแต่ละเวอร์ชันมีจุดแข็งในมุมมองที่ต่างกัน

2. เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจเป็นทางเลือกของบริษัทในการปฏิบัติมิได้บังคับโดยกฎหมาย อย่างไรก็ตามทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังคงมุ่งหวังให้บริษัทมีการบริหารงานตาม

หลักบรรษัทภิบาล ดังนั้นเพื่อจูงใจให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงโดยสมัครใจตามเวอร์ชันมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ทางตลาดหลักทรัพย์ฯ ควรให้ความช่วยเหลือในเชิงนโยบายด้านการจัดทำรูปแบบและจัดอบรมการดำเนินการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงโดยสมัครใจ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นำมาตรฐานฯ ไปปฏิบัติในโอกาสต่อไป

3. เนื่องจากงานวิจัยปัจจุบันมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลตัดช่วงเวลาเพียง 3 ปี จำเพาะกลุ่มตัวอย่างบริษัท SET100 และรวบรวมข้อมูลโดยดัชนีการเปิดเผยข้อมูล ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับจะสะท้อนผลการวิจัยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เลือกภายใต้ระยะเวลาการศึกษาที่กำหนด รวมถึงด้วยเครื่องมือการเก็บข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณคือระดับคะแนนที่ได้รับในดัชนีการเปิดเผยข้อมูล งานวิจัยในอนาคตสามารถขยายขอบเขตไปเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพข้อมูลการบริหารความเสี่ยงที่เปิดเผยและอาจขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างบริษัทจะเป็นและระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล จะให้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กุลยา จันทะเดช. (2561). หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี พ.ศ. 2560. *วารสารวิชาชีพบัญชี*. 14(41), 73-93. (2561).
- จุฑามาน สิทธิผลวนิชกุล. (2561). แนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กร. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 14(42), 111-124. (2562).
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *การบริหารความเสี่ยง*. สืบค้น 1 เมษายน 2562, จาก <http://www.set.oc.th>
- ทิพวรรณ สวัสดิ์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการบริหารความเสี่ยงกับการตกแต่งกำไร กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *ภาควิชาการบัญชี, คณะวิทยาการจัดการ สงขลานครินทร์*.
- ปิยวดี ไชยจิตรกิจ. (2651). *COSO ERM 2017กรอบการบริหารความเสี่ยงใหม่ ใ้โลกกว่าเดิม*. ประกันภัย, 33(138),12-16. สืบค้น 22 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.tgia.org/uplond/book_file/204/book_file204.pdf
- ภณิดา วรทวีธำรง. (2561). *ความสอดคล้องของการบริหารความเสี่ยงตามหลัก COSO ERM 2017ของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. สาขาบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนอชัย สุตจิตร. (ม.ป.พ.). *การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบ COSO-ERM: 2017*. สืบค้น 22 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.manochai.com/wp-content/uploads/ERM-2017/New_ERM_2017_1
- สุรเดช จอจวรรณศิริ. (2561). *บริหารความเสี่ยงด้วย COSO ERM 2017*. สืบค้น 22 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.trisacademy.com/articles-and-knowledge/coso-erm-coso-2017/>
- ไอลดา หนูตะพงค์. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษากลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. *ภาควิชาการบัญชี, คณะวิทยาการจัดการ สงขลานครินทร์*.

- Elzahar, H., Hussainey, K. (2012), Determinants of narrative risk disclosures in UK interim reports. *The Journal of Risk Finance*, 13 (2), 133-147.
- Farrell, K.,Gallagher, Ronan. (2015), The Valuation Implications of Enterprise Risk Management Maturity. *The Journal of Risk and Insurance*, 82(3), 625–657.
- Ho, S.S.M., Wong, K. S. (2001) A study of the relationship between corporate governance structures and the extent of voluntary disclosure. *Journal of International Accounting, Auditing & Taxation*. 10, 139-156.
- Mikes, A. (2009). Risk management and calculative cultures. *Management Accounting Research*, 20(1), 18-40.
- Pipatanasen, A., & Srijunpetch, S. (2017). Respose of the Stock Exchange of Thailand on Corporate Governance, Earnings Quality and Auditors. *Journal of Accounting Profession*, 13(40), 22-31.

ห้องนำเสนอ 2

การบัญชี 2/2

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม การใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพและผลการดำเนินงานขององค์กร: กรณีศึกษา โรงแรมในจังหวัดกระบี่และจังหวัดภูเก็ต

The Relationship among Perceived Environmental Uncertainty, Balanced Scorecard Usage and Hotel Performance Case Study: Hotels in Krabi and Phuket

ทิฆัมพร พลูหน้่ง

Thikamporn Ploonang¹

ศิริลักษณ์ บางโชคดี

Sirilak Bangchokdee²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพและผลการดำเนินงานขององค์กร (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมกับผลการดำเนินงานขององค์กรโดยมีระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพเป็นตัวแปรกลาง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมในจังหวัดกระบี่และจังหวัดภูเก็ต จำนวน 102 แห่ง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า (1) การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมภายนอกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ (2) ระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (3) การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร แต่มีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ

คำสำคัญ: การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ ผลการดำเนินงานของโรงแรม

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: 6010521720@psu.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชา/สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: sirilak.ba@psu.ac.th

Abstract

This study aims to (1) study the relationship between perceived environmental uncertainty and balanced scorecard usage; (2) balanced scorecard usage and firm performance; (3) perceived environmental uncertainty and firm performance in which balanced scorecard is the mediator variable. By collecting data from general managers of 102 hotels in Krabi and Phuket using a questionnaire summary. The results of path analysis indicate that (1) perceived environmental uncertainty is positively related to indicate balanced scorecard usage; (2) balanced scorecard usage is significantly related to hotel performance; (3) perceived environmental uncertainty is not directly related to hotel performance but perceived environmental uncertainty is indirectly related to hotel performance through balanced scorecard usage.

Keywords: Perceived Environmental Uncertainty, Balanced Scorecard, Hotel Performance

บทนำ

สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เนื่องด้วยภาวะเป็ยบที่เพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงของความต้องการหรือรสนิยมของลูกค้า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการอยู่รอดขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมโรงแรมที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลักต่างต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง ทำให้องค์กรจำเป็นต้องในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง (Gomes et al., 2013; Soheilrad & Sofian, 2016) ตามทฤษฎีเชิงสถานการณ์ชี้ให้เห็นว่าองค์กรต่าง ๆ จะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องมีการออกแบบระบบการควบคุมการบริหารให้ตรงกับตัวแปรตามสถานการณ์ เช่น ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมขององค์กร ขนาด และสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นต้น (Jusoh, 2008) ซึ่งการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทฤษฎีเชิงสถานการณ์ทำให้ผู้บริหารไม่สามารถคาดการณ์สภาพแวดล้อมได้อย่างถูกต้องและเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อกรออกแบบและการใช้ระบบการควบคุมทางการบริหาร อย่างไรก็ตาม การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมนั้นจะลดลงได้โดยการรับข้อมูลที่มากขึ้น ลดความยากในการวางแผนและการควบคุม ทำให้ความสามารถในการประมวลผลข้อมูลของบริษัทจำเป็นต้องมีความสอดคล้องกับการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม (Costantini & Zanin, 2017)

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ประกอบด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต

(Learning and Growth Perspective) ซึ่งในการประเมินต่างต้องอาศัยดัชนีชี้วัดผลงานเป็นหลัก (Key Performance Indicators : KPIs) (กฤษณี มหาวิรุฬห์, 2546; สำเร็จ อ่อนสัมพันธ์, 2554) ในส่วนของอุตสาหกรรมบริการได้นำตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพมาใช้ ตัวอย่างเช่น Nunes และ Machado (2014) โรงแรมได้ใช้ผลการดำเนินงานเพื่อประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรเช่นเดียวกับ Kala และ Bagri (2014) Evans (2005) ศึกษาโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอังกฤษ พบว่าในปัจจุบันมีการใช้การวัดที่หลากหลายและผู้ประกอบการโรงแรมจำนวนมากมีการใช้มุมมองทั้ง 4 ของตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ

ธุรกิจโรงแรม ถือเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคใต้ของประเทศไทยนับเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ซึ่งจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีผู้เยี่ยมชมเยือนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศไทย มีรายได้จากการท่องเที่ยวจากชาวต่างชาติจำนวน 278,058.92 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตาม สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต ได้รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ต ว่าผู้ประกอบการโรงแรมประสบปัญหาอุปทานส่วนเกิน เนื่องด้วยการเพิ่มขึ้นของสินค้าทดแทน ทำให้การแข่งขันด้านราคาค่อนข้างรุนแรง ราคาห้องพักถูกลงส่งผลให้รายได้ของผู้ประกอบการลดลง (สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต, 2562, หน้า 8) ในขณะที่จังหวัดกระบี่เป็นจังหวัดที่มีผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติมากที่สุดเป็นอันดับ 4 ของประเทศ มีรายได้จากนักท่องเที่ยวจำนวน 50,637.36 ล้านบาท นอกจากนี้ จากบทสัมภาษณ์ของอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก อดีตประธาน สทท. ในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฐานเศรษฐกิจ พบว่าในจังหวัดกระบี่ผู้ประกอบการโรงแรมเผชิญกับการแข่งขันที่สูงมากในด้านของราคา เนื่องด้วยการเข้ามาของสินค้าทดแทน เช่น การเปิดแมนชั่นเพื่อขายนักท่องเที่ยว (ธนวรรณ วินัยเสถียร, 2562, หน้า 10)

งานวิจัยในอดีตพบว่า การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมมีผลต่อการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในการปรับปรุง ช่วยในการตัดสินใจด้านการบริหารการวางแผนและการควบคุม การบริหาร งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมกับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพในอุตสาหกรรมบริการยังมีน้อย ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมการผลิต (Dropulić, 2013; Jusoh, 2008)

นอกจากนี้ มีงานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่ความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมกับผลการดำเนินงานและความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพกับผลการดำเนินงาน (Ajibolade et al., 2010; Al-Naser & Mohamed, 2016; Evans, 2005) การศึกษาระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพเป็นบทบาทคั่นกลางระหว่างความสัมพันธ์ของการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมกับผลการดำเนินงานยังมีจำกัด (Jusoh, 2008) ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้จึงทำการศึกษาความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมกับระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ ความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพกับผลการดำเนินงาน และบทบาทคั่นกลาง

ของระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมกับผลการดำเนินงาน ภายใต้บริบทของโรงแรมในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและผลการดำเนินงานของโรงแรม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและผลการดำเนินงานของโรงแรมโดยมีระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเป็นตัวแปรกลาง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวคั่นกลางระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมกับผลการดำเนินงานขององค์กร ภายใต้บริบทของโรงแรมในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต
2. เมื่อธุรกิจโรงแรมเผชิญกับความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการออกแบบระบบการประเมินผลการดำเนินงานโดยใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพให้เหมาะสมกับระดับการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมของธุรกิจเพื่อให้มีผลประกอบการที่ดี

การทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมกับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรพื้นฐานที่มีผลกระทบต่อการออกแบบและการใช้ระบบการควบคุมทางการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับการใช้และประโยชน์ของการบัญชีบริหารในขอบเขตที่กว้าง (Chenhall, 2003; Costantini & Zanin, 2017) ความไม่แน่นอนจะทำให้องค์กรยากต่อการวางแผนและการควบคุมในอนาคต เนื่องจากไม่สามารถระบุเหตุการณ์ได้ หรือไม่สามารถทราบถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผลการดำเนินงานขององค์กร เมื่อความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวัดผลการดำเนินงานมีแนวโน้มที่จะเป็นข้อมูลทั้งภายในและภายนอก และจะกระตุ้นให้องค์กรมีการออกแบบระบบบัญชีบริหารที่มีความซับซ้อน ได้แก่ ระบบการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์และระบบการวัดงบประมาณรวมถึงระบบการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อให้มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเงินและไม่เกี่ยวข้องกับการเงินด้วยความถี่และรายละเอียดที่มากขึ้น ซึ่งระบบบัญชีบริหารจะให้การประมาณการความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Ajibolade, 2013; Reheul & Jorissen,

2007) Dinh และคณะ (2018) พบว่าการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ ในระดับการรับรู้ความไม่แน่นอนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทมีแนวโน้มที่จะนำตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพมาใช้มากขึ้นเช่นกัน Damonte และคณะ (1996) พบว่าระบบข้อมูลที่เหมาะสม โรงแรมสามารถช่วยให้ผู้จัดการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าและเป้าหมายขององค์กร ซึ่งในการออกแบบระบบการควบคุมทางการบริหารในโรงแรมควรพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่โรงแรมเผชิญอยู่ เนื่องจากผู้จัดการขององค์กรมีการเปิดเผยต่อลูกค้าและคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการศึกษานี้จึงสามารถตั้งสมมติฐานงานวิจัยได้ ดังนี้

H_1 : การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ

ระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพกับผลการดำเนินงานของโรงแรม

สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเช่น การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น และ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงในความต้องการซื้อของลูกค้า และการกระทำของคู่แข่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาองค์กร องค์กรมีความจำเป็นในการคาดการณ์ผลประกอบการล่วงหน้า ทำให้ข้อมูลทางบัญชีบริหารมีความจำเป็นมากขึ้นในแง่ของการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน เนื่องจากตัวชี้วัดจะส่งผลให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยจะตรวจติดตามความสามารถขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและเป้าหมายทันตามเวลาที่กำหนด ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องมีการตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีคุณภาพที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และความคุ้มค่ากับกำลังซื้อของลูกค้า บริษัทต่างจำเป็นต้องมีการปรับปรุงทั้งผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้จะรักษาสถานลูกค้าแล้วบริษัทยังเน้นเป้าหมายทางการเงิน คือ การทำกำไรให้กับองค์กร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้น ดังนั้นเมื่อบริษัทเผชิญหน้ากับการแข่งขันที่รุนแรง จำเป็นที่ต้องมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่หลากหลายเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Dinh et al., 2018; Fakhri et al., 2009) งานวิจัยในอดีต เช่น Jusoh และคณะ (2008) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพกับผลการดำเนินงานขององค์กร ในการเพิ่มความสามารถในการตัดสินใจและเป็นประโยชน์ในการออกแบบระบบการควบคุมทางการบริหาร เช่นเดียวกับ Kala และ Bagri (2014) พบว่าการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพจะช่วยให้ผู้บริหารในการประเมินและตรวจสอบผลการดำเนินงาน ซึ่งเป็นวิธีการที่ผู้บริหารปฏิบัติตามขอบเขตที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยวัตถุประสงค์จะถูกสร้างขึ้นภายใน ที่กำหนดโดยเจ้าของหรือผู้บริหารเองเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของตนเอง ซึ่งเป็นที่สังเกตว่าเจ้าของหรือผู้บริหารใช้วิธีผสมผสานทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อประเมินผลการดำเนินงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การวัดระยะสั้นจะช่วยสะท้อนตำแหน่งปัจจุบันขององค์กรในขณะที่การวัดระยะยาวจะระบุถึงความแข็งแกร่งและความสามารถในการเติบโต การยอมรับจากตลาดและสะท้อนถึงความสำเร็จโดยรวมของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษานี้จึงสามารถตั้งสมมติฐานงานวิจัยได้ ดังนี้

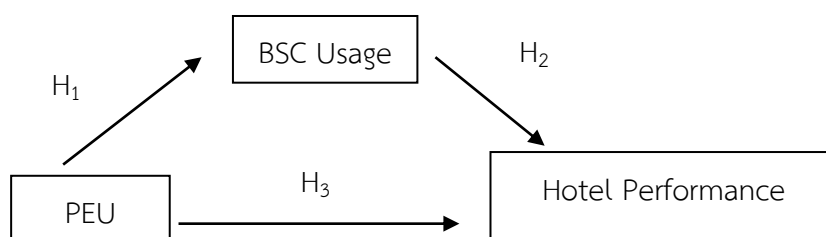
H₂ : ระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร

การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและผลการดำเนินงานของโรงแรม

ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมยังรวมถึงข้อมูลที่ไม่เพียงพอเกี่ยวกับสถานการณ์หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ไม่สามารถคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงภายนอกและผลกระทบต่อทางเลือกในการตัดสินใจขององค์กร เนื่องด้วยผู้บริหารหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจไม่มีความสามารถในการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการตอบสนองขององค์กรต่อสภาพแวดล้อมภายนอกนั้นจะขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้บริหารหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม (Sawyer et al., 2003) Libby และ Waterhouse (1996) กล่าวว่า องค์กรที่ทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงควรจะมีความสามารถในการปรับระบบควบคุม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในทุกองค์กรที่จะต้องมีการดำเนินงานเพื่อให้อยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง Child (1972) กล่าวว่า การส่งเสริมความสามารถขององค์กรในการคาดการณ์และการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมมีความสำคัญต่อกระบวนการที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ

นอกจากนี้ในการศึกษาบทบาทของการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพในฐานะตัวแปรกลาง การศึกษาโดย Chong และ Chong (1997), Mia และ Clarke (1999), Widener (2006) อาจมีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและความสัมพันธ์ทางอ้อมของขอบเขตการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่หลากหลาย เช่น การใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเพื่อประเมินผลการดำเนินงาน ตัวอย่างเช่น Ajibolade (2013) ศึกษากระบวนการบัญชีบริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสัมพันธ์ของการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและผลการดำเนินงาน ซึ่งบริษัทที่มีการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมที่สูง จะมีแนวโน้มที่จะแสดงผลประกอบการที่สูงขึ้นหากได้รับการสนับสนุนจากการออกแบบระบบการบัญชีบริหารในด้านระบบการคิดต้นทุนของผลิตภัณฑ์และงบประมาณและระบบการวัดผลการดำเนินงาน ดังนั้นการศึกษานี้จึงสามารถตั้งสมมติฐานงานวิจัยได้ ดังนี้

H₃ : การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กรโดยมีระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเป็นตัวแปรกลาง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ จำนวน 300 แห่ง โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยตนเองและได้รับคืน จำนวน 102 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 34 สำหรับสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ผลการวิจัย

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสัมพันธ์ของตัวแปร

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าวัดอัลฟาครอนบาช (Cronbach's alpha) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ดังตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าวัดอัลฟาครอนบาช (Cronbach's alpha) (n = 102)

ตัวแปร	Actual range	Mean	SD	Correlation			Cronbach Alpha
				X ₁	X ₂	Y	
X ₁ = การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม	1.25-4.38	2.9963	.58272	1.00			0.805
X ₂ = ระดับการใช้ตัวชี้วัดผลดำเนินงานเชิงดุลยภาพ	2.17-4.75	3.5944	.44185	.294*	1.00		0.889
Y = ผลการดำเนินงานขององค์กร	2.14-5.00	3.3964	.49931	.231	.442*	1.00	0.809

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

ตารางที่ 2

แสดงผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์	Coefficient value (β)	t- value	p- value
สมการที่ 1: $X_2 = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + e$				
X_1 การรับรู้ความไม่แน่นอนของ สภาพแวดล้อม	β_1	.294	3.078	.003
ตัวแปรตาม : ระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ (X_2)				
$R^2 = 8.7\%$; adjusted $R^2 = 7.7\%$; $F = 9.474$; $p < 0.05$; $n = 102$				
สมการที่ 2: $Y = \alpha_0 + \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2 + e$				
X_1 การรับรู้ความไม่แน่นอนของ สภาพแวดล้อม	β_2	.111	1.180	N.S.
X_2 ระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน เชิงคุณภาพ	β_3	.410	4.377	.000
ตัวแปรตาม : ผลการดำเนินงานขององค์กร (Y)				
$R^2 = 20.7\%$; adjusted $R^2 = 19.1\%$; $F = 12.911$; $p < 0.05$; $n = 102$				

จากสมการที่ 1 ระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ (X_2) เป็นตัวแปรตาม และการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม (X_1) เป็นตัวแปรต้น ตามผลลัพธ์ที่แสดงในตารางที่ 2 ในสมการที่ 1 บอกถึงความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญ ($\beta_1 = 0.294$, t -value = 3.078, $p < 0.05$) ระหว่างตัวแปรทั้งสอง ดังนั้นจึงยอมรับ H_1 ซึ่งหมายความว่า การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมเพิ่มขึ้นทำให้มีระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น

จากสมการที่ 2 ผลการดำเนินงานขององค์กร (Y) เป็นตัวแปรตาม และการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม (X_1) และระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ (X_2) เป็นตัวแปรต้น ตามผลลัพธ์ในตารางที่ 2 ในสมการที่ 2 บอกถึงความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญ ($\beta_3 = 0.410$, t -value = 4.377, $p < 0.05$) ระหว่างระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นจึงยอมรับ H_2 ซึ่งหมายความว่าระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเพิ่มขึ้นทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3

แสดงความสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อมของตัวแปร

Path linking	Observed Correlation	Direct effect	Indirect effect	Spurious effect	Total relation
X ₂ กับ X ₁	r ₁₂ 0.294	P ₂₁ 0.294			0.294
Y กับ X ₁	r _{1y} 0.231	P _{1y} .111	P _{2y} × r ₁₂ 0.410 × 0.294 = 0.121		0.231
Y กับ X ₂	r _{y2} 0.442	P _{2y} 0.410		P _{1y} × r ₁₂ 0.111 × 0.294 = 0.033	0.442

จากตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ และระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและผลการดำเนินงานขององค์กรนั้นในเชิงบวกและมีนัยสำคัญ ดังนั้นผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพมีบทบาทสำคัญในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H₃ ซึ่งการคำนวณจะแสดงในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผลกระทบโดยรวมของการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมเป็น: ผลกระทบโดยตรง (P_{1y} = 0.111) บวกกับผลกระทบทางอ้อมผ่านระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ (P_{2y} × r₁₂ = 0.121) ซึ่งเท่ากับ 0.231 ปฏิกริยาอันดับศูนย์ (zero-order) มีความสัมพันธ์ระหว่าง X₁ และ Y ในตารางที่ 1

Baron and Kenny (1986) กล่าวว่า หากตัวแปรต้นไม่สัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญเมื่อมีการควบคุมผลของตัวแปรกลางจะมีการเชื่อมโยงอย่างเต็มที่โดยตัวแปรคั่นกลาง อย่างไรก็ตามหากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามยังคงมีความสัมพันธ์ แต่ในระดับที่ต่ำกว่าแสดงว่ามีบทบาทคั่นกลางแค่บางส่วน ดังที่แสดงในตารางที่ 2 ผลลัพธ์ของการถดถอยผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม ($\beta = 0.111$, N.S.) และระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ($\beta = 0.410$, $p < 0.05$) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม) และตัวแปรตาม (ผลการดำเนินงานของโรงแรม) ไม่มีนัยสำคัญ ดังนั้น ผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเป็นบทบาทคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและผลการดำเนินงานของโรงแรม

สรุปและอภิปรายผล

1. การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม (Perceived Environment Uncertainty) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ กล่าวคือ เมื่อระดับการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมสูง ทำให้การวางแผนและการควบคุมที่ยาก เนื่องจากเหตุการณ์ในอนาคตเกิดความไม่แน่นอน ผู้บริหารอาจจำเป็นต้องมีการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ จึงทำให้องค์กรต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงินมากขึ้นในแง่ของการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และสามารถบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัย Dinh และคณะ (2018) ที่กล่าวว่าในระดับการรับรู้ความไม่แน่นอนที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทจำเป็นต้องมีการคาดการณ์ผลประกอบการล่วงหน้า ข้อมูลทางการบัญชีบริหารจึงมีความจำเป็นมากขึ้นในแง่ของการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน จึงทำให้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

2. ระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ (Balanced Scorecard) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของโรงแรม กล่าวคือ เมื่อองค์กรมีการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเพิ่มมากขึ้น จะช่วยให้องค์กรมีการปรับปรุงผลการดำเนินงานในการสร้างรายได้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแผนก และช่วยในการตัดสินใจในการออกแบบระบบการควบคุมทางการบริหาร ทำให้ผู้บริหารสามารถประเมินและตรวจสอบผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jusoh และคณะ (2008) และ Kala และ Bagri (2014) ที่กล่าวว่า การใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพจะเพิ่มความสามารถในการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ และช่วยให้ผู้บริหารสามารถประเมินและตรวจสอบผลการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3. บทบาทคั่นกลางของระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ เป็นบทบาทคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมและผลการดำเนินงานของโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lui และคณะ (2014) กล่าวว่า องค์กรที่เผชิญกับความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมที่มากขึ้น ทำให้องค์กรจำเป็นต้องใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เพื่อให้เห็นภาพผลการดำเนินงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อลดการรับรู้ความไม่แน่นอนและช่วยในการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับ Mia และ Clarke (1999) กล่าวว่า การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานผ่านการใช้อุปกรณ์ที่บริษัทต้องการเพื่อวางตำแหน่งของตัวเองอย่างเหมาะสมในตลาดเพื่อรับมือกับภัยคุกคามทางการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการนำผลการศึกษาไปใช้

ประโยชน์จากการนำไปใช้

ผู้บริหารจะสามารถออกแบบระบบการประเมินผลการดำเนินงานโดยมีการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพให้มีความเหมาะสมกับระดับการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม เพื่อให้โรงแรมมีผลประกอบการที่ดีและช่วยให้ผู้บริหารสามารถประเมินและตรวจสอบผลการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และสามารถดำเนินกิจการอยู่ได้ภายใต้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม

ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สนับสนุนทฤษฎีเชิงสถานการณ์ ในด้านการรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม ว่า การรับรู้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมมีผลกระทบต่อระดับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพได้ กล่าวคือ เมื่อโรงแรมมีสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนสูงจำเป็นต้องมีการใช้เครื่องมือที่มีความรอบด้านเช่น ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพเพื่อให้เห็นภาพผลการดำเนินงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกระบี่และจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ซึ่งไม่สามารถอธิบายในลักษณะโดยรวมของประเทศได้ ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไปอาจจะเป็นการศึกษาในระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ

2. งานวิจัยในอนาคต อาจจะนำกรอบแนวคิดงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจอื่น เช่น โรงพยาบาล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กฤษณี มหาวิรุฬห์. (2546). แนวคิดการบริหารแบบ Balanced Scorecard. *บทความจากวารสาร*

จดหมายข่าว สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงมหาดไทย, 16(155), 28–33.

ธนวรรณ วินัยเสถียร. (2562, 23). เปิดแนวรุก “ท่องเที่ยวกระบี่” ยกเครื่องธุรกิจสู่ “บลูโอเชียน.”

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 10.

สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต. (2562). *รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ต*.

สำเร็จ อ่อนสัมพันธ์. (2554). ระบบการควบคุมทางการบริหารสำหรับผลการปฏิบัติงานขององค์กร.

วารสารการบริหารการศึกษา, 2(1), 215–228.

Ajibolade, S. O. (2013). *Management Accounting Systems Design and Company*

Performance in Nigerian Manufacturing Companies. 14(2), 228–244.

- Al-Naser, K. H. Y., & Mohamed, R. B. (2016). A contingency model of the association between political turbulence, intensity of competition and balanced scorecard: Impact on firm performance. *International Conference on Accounting Studies (ICAS) 2016*, 290–296.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Chenhall, R. H. (2003). Management control systems design within its organizational context: Findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, Organizations and Society*, 28(2), 127–168.
- Child, J. (1972). Organizational structure, environment, and performance: The role of strategic choice. *Sociology*, 6(1), 1–22.
- Chong, V. K., & Chong, K. M. (1997). Strategic choices, environmental uncertainty and SBU performance: A note on the intervening role of management accounting systems. *Accounting and Business Research*, 27(4), 268–276.
- Costantini, A., & Zanin, F. (2017). The Effect of Perceived Environmental Uncertainty on the Use and Perceived Usefulness of Strategic Management Accounting: Some Empirical Evidence. *Managing Global Transitions*, 15(4 (Winter)), 379–398.
- Dinh, H. N., Tran, M. D., & Nguy, T. H. (2018). Determinants Influencing the Usage of Balanced Scorecard for Performance Measurement: The Case of Vietnam. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(6), 1–15.
- Dropulić, I. (2013). The effect of contingency factors on management control systems: A study of manufacturing companies in Croatia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1, 369–382.
- Evans, N. (2005). Assessing the balanced scorecard as a management tool for hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), 376–390.
- Fakhri, G., Menacere, K., & Pegum, R. (2009). The impact of contingent factors on the use of performance measurement system in the banking industry: The case of Libya. *A Paper Presented at Salford Postgraduate Annual Research Conference, Salford*, 1–23.

- Gomes, C., Santos, L. L., & Arroteia, N. (2013). *The influence of the environmental and organizational factors in the management accounting of the Portuguese hotels*. 7, 1–15.
- Jusoh, R. (2008). Environmental uncertainty, performance, and the mediating role of balanced scorecard measures use: Evidence from Malaysia. *International Review of Business Research Papers*, 4(2), 116–135.
- Jusoh, R., Ibrahim, D. N., & Zainuddin, Y. (2008). The performance consequence of multiple performance measures usage. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 57(2), 119–136.
- Kala, D., & Bagri, S. C. (2014). Balanced scorecard usage and performance of hotels: A study from the tourist state of Uttarakhand, India. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism (APJIHT)*, 3(2), 1–21.
- Libby, T., & Waterhouse, J. H. (1996). Predicting change in management accounting systems. *Journal of Management Accounting Research*, 8, 137.
- Mia, L., & Clarke, B. (1999). Market competition, management accounting systems and business unit performance. *Management Accounting Research*, 10(2), 137–158.
- Nunes, C. R., & Machado, M. J. C. V. (2014). Performance evaluation methods in the hotel industry. *Tourism & Management Studies*, 10(1), 24–30.
- Reheul, A., & Jorissen, A. (2007). The role of performance on the choice of MCS in SMEs: The integration of resource dependence theory in the conventional contingency-based framework. *Proceedings of the 4th Conference on Performance Measurement and Management Control—Measuring and Rewarding Performance*, 26–28. Citeseer.
- Sawyer, O. O., McGee, J., & Peterson, M. (2003). Perceived uncertainty and firm performance in SMEs: The role of personal networking activities. *International Small Business Journal*, 21(3), 269–290.
- Soheilrad, S., & Sofian, S. (2016). A proposed model of the mediating effect of strategic management accounting on the relationship between perceived environmental uncertainty and firm performance. *International Journal of Research—Granthaalayah*, 4(1), 231–239.

Widener, S. K. (2006). Associations between strategic resource importance and performance measure use: The impact on firm performance. *Management Accounting Research*, 17(4), 433–457.

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของกิจการและการรายงาน
ความรับผิดชอบต่อสังคม: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
The Relationship between Corporate Performance Measured by Balanced
Scorecard and Corporate Social Responsibility Reporting: A Case Study of
Listed Companies from Market for Alternative Investment (MAI)

อารยา วรวัฒน์นฤนาท Araya Worawatnalunat¹
จิตติมา วิเชียรรักษ์ Jittima Wichianrak²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขตและปริมาณของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ และทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปี พ.ศ. 2557 - 2561 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 61 บริษัท ใช้แบบเก็บข้อมูลกระดาษทำการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมรวมทุกหัวข้อเฉลี่ยเท่ากับ 11.85 คะแนน ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านที่ไม่ใช่การเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Abstract

The objectives of this research aim to assess the extent and level of corporate social responsibility reporting, and to test the relationship between corporate performance measured by balanced performance and corporate social responsibility reporting in annual reports of companies listed in Market for Alternative Investment (MAI) since 2014 - 2018. Using 61 firms, descriptive statistical analysis, correlation analysis, and multiple regression analysis are used to analyze the data. The research result found that the listed companies from MAI provide 11.85 average points of corporate social responsibility reporting in their annual reports. Corporate performance in terms of non-financial information has a positive relationship with corporate social responsibility reporting.

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: araya.wo@psu.ac.th

² ดร. อาจารย์ที่ปรึกษา ภาควิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: jittima.w@psu.ac.th

Keywords: Balanced Scorecard, Corporate Social Responsibility Reporting, The Market for Alternative Investment (MAI)

บทนำ

จากแนวโน้มการขยายตัวที่เพิ่มสูงขึ้นของระบบเศรษฐกิจไม่เพียงแต่จะส่งผลให้เกิดการเจริญเติบโตในภาคเศรษฐกิจเท่านั้น แต่การขยายตัวดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน นับเป็นเวลากว่าครึ่งทศวรรษแล้วที่แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดสู่องค์กรเพื่อเป็นการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาคุณภาพชีวิต สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยเน้นให้องค์กรมีการเจริญเติบโตควบคู่ไปกับพัฒนาที่ยั่งยืน (สถาบันไทยพัฒนา, 2562) ถึงแม้ในช่วงแรกจะเป็นเพียงการออกมาทำเพื่อแก้ไขปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรเท่านั้น แต่แนวคิดดังกล่าวก็ได้รับความสนใจจากหลายองค์กรทั่วโลก จนเป็นที่ยอมรับ และนำไปสู่การพัฒนาหลักเกณฑ์ แนวทางในการดำเนินงานตลอดจนการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานในระดับสากล

สำหรับประเทศในภูมิภาคเอเชีย การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับการผลักดันในตลาดทุนของประเทศไทยที่หน่วยงานต่างๆภายใต้การดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ออกหลักการเบื้องต้นเพื่อให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเอกสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561) เพื่อส่งเสริมให้องค์กรได้ตระหนักถึงความสำคัญในการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการให้ข้อมูลที่จำเป็นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของสังคมเพื่อลดช่องว่างและความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้เสียและองค์กร แต่ถึงแม้ว่าการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีขึ้นให้แก่องค์กร แต่การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำ ข้อมูลบางอย่างที่เกี่ยวข้องไม่ได้รับการเปิดเผย และเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นหรือถูกบังคับด้วยกฎหมายเท่านั้น (นิชวรรณ วิชัยดิษฐ์, 2555) ส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้เท่าที่ควร

พฤติกรรมดั้งเดิมขององค์กรที่มีต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นขึ้นอยู่กับความพร้อมของทรัพยากรทางเศรษฐกิจ (Amato and Amato, 2007) เนื่องจากการทำกิจกรรม และการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีต้นทุนในการจัดทำ หากองค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นโอกาสที่จะลงทุนในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ผลการดำเนินงานจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้หากองค์กรเริ่มต้นคาดหวังผลประโยชน์จากสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การลงทุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมควรได้รับผลสำเร็จที่สูงขึ้นกลับคืนมา และการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมควรมีผลบวกต่อมูลค่าขององค์กรด้วยเช่นกัน

การศึกษาในอดีตที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทของต่างประเทศ และประเทศไทย พบความสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย

จึงยังไม่สามารถหาข้อสรุปที่ชัดเจนได้ นอกจากนี้การศึกษาโดยส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นผลการดำเนินงานทางการเงินเพียงด้านเดียว และให้ความสำคัญกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีขนาดใหญ่ มากกว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ

กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย แนวโน้มจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ SME ไม่เพียงแต่จะส่งผลให้เกิดการเติบโตในแง่ของจำนวนการผลิต และการจ้างงานเท่านั้น แต่ยังสามารถกระทบต่อชุมชน และสังคมโดยรอบเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนนั้น จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมด้วย (สุริธา ลี้มรรสเจริญ และคณะ, 2561) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดทุน เอ็ม เอ ไอ (MAI) เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยการระดมทุนจากตลาดทุนในการเติบโต การนำเอาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ในเชิงบวกที่มีผลต่อความอยู่รอดและผลการดำเนินงานขององค์กร (Wuncharoen, 2013)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ คือ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับกิจการต่างๆในการวางแผนการดำเนินงาน รวมไปถึงการปรับปรุงการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม และให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นำข้อมูลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมมา กำหนดแนวทาง หรือข้อบังคับต่างๆ ให้กิจการเปิดเผยข้อมูลในระดับที่เหมาะสมต่อไป
2. ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี คือ เพื่อเป็นแนวทางการทดสอบเพื่อยืนยันทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

ความรับผิดชอบต่อสังคมและการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจดำเนินกิจกรรมโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งนี้การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่การทำกิจการให้ถูกกฎหมายหรือถูกต้อง แต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการลงทุนในมนุษย์ ผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งหมดน่าจะไปสู่ความยั่งยืน (สถาบันไทยพัฒนา, 2562)

การรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้นเป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนเปิดเผยข้อมูลด้าน CSR ในเอกสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป โดยกำหนดแนวทางในการรายงานข้อมูลดังกล่าว จำนวน 8 ข้อ คือ (1) การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม (Society/Fair Operating Practices) (2) การต่อต้านการทุจริต (Anti-Corruption) (3) การเคารพสิทธิมนุษยชน (Human Rights) (4) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (Labor practices) (5) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Product Responsibility/Consumer issues) (6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (Environment) (7) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community involvement & Development) และ (8) นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Innovation) (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561)

ผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ

ผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) คือ ผลการดำเนินงานของกิจการที่เกิดจากการวัดผลเชิงดุลยภาพ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการจัดการที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย Kaplan and Norton (1992) ช่วยให้องค์กรสามารถประเมินผลกิจกรรมการบริหารจัดการจากมุมมองที่กว้างขึ้นทั้งในด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน ในแง่มุมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจจากการตรวจสอบความสัมพันธ์ข้ามสายงาน และเพื่อเป็นการพัฒนาองค์กรให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยแบ่งมุมมองการวัดผลการดำเนินงานออกเป็น 2 ลักษณะ คือ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) เช่น กำไร การลดลงของต้นทุน และอัตราส่วนทางการเงิน และมุมมองด้านที่ไม่ใช้การเงิน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาลูกค้าเก่า การเพิ่มลูกค้าใหม่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective) เช่น นวัตกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ประสิทธิภาพในการผลิต และคุณภาพของการบริการ มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth Perspective) เช่น ความพึงพอใจของพนักงาน ทักษะความสามารถของพนักงาน และระบบของข้อมูลสารสนเทศ

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการเข้าใจถูกต้องตรงกันของผู้รับสารจากสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารออกไป ภายใต้บริบทของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินของกิจการให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อใช้ในการสรุปผลการดำเนินงานต่างๆขององค์กร โดยองค์กรสามารถส่งมอบข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินผ่านการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเพิ่มความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขัน และยังแสดงให้เห็นว่าองค์กรได้ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ทั้งนี้หากการรายงานดังกล่าวไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะมีประโยชน์ต่อองค์กร อาจกล่าวได้ว่าไม่มีคุณค่าทางการสื่อสาร (Smith and Smith, 1971)

ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับสัญญาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก (Certo, 2003) ทฤษฎีดังกล่าวบ่งชี้ว่าองค์กรที่มีความพร้อมของทรัพยากรทางเศรษฐกิจมักจะมีแนวโน้มในการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับ CSR เพิ่มสูงขึ้น และจะใช้ความยั่งยืนหรือการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อส่งสัญญาณถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ทราบถึงประสิทธิภาพและความมั่นคงของผลการดำเนินงานขององค์กร อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นขององค์กร และนโยบายระยะยาวสำหรับการจัดการความยั่งยืน (Bae et al., 2018) ด้วยเช่นกัน

การพัฒนาสมมติฐานการศึกษา

จากการศึกษาของจากผลการศึกษาของ พลุกษา พิงจิตต์ประไพ (2551) พบว่าความสามารถในการทำกำไรมีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sial et al. (2018) ที่พบว่ากำไรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม โดยองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น มักจะแสดงหรือนำเสนอข้อมูลของตนเองผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นการส่งสัญญาณที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้ถึงประสิทธิภาพและความมั่นคงของผลการดำเนินงาน ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ ณิชวรณ วิชัยดิษฐ์ (2555) พบว่าการดำเนินการและการรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน แต่ขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญ จึงตั้งสมมติฐานว่า

H1: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาของ สินีนาฏ วงศ์เทียนชัย (2558) พบว่าความผูกพันของพนักงานมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรได้ปฏิบัติจะช่วยสร้างความผูกพันให้แก่พนักงาน ทำให้มีแรงจูงใจในการแสดงความภักดีแก่องค์กรเพิ่มมากขึ้น และ จันทรา เรื่องช่วย (2559) พบว่าการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมมีการเปิดเผยข้อมูลมากที่สุด เนื่องจากเป็นที่สนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพนักงานภายในองค์กร ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Liu and Anbumozhi (2009) ที่พบว่าศักยภาพในการเรียนรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม

นอกจากนี้ผลการศึกษาของ Rahman et al. (2011) พบว่าคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าและบริการจากกิจการที่เป็นอันตรายต่อสังคม และ Moneva and Cuellar (2009) พบว่าการวิจัยและพัฒนาที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม โดยองค์กรจะเปิดเผยข้อมูลการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและนักลงทุน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ García-Meca et al. (2005) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาอาจส่งผลเสียต่อองค์กรในด้านการแข่งขัน เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอาจเอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทคู่แข่ง จึงตั้งสมมติฐานว่า

H2: ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านที่ไม่ใช่การเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยมีเงื่อนไขว่าต้องมีรายชื่อจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 - 2561 และมีแบบแสดงข้อมูลรายงานประจำปีครบถ้วนตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา จากเงื่อนไขที่กำหนดทำให้มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 61 บริษัท ใช้กระดาศทำการในการเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ (นันทวดี ลดาพรหมทอง, 2562) และข้อมูลการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (ณิชาวรรณ วิชัยดิษฐ, 2555) วิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีการวัดค่าคะแนน Checklist ตัวแปรควบคุม คือ อายุของกิจการ วัดค่าจากรยะเวลายานานนับตั้งแต่ปีที่ก่อตั้งจนถึงปีที่ทำการศึกษา สำหรับสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

การทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ แบบ Panel ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น (มนตรี พิริยะกุล, 2556) โดยมีสมการ ดังนี้

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3X_3 + e$$

โดยที่ Y = ปริมาณการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

X₁ = ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

X₂ = ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

X₃ = อายุของกิจการ (ระยะเวลาจำนวนปีนับตั้งแต่ปีที่ก่อตั้งจนถึงปีที่ทำการศึกษา)

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายขอบเขตและปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงขอบเขต และปริมาณการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละปีจำแนกตามหัวข้อ

หัวข้อ	57		58		59		60		61		รวม		ลำดับ
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	
CSR1	1.11	1.10	1.20	1.14	1.31	1.27	1.25	1.12	1.38	1.08	1.25	1.14	6
CSR2	1.89	1.53	2.07	1.46	1.95	1.38	2.03	1.40	1.98	1.44	1.98	1.44	2
CSR3	1.15	1.12	1.13	1.06	1.20	1.11	1.26	1.08	1.28	1.00	1.20	1.07	7
CSR4	1.79	1.52	1.93	1.42	2.02	1.50	2.16	1.53	2.25	1.55	2.03	1.50	1
CSR5	1.38	1.39	1.62	1.49	1.66	1.40	1.66	1.41	1.67	1.40	1.60	1.41	4
CSR6	1.07	1.18	1.18	1.23	1.30	1.24	1.44	1.23	1.48	1.22	1.29	1.22	5
CSR7	1.87	1.13	1.92	1.11	1.85	1.14	1.74	1.09	1.67	1.14	1.81	1.12	3
CSR8	0.49	0.94	0.59	1.05	0.85	1.19	0.85	1.18	0.66	1.03	0.69	1.09	8
รวม	10.74	7.29	11.64	7.33	12.13	7.79	12.39	7.39	12.36	7.19	11.85	7.38	

หมายเหตุ: CSR1= การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม CSR2= การต่อต้านการทุจริต CSR3= การเคารพสิทธิมนุษยชน CSR4= การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม CSR5= ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค CSR6= การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม CSR7= การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม CSR8= นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม

จากตารางที่ 1 พบว่าหัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ หัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม หัวข้อการต่อต้านการทุจริต และหัวข้อการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม โดยมีการรายงานข้อมูลเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 คะแนน 1.98 คะแนน และ 1.81 คะแนน ตามลำดับ และหัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นหัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลต่ำที่สุดเฉลี่ยเท่ากับ 0.69 คะแนน

การทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

แสดงการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

	1	2	3	4
1. ความรับผิดชอบต่อสังคม	1	.249**	.699**	.113*
2. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน		1	.296**	-.001
3. ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน			1	.101
4. อายุ				1
VIF		1.10	1.11	1.01

** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, * ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการดำเนินงานด้านการเงิน และด้านที่ไม่ใช่การเงิน มีความสัมพันธ์การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือเมื่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้มีการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ จากการตรวจสอบค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่ามีค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.01 ถึง 1.11 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (จันทรา เรื่องช่วย, 2559)

ตารางที่ 3

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปร	B	t(Sig.)
(Constant)	-1.019	-.681
ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	.362	1.126
ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน	1.436	15.745**
อายุ	.031	1.080
R Square	0.493	
Adjusted R Square	0.488	
F-Value(Sig)	97.492(.000**)	

** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงคุณภาพมุมมองด้านที่ไม่ใช่การเงินมีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แต่ไม่พบไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านการเงิน และอายุของกิจการกับการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มี 2 วัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อศึกษาขอบเขต และปริมาณในการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานของกิจการโดยการวัดผลเชิงดุลยภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยผลการศึกษาพบว่า

1. บริษัทมีการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับต่ำ หัวข้อที่มีการรายงานข้อมูลมากที่สุดคือ หัวข้อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม เนื่องจากเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายด้านแรงงานรวมถึงการปฏิบัติตามมาตรฐานต่างๆ เช่น ISO 9001 (มีทนชัย สุทธิพันธุ์ และ นฤมล สิทธิเดช, 2559) นอกจากนี้หัวข้อดังกล่าวยังเป็นที่น่าสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม โดยจะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพนักงานภายในองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด (จันทรา เรื่องช่วย, 2559) และหัวข้อนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นหัวข้อที่มีการรายงานต่ำที่สุด เนื่องจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังคงเป็นแบบการรับจ้างผลิต ผู้ประกอบการจึงไม่มีเวลาในการพัฒนาหรือสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อต่อยอดให้เกิดเป็นนวัตกรรม ทำให้การพัฒนานวัตกรรมของภาคเอกชนไทยยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด ซึ่งเห็นได้จากธุรกิจนวัตกรรมภายในประเทศที่มีอยู่จำนวนน้อย (ณิชวรณ วิชัยดิษฐ, 2555) นอกจากนี้ ผลการศึกษาดังกล่าวพบว่าปริมาณการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุก ๆ ปี

2. การศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่ด้านการเงินกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ สินีนาฏ วงศ์เทียนชัย (2558) จันทรา เรื่องช่วย (2559) Rahman et al. (2011) และ Moneva and Cuellar (2009) ที่พบว่าผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินมีความสัมพันธ์กับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากการให้ความสำคัญในการบริหารจัดการองค์กรโดยการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความรู้ความสามารถตลอดจนการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร และเพิ่มความจงรักภักดีของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลต่อมูลค่าและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ดังนั้น หากกิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งสัญญาณที่ดีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเพิ่มความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านการเงิน และอายุของกิจการกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม อาจเนื่องมาจากทัศนคติของผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญ หากผู้บริหารให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะจัดให้มีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการดำเนินงาน หรืออายุเป็นปัจจัยสำคัญ (ณิชวรณ วิชัยดิษฐ, 2555)

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้สื่อรายงานประจำปีในการเก็บรวมข้อมูลเพียงสื่อเดียวเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาข้อมูลจากสื่ออื่นๆที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลการเปิดเผยข้อมูลจากสื่อที่แตกต่างกัน เช่น แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี รายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน และเว็บไซต์ของบริษัท

2. การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาไปในกลุ่มตัวอย่างบริษัทอื่นๆ เช่น บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรืออาจศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพกับการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในการเปิดเผยข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

- จันทรา เรื่องช่วย. (2559). *อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร: กรณีศึกษาของกิจการบริหารส่วนตำบล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- ณิชาวรรณ วิชัยดิษฐ์. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- นันทวดี ลดาพรหมทอง. (2562). *อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อผลการดำเนินงานของกิจการเชิงคุณภาพ: หลักฐานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีรายชื่อหลักทรัพย์ในกลุ่มดัชนี SET 100*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- พุกษา พิงจิตต์ประไพ. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- มนตรี พิริยะกุล. (2556). Panel data analysis. *วารสารรามคำแหง สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 30(2), 41-54.
- มีทนชัย สุทธิพันธุ์ และ นฤมล สิทธิเดช. (2559). การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *สงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 22(1), 1-26.
- สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์.(2561). *ความสำคัญของซีเอสอาร์*. วันที่ค้นข้อมูล 18 มกราคม 2562, เข้าถึงได้จาก http://www.thaicr.com/2005/09/blog-post_112746387637126873.html
- สินีนานู วงศ์เทียนชัย. (2558). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Business, Economics and Communications*, 10(2), 107-121.

-
- สุธิดา ลิ้มรสเจริญ, มัทนชัย สุทธิพันธุ์, จาริณี คงแก้ว, ณัฐชนน น่านิรติศัย, ปิยาภรณ์ ้วยนิพลี และ สุปราณี แสงเขียว. (2561). อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพ: กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 41(160), 24-46.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2561). *แนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการพัฒนากิจการเพื่อความยั่งยืน*. วันที่ค้นข้อมูล 8 ธันวาคม 2561, เข้าถึงได้จาก <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Pages/Overview/CGAndSustainableBusinessDevelopment.aspx>
- Amato, L. H., & Amato, C. H. (2007). The effects of firm size and industry on corporate giving. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 229-241.
- Bae, S., Masud, M., & Kim, J. (2018). A cross-country investigation of corporate governance and corporate sustainability disclosure: A signaling theory perspective. *Sustainability*, 10(8), 2611.
- Certo, S. T. (2003). Influencing initial public offering investors with prestige: Signaling with board structures. *Academy of management review*, 28(3), 432-446.
- García-Meca, E., Parra, I., Larrán, M., & Martínez, I. (2005). The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts. *European Accounting Review*, 14(1), 63-94.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard: measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Liu, X., & Anbumozhi, V. (2009). Determinant factors of corporate environmental information disclosure: an empirical study of Chinese listed companies. *Journal of Cleaner Production*, 17(6), 593-600.
- Moneva, J. M., & Cuellar, B. (2009). The value relevance of financial and non-financial environmental reporting. *Environmental and Resource Economics*, 44(3), 441-456.
- Rahman Wan Abd Rahman, N., Mohamed Zain, M., & Hanim Yaakop Yahaya Al-Haj, N. (2011). CSR disclosures and its determinants: evidence from Malaysian government link companies. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 181-201.
- Sial, M., Zheng, C., Khuong, N., Khan, T., & Usman, M. (2018). Does Firm Performance Influence Corporate Social Responsibility Reporting of Chinese Listed Companies. *Sustainability*, 10(7), 2217.
- Smith, J. E., & Smith, N. P. (1971). Readability: A measure of the performance of the communication function of financial reporting. *The Accounting Review*, 46(3), 552-561.
- Wuncharoen, C. (2013). Corporate social responsibility in hotels business. *Journal of Management Sciences*, 30(1), 143-158.

ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลการดำเนินงาน เชิงดุลยภาพ: กรณีศึกษาโรงแรมในภาคใต้

The Relationship between Corporate Social Responsibility and Performance Measured by Balanced Scorecard: A Case Study of Hotel in Southern Region

อมรรัตน์ เียรพิทยามาต Amornrat Teanpitthayamas¹

มัทนชัย สุทธิพันธ์ Muttanachai Suttipun²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะและปริมาณความรับผิดชอบต่อสังคมของ
โรงแรมและที่พักในภาคใต้ (2) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายใน
กระบวนการกับความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ และ (3) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์
ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพขององค์กร โดยมีประชากรทั้งสิ้น
4,128 โรงแรม และศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 402 โรงแรม โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ผล
การศึกษาพบว่า โรงแรมและที่พักใน 14 จังหวัดภาคใต้มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 2
ประเภท ได้แก่ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ และความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลัง
กระบวนการ อยู่ในระดับมาก พบความแตกต่างระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการกับ
ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 พบความสัมพันธ์เชิงบวก
ระหว่างการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
ภายหลังกระบวนการต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพเป็นนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่า
ระดับของที่พักมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพเป็นนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และพบว่าจำนวน
ของห้องพักไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ โรงแรม ภาคใต้

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: amornrat.dm91@gmail.com

² ดร. ภาควิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: muttanachai.s@psu.ac.th

Abstract

This Study aims to (1) investigate the extent and level corporate social responsibility (CSR) impact the hotel and accommodation industry in Southern Thailand, (2) to test the different levels of corporate social responsibility between CSR in process and CSR after process, and (3) to test the relationship between CSR and performance measured by balanced scorecard. Using 4,128 hotels and accommodation business in the Southern region as population with 402 Samples used. According to the results, the study found that CSR in process and CSR after process are in high levels. There is a positively significant difference between CSR in process and CSR after process at 0.01 level. Moreover, there is positively significant relationship between CSR in process, CSR after process, and performance at 0.01 level. Using control variables, no relationship between room numbers and performance were found.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Balanced Scorecard, Hotel, Southern Region

บทนำ

หลายศตวรรษที่ผ่านมาธุรกิจต่างๆเริ่มหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งการสนับสนุนเงินบริจาคให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ การสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาศึกษาค้นคว้า การร่วมแก้ปัญหาของสังคมและชุมชนโดยรอบ เพราะนอกจากจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ออกสู่นอกอย่างเดียวนั้น ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันระหว่างชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมและองค์กร เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาที่แท้จริงและยั่งยืน Thaipat Institute, (2017) โดยแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น เป็นการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม การสนับสนุนและการส่งเสริม การให้ความช่วยเหลือทั้งภายในองค์กรเช่น การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานให้มีความกินดีอยู่ดี การให้ความรู้ ทักษะในการประกอบเป็นวิชาชีพในการทำงาน ความปลอดภัยในกระบวนการทำงาน หรือการให้ความปลอดภัยพื้นฐานในการทำงาน และความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร เช่นการให้ความช่วยเหลือชุมชน และสังคมโดยรอบข้างที่ได้รับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรโดยรอบเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร (ชุตินา วุ่นเจริญ, 2556) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่เพียงแต่ผู้รับที่จะได้รับความพึงพอใจเท่านั้น ยังเป็นการสร้างความพึงพอใจ ความรู้สึกในการมีส่วนร่วมการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มต่างๆ อาทิ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน หน่วยงานราชการ ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เนื่องจากธุรกิจโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้ทรัพยากรต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาพักอาศัย เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการและเกิดประโยชน์

สูงสุดให้กับธุรกิจโรงแรมแล้วนั้น ทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อทรัพยากรระบบนิเวศน์ ชุมชน และสังคม จากการใช้ทรัพยากรที่หลากหลาย จึงทำให้ธุรกิจต้องปฏิบัติสิ่งที่คืนสู่สังคม ที่เรียกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม (सानิตย์ หนูนิล, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์และคณะ, 2560).

นอกจากความรับผิดชอบต่อสังคมที่ออกสู่สังคมภายนอก ธุรกิจยังสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมในทุกขั้นตอนการทำงานหรือในทุกกระบวนการทำงานภายใน ซึ่งเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่ยั่งยืนและแท้จริง โดยธุรกิจสามารถใช้เครื่องมือในการประเมินผลการดำเนินงาน ทั้งผลการดำเนินงานที่มีรูปแบบที่เป็นตัวเงิน และผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน โดยการใช้เครื่องมือวัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ (Balanced scorecard perspective : BSC) ทั้ง 6 มุมมอง ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา มุมมองด้านสังคม และมุมมองด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การวัดผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยหลายธุรกิจมักประยุกต์เครื่องมือดังกล่าวมาใช้กันเพิ่มมากขึ้น นอกจากการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว เพราะการวัดผลการดำเนินงานเพียงตัวเงินอย่างเดียวนั้นอาจจะไม่ยั่งยืนมากนัก เนื่องจากผลการดำเนินงานบางอย่างอาจจะไม่สามารถประเมินมูลค่าออกเป็นตัวเลขหรือตัวเงิน เช่นความพึงพอใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการ หรือการแนะนำบอกต่อ ความจงรักภักดีของพนักงานหรือลูกค้าต่อธุรกิจที่จะนำมาสู่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ การอยู่ร่วมกันกับชุมชนให้มีความสุข ไม่เกิดปัญหาการฟ้องร้องต่อธุรกิจ ที่นำมาสู่ผลเสียทั้งภาพลักษณ์และตัวเงิน เป็นต้น (อนันตชัย ยูรประถม, 2550)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งหวังที่จะศึกษาลักษณะและปริมาณความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในภาคใต้ว่ามีลักษณะและปริมาณมากน้อยเพียงใด การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้นส่งผลอย่างไรกับผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพของธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่ดีหรือไม่ และศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการและกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เข้าใจถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการมากยิ่งขึ้น และประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมได้รับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคมยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงาน ลูกค้า เจ้าหนี้ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสังคมในการสร้างความสมดุลการอยู่ร่วมกัน

ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษางานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ Depken and

Simmons (2004) มองว่าทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นแนวคิดที่มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในทางเศรษฐกิจนั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่อยู่ภายในองค์กร เช่น พนักงาน ลูกจ้าง ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น เจ้าของกิจการ กลุ่มที่อยู่ภายนอกองค์กร เช่น คู่ค้า ลูกค้า หน่วยงานราชการ ชุมชนและสังคม แต่การแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้อาจจะทำให้เกิดความซับซ้อนในการจัดกลุ่ม เนื่องจาก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 1 คน สามารถอยู่ได้มากกว่า 1 กลุ่ม ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีที่พนักงานในองค์กร อาจจะเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่หรือชุมชนที่เป็นที่ตั้งขององค์กร ดังนั้นจึงถือได้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ภายในองค์กรอาจเป็นเซตย่อย (Subset) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่อยู่ภายนอกองค์กร หรือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ภายในองค์กรอาจอยู่ในพื้นที่ร่วมกัน (Intersect) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่อยู่ภายนอก สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, (2561) โดยจะพบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้นมีส่วนร่วมกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในส่วนของผู้บริหารที่มีบทบาท และอำนาจในการกำหนดกลยุทธ์ หรือนโยบายที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและทรัพยากรโดยรอบ พนักงานมีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือแม้กระทั่งผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คู่ค้า ชุมชนที่มีส่วนในการเสริมสร้างการเรียนรู้และการปรับตัว ต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อสังคม (สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และยุพาวดี สมบูรณ์กุล, 2553)

ความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวคิดที่หลายหน่วยงานให้ความสนใจและเริ่มมีการตระหนักถึงการอยู่ร่วมกันในสังคมที่ยั่งยืน จากผลกำไรที่ทางธุรกิจโรงแรมจะได้รับและเป็นการต่อยอดการทำงานเพื่อไม่ให้มีปัญหาจากการดำเนินงานที่อาจจะเกิดขึ้นจากในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดการอยู่ร่วมกันได้ โดยธุรกิจที่มีความเข้าใจกับความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นการที่ธุรกิจดำเนินงานเพื่อให้สังคมได้รับผลประโยชน์ โดยไม่คาดหวังผลตอบแทนที่ธุรกิจจะได้รับ และไม่มุ่งหวังว่าเป็นการกระทำเพื่อปกปิดความผิดจากการดำเนินงาน แต่เป็นการกระทำที่ดีเพื่อสังคม (ปัญญาทร หวังชูธรรม, และจุฑารัตน์ ชมพันธุ์, 2560) โดยรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบได้แก่ (1) ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ เป็นการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อ การสร้างสุขภาวะและความปลอดภัยในที่ทำงาน การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจ การมีธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในที่ทำงาน และ (2) ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ เช่นการจัดการกับคู่ค้าและหุ้นส่วนให้มีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม การดูแลผู้บริโภค การไม่เอารัดเอาเปรียบ ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง และความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม (คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555)

ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการทางธุรกิจ

จากการศึกษาผู้วิจัยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการกับผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ โดยมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยของปีนรัตน์ สิริพันธ์พงศ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต โดยจากการศึกษาพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจโรงแรมด้านผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ความเหมาะสมของราคาสินค้าหรือบริการที่คุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงและลูกค้าต้องการกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าอีกครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของอานนท์ วงษ์เชียง และสุรีย์ เข้มทอง (2555) ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจากการศึกษาพบว่าภาพรวมของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการปฏิบัติกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับด้านกระบวนการส่วนใหญ่ นั้น พบความสัมพันธ์ในระดับมาก โดยโรงแรมที่มีการลดระยะเวลาการทำงาน (Check in – Check Out) จะได้รับความพึงพอใจจากลูกค้ามากขึ้น โรงแรมที่มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีภายในองค์กรมากขึ้น การมีการจัดฝึกอบรมโดยบรรจุเป็นแผนการทำงานประจำปีของโรงแรม พนักงานที่มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการวางแผนการทำงานจะทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากความพึงพอใจที่บริษัทได้รับจากพนักงาน Lai, Chiu and Pai (2010) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพของแบรนด์ จากงานวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทุกสภาพ เป็นผลประโยชน์ต่อผู้บริโภค ส่งเสริมให้เป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมเพื่อชุมชนและสังคมนั้น ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการ และได้รับให้การสนับสนุนจากชุมชน การที่บริษัทมีการจัดฝึกอบรมทั้งจากการอบรมภายใน การส่งพนักงานไปฝึกอบรม ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจ มีความรักในองค์กร แต่ในงานวิจัยของ Freedman and Jaggi (1992) พบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการทางธุรกิจ เนื่องจากการดูแลความปลอดภัยในการทำงานหรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมหรือสุขอนามัยภายในองค์กรทั้งจากการดูแล แก้ไขปัญหา และการป้องกันนั้น ทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในธุรกิจตามที่กฎหมายกำหนด หรือการจัดการดูแลรักษาความปลอดภัยในการทำงานตามข้อบังคับการทำงาน อาจส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทลดลงจากต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการจัดการภายใน

ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการทางธุรกิจ

จากการศึกษาผู้วิจัยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการกับผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ โดยมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยของสุธิดา ลีมรสเจริญ และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพ : กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยงานวิจัยพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจาก

มุมมองเชิงคุณภาพได้แก่ความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านของสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและด้านสังคม ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้ดีกว่าโดยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นนั้นไม่ถูกจำกัดในวงแคบเฉพาะแต่ผู้มีส่วนได้เสียภายใน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ชูติมา วุ่นเจริญ (2556) ศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมกับธุรกิจโรงแรม โดยจากการศึกษา พบว่าโรงแรมที่หันมาให้ความสนใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดกิจกรรมในเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้กิจการโรงแรมมีการฟื้นฟูสภาพในการกำหนดนโยบายของโรงแรม การนำเสนอรูปแบบของโรงแรมสีเขียว เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับโรงแรม โดยชื่อเสียงที่ได้รับทำให้ลูกค้าตัดสินใจในการเข้าพักกับโรงแรมเพื่อเยี่ยมชมบรรยากาศการทำธุรกิจ ซึ่งส่งผลการดำเนินงานที่ดีต่อโรงแรมและในงานของอนุวัต สงสม (2559) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์โครงสร้างกลุ่มพหุของคุณค่าตราสินค้า สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยมีกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของลูกค้าในธุรกิจสมัยใหม่ จากการศึกษาพบการที่ลูกค้ารับรู้ว่าคุณค่าตราสินค้ามีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน การรักษาสภาพแวดล้อม และองค์กรยังมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการช่วยเหลือผู้ประสบภัย การบริจาคสิ่งของเพื่อช่วยเหลือชุมชน มีอิทธิพลทั้งในด้านของชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร แต่งานวิจัยของวัฒนา ทนงค์แพง และชวลีย์ ณ ถกลาง (2560) ให้ความสัมพันธ์เชิงลบเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการที่มีต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพขององค์กร โดยพบว่าต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ว่าด้านใดก็ตามโดยมองว่าคุณค่าตราสินค้าให้ความสำคัญกับผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมโดยส่วนรวมมากกว่า เช่น แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม เกี่ยวกับการไม่เอาเปรียบเปรียบผู้บริโภคเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้าได้มากกว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ที่โรงแรมขนาดเล็กยังไม่มีกำลังความสามารถไม่เพียงพอในการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสังคมในด้านสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ เพื่อหาลักษณะและปริมาณของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในภาคใต้ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในภาคใต้ โดยการวัดผลการดำเนินงาน (Performance Measures) โดยองค์ประกอบของ Balanced Scorecard พิจารณาจาก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม อาศัยแนวคิดของ Kaplan and Norton (2006) โดยใช้เครื่องมือ Balanced Scorecard ซึ่งเป็นการวัดความสมดุล นอกเหนือจากการวัดทางการเงิน ความสมดุลดังกล่าว คือการวัดผลดำเนินงานที่เป็นการเงินและที่ไม่ใช่ การเงิน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการกับความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ โดยมีสมมติฐานการศึกษา คือ

H1 : ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการภายในกระบวนการทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมและที่พักในภาคใต้

H2 : ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการภายหลังกระบวนการทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมและที่พักในภาคใต้

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ธุรกิจโรงแรมและที่พักใน 14 จังหวัดภาคใต้ได้แก่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดชุมพร จังหวัดตรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดพังงา จังหวัดพัทลุง จังหวัดภูเก็ต จังหวัดยะลา จังหวัดระนอง จังหวัดสงขลา จังหวัดสตูล จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีจำนวนโรงแรมและที่พักทั้งสิ้น 4,128 โรงแรม ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามานะที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 365 ตัวอย่าง ทางผู้วิจัยจึงขอเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างขั้นต้นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้จำนวน 402 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้มีการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการใช้แบบสอบถาม และทำการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยจะทำการแจกแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 จนถึง กันยายน พ.ศ. 2562 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ โดยประยุกต์มาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต โดยผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามและจัดส่งทางไปรษณีย์ทางผู้วิจัยมีทำแบบประเมิน IOC โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และผู้วิจัยทำการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.60 จึงถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Cronbach, 1951)

จากวัตถุประสงค์การศึกษานี้ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาถูกใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะและปริมาณของความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมในภาคใต้ การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มโดย Independent sample t-test ถูกใช้ทดสอบความแตกต่างของปริมาณของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรระหว่าง CSR in process และ CSR after process และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงพหุ Multiple regression ถูกใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงาน ซึ่งใช้สถิติถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model) ดังสมการ

$$PFM = \beta_0 + \beta_1 CSRIN + \beta_2 CSRAFTER + \beta_3 SIZ + \beta_4 RAT + error$$

โดยที่	PFM	= ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ
	CSRIN	= ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ
	CSRAFTER	= ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ
	SIZ	= ขนาดของธุรกิจ
	RAT	= ระดับของที่พัก

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์อธิบายถึงลักษณะและปริมาณความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในภาคใต้ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพขององค์กร โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 402 ตัวอย่างโดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 1

ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ และค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ

ความรับผิดชอบต่อสังคม	\bar{x}	S.D	ระดับ
ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ	3.99	0.50	มาก
ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ	3.68	0.60	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการของโรงแรมและที่พักในภาคใต้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก โดยความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการให้ความสำคัญกับเรื่องการลดการใช้ทรัพยากรหรือการลดการใช้พลังงานในที่ทำงานมากที่สุดเช่น การนกระดาดที่ใช้แล้วมาใช้ซ้ำหรือการกำหนดเวลาเปิดปิดเครื่องใช้ไฟฟ้า ส่วนระดับความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการของโรงแรมและที่พักในภาคใต้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก โดยพบว่าโรงแรมให้ความสำคัญในการจัดกิจกรรมหรือการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่นการดูแลรักษาความสะอาดให้กับชุมชน

ตารางที่ 2

ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความแตกต่างระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ

ความรับผิดชอบต่อสังคม	\bar{x}	S.D.	t(Sig)
ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ	3.99	0.50	10.523(0.00)**
ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ	3.68	0.60	

*ระดับนัยสำคัญ 0.05 **ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังจากกระบวนการของธุรกิจโรงแรมและที่พักใน 14 จังหวัดภาคใต้ พบว่า ธุรกิจโรงแรมและที่พักใน 14 จังหวัดภาคใต้มีความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังจากกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 ความรับผิดชอบต่อสังคมของภายในกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังจากกระบวนการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 3

ตารางแสดงผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมและที่พักในภาคใต้

Variable	t (sig)
ค่าคงที่	6.728**
ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ	10.848**
ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังจากกระบวนการ	10.986**
จำนวนห้องพัก	-1.89
ระดับของที่พัก	3.159**
R Square	0.542
Adjusted R Square	0.538
F-Value	117.659**

*ระดับนัยสำคัญ 0.05 **ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 3 แสดงผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมที่พักใน 14 จังหวัดภาคใต้ โดยมีจำนวนของห้องพัก (วัดขนาดของกิจการ) และระดับของที่พัก เป็นตัวแปรควบคุม โดยผลการศึกษาลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังจากกระบวนการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ พบว่าจำนวนห้องพัก ไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรม และระดับของที่พักมีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมและที่พักในภาคใต้

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมโดยผู้ศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปริมาณและลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในภาคใต้ โดยความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ และความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการ จากการศึกษาถึงลักษณะและปริมาณพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบ การจัดให้มีสภาวะและความปลอดภัยในการทำงาน การหาวิธีการทำงานที่มีการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาในกระบวนการทำงานเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม การแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้ากรณีที่เกิดความเสียหายจากความบกพร่องของพนักงาน การลดระยะเวลาหรือลดขั้นตอนการทำงานเพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น เป็นต้น (จันทราภรณ์ งามสะอาด, 2551) ความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการได้แก่ การดูแลรักษาความสะอาดให้กับชุมชน หลังจากที่ธุรกิจมีการสร้างมลภาวะต่างๆ ให้กับชุมชน การแจกจ่ายสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยในสังคม การจัดการกับคู่อ้ำหรือหุ่นส่วนของกิจการบริการอย่างมีคุณภาพตั้งแต่ต้นกระบวนการจนให้บริการเสร็จสิ้น เป็นต้น (จันทราภรณ์ งามสะอาด, 2551)

ในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงคุณภาพเชิงบวกกับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์ (2561) พบว่ากระบวนการจัดการภายใน การมีขั้นตอนการทำงานที่ดี ลดระยะเวลาการรอคอย หรือการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที เป็นความสามารถของธุรกิจ โดยส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงของธุรกิจตามที่ลูกค้าต้องการกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าอีกครั้ง สอดคล้องกับการตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้า โดยมองว่าลูกค้าคือคนสำคัญขององค์กร อานนท์ วงษ์เชียงและ สุรีย์ เข้มทอง, (2555) พบว่าธุรกิจโรงแรมมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการอยู่ในระดับมาก เนื่องจากโรงแรมมีการจัดการให้ความรู้ ในการเสริมสร้างทักษะการทำงานของพนักงาน ซึ่งช่วยลดระยะเวลาทำงาน เช่น ลดระยะเวลาการ Check In - Check Out ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเนื่องจากลดระยะเวลาในการรอคอย ถือเป็นบริการที่ประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง หรือการบอกต่อความประทับใจ งานวิจัยของชุตินา วุ่นเจริญ (2556) พบว่า โรงแรมที่มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โรงแรมชุมพร คาบาน่า ที่มีการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจโรงแรม มีการจัดกิจกรรมในเชิงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการรักษาสภาพ ทำให้กิจการโรงแรมฟื้นฟูสภาพได้ หรือตัวอย่างของโรงแรมทองทรายเบย์ ที่มีการกำหนดนโยบายของโรงแรมให้ การนำเสนอโรงแรมในรูปแบบของโรงแรมสีเขียว ซึ่งได้รับผลตอบแทนในทิศทางที่ดี ทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับโรงแรมให้เป็นที่รู้จักและบอกต่อ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจในการเข้าพักกับโรงแรมเพื่อเยี่ยมชม

บรรยากาศภายในที่พัก และพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพเชิงบวกกับผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ Holcomb (2007) พบว่า โรงแรมที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่มีการกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมโดยการบริจาคเงิน การระดมทุน เพื่อช่วยเหลือหน่วยงานการกุศล หรือให้การสนับสนุนหน่วยงานที่เป็นของรัฐบาล ในการจัดตั้งงบประมาณบางส่วนจากการดำเนินงาน ซึ่งการให้การสนับสนุน หรือการให้ความช่วยเหลือชุมชนและสังคมนั้น ธุรกิจจะได้รับการสนับสนุน และการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในการสนับสนุนและการช่วยเหลือด้านการลงทุนและการดำเนินงาน และ จากการศึกษาของ Soloman and Hansen (1985) พบว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนของกิจการนั้น ส่งผลต่อระดับชื่อเสียงของธุรกิจให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยชื่อเสียงที่เพิ่มขึ้น ส่งผลไปในทิศทางที่ดีให้กับธุรกิจโดยที่ไม่สามารถประเมินมูลค่าของชื่อเสียงที่ธุรกิจได้รับ ซึ่งอาจจะมากกว่าต้นทุนของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

และผู้วิจัยได้มีการศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จากงานวิจัยของ Freedman and Jaggi (1986) สอดคล้องกับข้อมูลการทดสอบความแตกต่างโดยพบว่าธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นธุรกิจที่มีการใช้ทรัพยากรและเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ การดูแลความปลอดภัย หรือการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ดังนั้นการจัดการด้านการป้องกัน การดูแล และแก้ไขที่เกี่ยวข้องกับการดูแลความปลอดภัยอาจจะได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มพนักงาน คู่ค้า ผู้ถือหุ้น ที่ได้รับการสะท้อนให้เห็นต่อการมีคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติต่อบุคคล และในการจัดการสิ่งแวดล้อมนั้น แม้จะทำให้เกิดค่าใช้จ่าย แต่กรณีที่ธุรกิจไม่มีการจัดการที่ดีนั้นอาจทำให้มีค่าใช้จ่ายกรณีที่เกิดปัญหา ทั้งในส่วนของการจ่ายการชดเชย ค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหา หรือแม้กระทั่งค่าปรับจากการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานรัฐ ตัวแทนชุมชนเพื่อที่โดยรอบที่ได้รับผลกระทบจากการไม่เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนดังกล่าว ซึ่งแย้งกับงานวิจัยของสุธิธา ลิ้มรสเจริญ และคณะ (2561) โดยงานวิจัยพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านของสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและด้านสังคม ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้ดีกว่าโดยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นนั้นไม่ถูกจำกัดในวงแคบเฉพาะแต่ผู้มีส่วนได้เสียภายในเท่านั้น

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าธุรกิจโรงแรมมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการทางสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมภายหลังกระบวนการอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นจริยธรรม คุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และผลการศึกษา

แสดงให้เห็นว่าธุรกิจโรงแรมมีความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการมากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอก กระบวนการ แสดงถึงการให้ความสำคัญในการทำงาน การสร้างการเรียนรู้ให้กับพนักงาน เพื่อเพิ่มทักษะ ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการทำงาน ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจโรงแรมสามารถนำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมมากำหนดเป็นนโยบายการทำงานเนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน

ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การใช้วิธีการสัมภาษณ์บุคคลอาจจะการวิธีที่เก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและแม่นยำเกี่ยวกับการแสดงความ คิดเห็น และอาจจะเข้าใจเหตุผลในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงานที่แท้จริง ของธุรกิจโรงแรม

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งเป็นช่องทางเดียวในการเก็บ ข้อมูล การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลซึ่งอาจจะ ทำให้เห็นถึงทัศนคติที่แท้จริงในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานเชิง ดุลยภาพที่แท้จริง โดยผู้วิจัยท่านต่อไปอาจจะมีการศึกษาถึงทฤษฎี หรือแนวคิดที่สามารถอธิบายหรือ เชื่อมโยงความสัมพันธ์ความแตกต่างระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการและความ รับผิดชอบต่อสังคมภายนอกภายหลังกระบวนการ เพื่อให้ผู้ที่สนใจในการศึกษามีความเข้าใจได้มากขึ้น และสามารถนำมาเป็นกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้าน บริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2555). แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท เมจิกเพรส จำกัด. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSR) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- จรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2546). Balanced Scorecard ช่วยกิจการได้จริงหรือ, *BUACADMIC REVIEW Journal*, 2(1), 138-143.
- จันทร์ภรณ์ งามสะอาด. (2551). *กรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย : กรณีศึกษา บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)*, การค้นคว้าอิสระของภาควิชาการศึกษาด้านหลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยีวิทยาการนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

-
- ชุตินา วุ่นเจริญ. (2556). ความรับผิดชอบต่อสังคมกับธุรกิจโรงแรม. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 30(1), 143-158.
- ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์. (2561). ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต. *บทความวิชาการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(3), 96-106.
- ปัญญาทร หวังชูธรรม และจุฑารัตน์ ชมพันธุ์. (2560). การประเมินผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 7(1), 70-84.
- วัฒนา ทนงค์แพง และชวลีย์ ณ ถลาง. (2560). รูปแบบการบริหารจัดการ ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เขตพื้นที่จังหวัดตราด. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(3), 1-17.
- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และยุพาวดี สมบูรณ์กุล. (2553). ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 27(1-2), 66-76.
- สุธิรา ลิ้มรสเจริญและคณะ. (2561). อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพ : กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 41(160), 24-46.
- सानิตย์ หนูนิล, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์และคณะ. (2560). การพัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, ฉบับพิเศษ(11), 171-185.
- อนุวัต สงสม. (2559). การสร้างคุณค่าตราสินค้าผ่านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม: กรณีศึกษา ธุรกิจ การค้าสมัยใหม่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา, *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 9(1), 383-394.
- อานนท์ วงษ์เชียง, สุรีย์ เข้มทอง, (2555). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 10(1), 107-118.
- อนันตชัย ยूरประณม, (2550). CSR จากแนวคิดสู่วิธีปฏิบัติ. *Productivity World*, (พฤศจิกายน - ธันวาคม 2550), 25-30.
- Crobach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- C. A. Depken II & L. C. Simmons (2004) Social construct and the propensity for software piracy, *Applied Economics Letters*, 11:2, 97-100.
- Freedman, M., & Jaggi, B. (1986). An analysis on the impact of corporate pollution disclosures included in annual financial statements on investors' decisions. *Advances in Public Interest Accounting*, 1(2), 193-212.

Holcomb, J. Upchurch, R. and Okumus, F. (2007). Corporate social responsibility : What are the top hotel companies reporting?. *International Journal of Contemporary Hospital Management*, 19(6), 461-475.

Jaggi, Bikki and Martin Freedman. (1992), An Examination of the Impact of Pollution Performance on Economic and Market Performance: Pulp and Paper Firms, *Journal of Business and Finance and Accounting*. 19(5), 697–713.

Lai, C., Chiu, C., & Pai, D. (2010). The Effects of Corporate Social Responsibility on Brand Performance: The Mediating Effect of Industrial Brand Equity and Corporate Reputation. *Journal of Business Ethics*, 95(4), 457–469.

Solaman, R. and Hanson, R. (1985). *It's good business*. New York : Atheneum Book 1st ed.

การศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์
สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี กรณีศึกษา นักเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี

Study Results Learning by Project Based Cooperate Social Media for
Corporate Income Tax and Accounting Case Study Vocational Certificate
3rd Faculty of Accounting Pattani Vocational College

ณัฐชนน น่านิรัตติสัย

Natchanon Naniruttusai¹

กุลวดี ลิ้มอุสันโน

Kulwadee Limusanno²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลการใช้รูปแบบการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานีจำนวน 36 คน ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าเฉลี่ยของความรู้หลังการทดลอง (\bar{X} = 20.33, S.D. = 3.59) คะแนนเฉลี่ยด้านทักษะหลังการทดลอง (\bar{X} = 19.19, S.D. = 3.71) คิดเป็นร้อยละ 80 คะแนนเฉลี่ยด้านพฤติกรรมหลังการทดลอง (\bar{X} = 21.43, S.D. = 3.77) คิดเป็นร้อยละ 89 ด้านความเห็นในการเรียนด้วยรูปแบบการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างหลังผ่านการทดลอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.20, S.D. = 0.74) โดยด้านการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด (\bar{X} = 4.23, S.D. = 0.74) ลำดับถัดมาด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ (\bar{X} = 4.19, S.D. = 0.76) และสุดท้ายด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ (\bar{X} = 4.17, S.D. = 0.74)

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน สื่อสังคมออนไลน์ ภาษีเงินได้นิติบุคคล

¹ นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: mr.natchanon.na@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kulwadee.l@psu.ac.th

Abstract

The main objectives of this study is to examine the effects of created learning model from using social media. The sample used in the experiment were 36 students in a Corporate income workplace for certificate level at Pattani Vocational College. Comparison results of knowledge scores after the experiment were higher than before the experiment with statistical significance at .05 by collecting knowledge after the experiment ($\bar{X} = 20.33$, S.D. = 3.59) The experimental score ($\bar{X} = 19.19$, S.D. = 3.71) is 80%. The score is ($\bar{X} = 21.43$, S.D. = 3.77) is 89%. The opinion of the study group after the experiment In overall, it was at the high level ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.74). The project management model was based on social media. The highest satisfaction ($\bar{X} = 4.23$, SD = 0.74) on the benefits received from project management with social media ($\bar{X} = 4.19$, SD = 0.76) and the benefits received from Project management with social media ($\bar{X} = 4.17$, SD = 0.74)

Keywords: Project Based Learning, Social Media, Corporate Income Tax

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงโลกปัจจุบัน และการเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคล เพื่อพัฒนาทักษะการดำรงชีวิต ผู้คนในปัจจุบันมีความจำเป็นทักษะยุค ศตวรรษที่ 21 (วรรณภา พิพัฒน์ธนวรงค์, 2557) ปัจจุบันประเทศไทยนั้นมีปัญหาในการจัดการเรียนรู้ สะท้อนจาก ผู้เรียนยังคงขาดทักษะการคิดวิเคราะห์ (อเนก สุขดี, 2559) อีกทั้งหลักสูตรการอาชีวศึกษา และอุดมศึกษาปัจจุบันไม่สามารถตอบสนองความต้องการเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนให้มีประสิทธิภาพ และศักยภาพในการแข่งขันกับนานาชาติได้ (กลุ่มงานบริการวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2559) เพื่อเสริมสร้างทักษะเหล่านั้น ครูต้องเปลี่ยนจากการเน้นการสอน ไปเน้นที่การเรียน ปรับเปลี่ยนบทบาทจาก “ครูผู้สอน” (Teacher) เป็น “ครูฝึก” (Coach) ด้วยแนวคิดสอนน้อย เรียนรู้มาก (พนมนคร มีราคา, 2559)

แผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2560 – 2579 (2560) มีแนวคิดเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคน ในด้านวิชาชีพระดับฝีมือ ระดับเทคนิคและระดับเทคโนโลยี เพื่อสร้างบุคลากรตามความต้องการของ ตลาดแรงงาน จึงได้ออกหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 สาขาวิชาการบัญชี ที่ มุ่งเน้นให้ผู้เรียน ใช้เหตุผลวิเคราะห์ แก้ปัญหาผ่านกระบวนการคิดโดยอาศัยหลักการ กระบวนการทาง วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ซึ่งการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็น

ฐาน (Project Based Learning) เป็นหนึ่งในการเรียนรู้ โดยผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้แนะนำ และผู้อำนวยการ ความสะดวกเท่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความสนใจของผู้เรียน สร้างโอกาสการประยุกต์ ทักษะเชิงบูรณาการ เน้นสมรรถนะเป็นฐาน (Competency Based) ผู้เรียนจะได้เรียนรู้จาก ประสบการณ์จริง เกิดการทำงานเป็นทีม ฝึกปฏิบัติให้ทำได้ คิดเป็น ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้อย่างยั่งยืน (ไพฑูริย์ สีนลารัตน์ และคณะ, 2557)

เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดการเรียนรู้ ครูผู้สอนต้องมีทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้วย (สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้ และคุณภาพเยาวชน, 2555) โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะ ความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT Literacy) (คณะอนุกรรมการกิจการเพื่อการสื่อสาร สังคม, 2554) การเรียนการสอนโดยสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Instruction) ถูกพัฒนาขึ้น และ นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ด้วยข้อดีด้านการแบ่งปันข้อมูล และเชื่อมโยงสู่ช่องทางอื่นๆ พร้อมทั้ง ประยุกต์ใช้งานได้ง่าย เพิ่มช่องทางการแลกเปลี่ยนความรู้ เพิ่มปฏิสัมพันธ์ (Biasutti, 2017)

จากการศึกษางานวิจัย พบว่ามีงานวิจัยจำนวนมากได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ ใครงานเป็นฐาน ร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ ในช่วงชั้น ประถมศึกษา (ชนันทิธิดา ประพิณ และคณะ, 2560) มัธยมศึกษา (คเชนทร์ กองพิลา วชิระ อินทร์อุดม และสังคม ภูมิพันธ์, 2559) และปริญญาตรี (ธนะวัฒน์ วรรณประภา, 2558) ซึ่งผลการวิจัยอยู่ในเชิงบวก แต่ยังไม่พบการศึกษาวิจัยนี้ในระดับ อาชีวศึกษา สาขาวิชาการบัญชี ซึ่งบริบทของวิชาเหมาะสมกับการปฏิบัติแต่เนื่องด้วยการเรียนรู้แนวทาง ปฏิบัตินั้น ต้องใช้ระยะเวลาเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้เข้าใจค่อนข้างนานขัดแย้งกับระยะเวลาอันจำกัด ตามหลักสูตร ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาเรื่อง การพัฒนาการจัดการเรียนรู้โดยใช้ใครงานเป็นฐาน ร่วมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี กรณีศึกษา นักเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี เนื่องด้วยสื่อ สังคมออนไลน์สามารถใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ในห้องเรียน และนอกห้องเรียนอย่างเหมาะสม พร้อมนำสู่การพัฒนาการเรียนรู้ที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลการใช้รูปแบบการเรียนโดยใช้ใครงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ รายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้ใครงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ กับ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี ใน รายวิชาภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี

การทบทวนวรรณกรรม

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2554) ได้อธิบายถึงการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน มีกระบวนการขั้นตอนดังนี้ (1) ชี้นำเสนอ ชั้นที่ผู้สอนให้ผู้เรียนศึกษาใบความรู้ กำหนดสถานการณ์ ศึกษาสถานการณ์ เล่นเกม ดูรูปภาพ หรือผู้สอนใช้เทคนิคตั้งคำถาม เกี่ยวกับสาระการเรียนรู้ที่กำหนดในแผนการจัดการเรียนรู้แต่ละแผน (2) ชี้นำวางแผน ชั้นที่ผู้เรียนร่วมกันวางแผน โดยการระดมความคิดอภิปรายหาหรือข้อสรุปของกลุ่ม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ (3) ชี้นำปฏิบัติ ชั้นที่ผู้เรียนปฏิบัติกิจกรรม เขียนสรุปรายงานผลที่เกิดขึ้นจากการวางแผนร่วมกัน และ (4) ชี้นำประเมินผล ชี้นำการวัดและประเมินผลตามสภาพจริง โดยให้บรรลุจุดประสงค์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) กล่าวไว้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้คุณค่าทั่วไปมีส่วนร่วม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่างๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ ส่วนเครือข่ายสังคมเป็นศัพท์บัญญัติของคำภาษาอังกฤษว่า Social network หมายถึง กลุ่มบุคคลผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งนอกจากจะส่งข่าวสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกันแล้วยังอาจจะร่วมกันทำกิจกรรมที่น่าสนใจด้วยกัน

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของแบนดูรา (Bandura's Social Cognitive Theory) กล่าวว่า การเรียนรู้จากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประกอบด้วย P ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ ความคาดหวัง และองค์ประกอบส่วนบุคคล B ได้แก่ การกระทำของบุคคล และ E ได้แก่ สภาพแวดล้อม และพฤติกรรมอื่นๆ จากภายนอก ทั้ง 3 ส่วนนี้มีผลกระทบซึ่งกันและกัน ดังนั้นจึงควรเห็นความสำคัญของการจัดสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้เรียน และกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมอันพึงประสงค์ เช่น การจัดกิจกรรมที่หลากหลาย ตามความถนัด ความสนใจ ของผู้เรียน มีแหล่งค้นคว้าที่เหมาะสมให้ผู้เรียนค้นหา โดยแบบบูรณาการมองว่าการเรียนรู้ผ่านจากประสบการณ์ตรงที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน หากเกิดความพึงพอใจจะทำพฤติกรรมนั้นอีก หากไม่เกิดความพึงพอใจจะไม่ทำพฤติกรรมนั้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. การศึกษาสภาพทั่วไปของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามสภาพทั่วไป และข้อมูลการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การสร้างรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี เครื่องมือที่ใช้คือ แบบประเมินรับรอง โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประเมินเป็นแบบมาตราประเมินค่า 5 ระดับ (Likert Scale) และการให้ข้อเสนอแนะแบบความ

เรียง การวิเคราะห์ข้อมูลนำคะแนนที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พร้อมนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขให้มีการจัดการเรียนรู้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาผลการใช้รูปแบบการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี ของผู้เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี ทำการทดลองโดย ศึกษากลุ่มเดียววัดสองหน (The One Group Pretest and Posttest Design) ในด้านความรู้ ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชีก่อนการเรียนรู้ และหลังการเรียนรู้เพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบ รวมถึงประเมินคะแนนของผู้เรียนด้านทักษะ ด้านพฤติกรรม และประเมินระดับความพึงพอใจของผู้เรียน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ดังนี้ (1) แผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นจากส่วนที่ 2 จำนวน 1 แผน 1 หน่วยการเรียนรู้ ระยะเวลาทั้งสิ้น 3 สัปดาห์ จำนวน 8 ชั่วโมง ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน (2) แบบวัดความรู้ ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี เป็นข้อสอบปรนัย ชนิดเลือกตอบ (Multiple Choice) 4 ตัวเลือก ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง และความถูกต้องของข้อคำถาม โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และนำไปใช้ทดลองกับกลุ่มผู้เรียนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 คน พบว่าแบบวัดความรู้มีความเหมาะสม มีอำนาจจำแนกอยู่ในช่วง 0.20 ถึง 0.67 ซึ่งมีความเหมาะสมโดยมีเกณฑ์ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป จากการทดสอบค่าความยากง่าย อยู่ในช่วง 0.27 ถึง 0.80 ซึ่งมีความเหมาะสม ตามเกณฑ์ในช่วง 0.20-0.80 วิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของแบบทดสอบโดยใช้สูตร KR-20 ของ Kuder-Richardson พบว่าความเที่ยงของแบบทดสอบมีค่าเท่ากับ 0.91 พบว่าแบบทดสอบมีความเที่ยงอยู่ในระดับสูงเมื่อพิจารณาตามทฤษฎีการทดสอบมีความเที่ยงสูงเมื่อมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (3) แบบวัดทักษะเป็นเกณฑ์ประเมินแบบรูบริก (Rubric Scale) 3 ระดับ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และความตรงเชิงโครงสร้าง โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (4) แบบวัดพฤติกรรมเป็นเกณฑ์ประเมินแบบรูบริก (Rubric Scale) 3 ระดับ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และความตรงเชิงโครงสร้าง โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (5) แบบประเมินความพึงพอใจเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามจากการศึกษาแนวคิด และงานวิจัยในอดีต และผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และความตรงเชิงโครงสร้าง โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ตารางแสดงการดำเนินการจัดการเรียนรู้

ชั่วโมงที่	ดำเนินการกิจกรรม	เครื่องมือ
ขั้นการเตรียมการ		
1-2	ผู้สอน ดำเนินการวัดระดับความรู้ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชีก่อนเรียนของผู้เรียน จากนั้นอธิบายภาพรวมของกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ พร้อมทั้งอธิบายความหมาย และขั้นตอนการเรียนรู้แบบโครงงาน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถามหากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้แบบโครงงาน พร้อมทั้งสร้าง Facebook Fanpage เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมการจัดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนความรู้ และความคิดเห็น ผู้เรียน เข้าร่วมกลุ่ม Facebook Fanpage	- แผนการจัดการเรียนรู้ - แบบวัดความรู้ (ก่อนเรียน) - แบบวัดพฤติกรรม - แบบวัดทักษะ
ขั้นอภิปราย		
2	ผู้สอน มอบหมายให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่ม สังเกตการณ์ และสัมภาษณ์ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับภาษีเงินได้นิติบุคคล ของกิจการที่ผู้เรียนไปฝึกงาน พร้อมทั้งมอบหมายให้ผู้เรียนบันทึกสะท้อนความคิดหลังการดำเนินกิจกรรม ผู้เรียน ดำเนินการตามกิจกรรมที่ผู้สอนได้กำหนดไว้ และบันทึกสะท้อนความคิดหลังการดำเนินกิจกรรม	- แผนการจัดการเรียนรู้ - แบบวัดพฤติกรรม - แบบวัดทักษะ
3	ผู้สอน มอบหมายให้ผู้เรียนอภิปรายปัญหา เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล ที่ผู้เรียนได้ไปเก็บข้อมูล โดยการสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์มา พร้อมทั้งสะท้อนความคิดของกลุ่มผู้เรียน โดยใช้ Facebook Group ตามประเด็นที่ผู้สอนกำหนดให้ ผู้เรียน ดำเนินการอภิปรายปัญหาตามประเด็นที่กำหนดไว้	- แผนการจัดการเรียนรู้ - แบบวัดพฤติกรรม - แบบวัดทักษะ
3	ผู้สอน ให้ผู้เรียนแต่ละคนเสนอหัวข้อโครงงานที่น่าสนใจ	- แบบวัดทักษะ - แบบวัดพฤติกรรม

ตารางที่ 1

ตารางแสดงการดำเนินการจัดการเรียนรู้ (ต่อ)

ชั่วโมงที่	ดำเนินการกิจกรรม	เครื่องมือ
ขั้นการวางแผนดำเนินโครงการ		
3	ผู้สอน มอบหมายให้ผู้เรียนเขียนเค้าโครงของโครงการ และให้คำแนะนำในการวางแผนการดำเนินโครงการ ผู้เรียน เขียนเค้าโครงของโครงการ และปรับปรุงแก้ไข เค้าโครงของโครงการตามคำแนะนำของผู้สอน โดยใช้ Facebook Group	- แผนการจัดการเรียนรู้ - แบบวัดพฤติกรรม - แบบวัดทักษะ
ขั้นการดำเนินโครงการ		
4-7	ผู้สอน มอบหมายให้ผู้เรียนดำเนินโครงการตามขั้นตอนที่ระบุ ในเค้าโครงของโครงการโดยผู้สอนจะคอยให้คำปรึกษา ในการดำเนินงานของแต่ละกลุ่ม และให้ผู้เรียนสะท้อนความคิดหลังการดำเนินกิจกรรม ผู้เรียน ดำเนินโครงการตามขั้นตอนที่ระบุ ในเค้าโครงของโครงการ และบันทึกสะท้อนความคิดหลังการดำเนินกิจกรรม	- แผนการจัดการเรียนรู้ - แบบวัดพฤติกรรม - แบบวัดทักษะ
ขั้นการประเมิน		
8	ดำเนินการวัดระดับความรู้เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล กับการบัญชี หลังเรียนของผู้เรียน	- แบบวัดความรู้ (หลังเรียน) - แบบประเมินความพึงพอใจ

ผลการวิจัย และสรุปผลการวิจัย

ในการนำเสนอ และสรุปผลการวิจัยวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. การศึกษาสภาพทั่วไปของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวัน 3-5 ชั่วโมง อุปกรณ์ที่ใช้งานเป็นระบบปฏิบัติการ Android สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้เรียนใช้บ่อย โดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ Facebook, Facebook Messenger, Line และ YouTube ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวในการจัดการเรียนรู้ทั้งสิ้น โดยเลือกสื่อสังคมออนไลน์หลัก คือ Facebook เนื่องด้วยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ถัดมาในด้านของระดับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้เรียนใช้บ่อย โดยส่วนใหญ่มีค่าระหว่างปานกลางไปถึงน้อย ด้านที่มีระดับการใช้สื่อ

สังคมออนไลน์มาก คือ ส่งเสริมให้ผู้เรียนแลกเปลี่ยนความรู้กัน และการติดตามการดำเนินงานของผู้เรียน ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับต่ำ คือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอผลงาน

2. การสร้างรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาความเหมาะสม ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ (1) ผู้สอน (2) ผู้เรียน (3) กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (4) สื่อสังคมออนไลน์ (5) การประเมินผล

โดยมีผลการประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้โดยผู้เชี่ยวชาญเป็นดังนี้ ผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่ารูปแบบมีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.47) โดยมีรายละเอียดในการประเมินด้านต่างๆ (1) ผลการประเมินด้านหลักการของรูปแบบฯ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.19) (2) ผลการประเมินด้านวัตถุประสงค์ของรูปแบบฯ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าเหมาะสมในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.58) (3) ผลการประเมินด้านองค์ประกอบของรูปแบบผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าเหมาะสมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.55) (4) ผลการประเมินด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าเหมาะสมในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.55)

3. ผลการใช้รูปแบบการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี ของผู้เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี มีผลการวิจัยออกเป็นดังนี้

3.1 ด้านความรู้

ตารางที่ 2

แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชีก่อนและหลังการเรียนรู้

การวัดความรู้ หน่วยที่ 1 วิชาภาษีเงินได้นิติบุคคล กับการบัญชี	คะแนน เต็ม	ก่อนเรียน		หลังเรียน		t	df	Sig.
		\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.			
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษี เงินได้นิติบุคคล	30	10.42	3.02	20.33	3.59	-15.89	35	0.00**

หมายเหตุ: n=36, *p<0.05; **p< 0.01

จากผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ของผู้เรียนจากคะแนนเต็ม 30 ผู้เรียนมีคะแนนหลังการทดลอง ($\bar{x} = 20.33$, S.D. = 3.59) อยู่ในระดับสูงกว่าก่อนการทดลอง ($\bar{x} = 10.42$,

S.D.= 3.02) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่พัฒนาขึ้นประกอบไปด้วยกิจกรรม และสื่อการสอนสามารถเพิ่มความรู้อให้แก่ผู้เรียนได้อย่างเหมาะสม

3.2 ด้านทักษะผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยด้านทักษะโดยวัดจากแบบสังเกตโดยใช้เกณฑ์การประเมินแบบรูบริค 3 ระดับ จำนวน 8 ด้าน ได้แก่ กลุ่มผู้เรียนปฏิบัติการสืบเสาะหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างเหมาะสม กลุ่มผู้เรียนสามารถเขียนแสดงความคิดเห็นได้เหมาะสม กลุ่มผู้เรียนสามารถเขียนวัตถุประสงค์ของโครงการได้อย่างชัดเจน กลุ่มผู้เรียนสามารถเขียนกระบวนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม มีความเป็นไปได้ กลุ่มผู้เรียนสามารถกำหนดกิจกรรมแก้ปัญหาภาษีเงินได้นิติบุคคลที่มีประโยชน์ต่อชุมชน ได้อย่างเหมาะสม กลุ่มผู้เรียนมีความพร้อมในการดำเนินการนำเสนอโครงการ กลุ่มผู้เรียนสามารถนำเสนอได้อย่างเหมาะสม ผู้เรียนเกิดทักษะกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม พบว่าหลังการทดลองผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยด้านทักษะ (\bar{X} = 19.19, S.D. = 3.71) คิดเป็นร้อยละ 80 ของคะแนนของคะแนนเต็มด้านทักษะ

3.3 ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยด้านพฤติกรรมโดยวัดจากแบบสังเกต โดยใช้เกณฑ์การประเมินแบบรูบริค 3 ระดับ จำนวน 8 ด้าน ได้แก่ ผู้เรียนเข้าเรียนตรงต่อเวลาอย่างสม่ำเสมอ และไม่เข้าเรียนสายเกิน 10 นาที ผู้มีความพร้อมของอุปกรณ์ อย่างสม่ำเสมอ ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในการโต้ตอบระหว่างการเรียน ผู้เรียนปฏิบัติตัวด้วยความสุภาพทั้งบุคลิกภาพและวาจา ผู้เรียนการรักษาความสะอาดในห้องเรียน อย่างสม่ำเสมอ ผู้เรียนให้ความช่วยเหลือผู้อื่น ทั้งในและนอกห้องเรียนอย่างเต็มที่ ผู้เรียนเห็นความสำคัญของภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี ผู้เรียนเห็นความสำคัญของภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี พบว่าหลังการทดลอง (\bar{X} = 21.43, S.D. = 3.77) คิดเป็นร้อยละ 89 ของคะแนนของคะแนนเต็มด้านพฤติกรรม

3.4 จากการสำรวจความเห็นของการเรียนด้วยรูปแบบการเรียนโดยใช้โครงการเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชาภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3

แสดงผลการประเมินความคิดเห็นในการเรียนรายด้าน

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	แปลความหมาย
1. ด้านบรรยากาศการจัดการเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์	4.19	0.76	มาก
2. ด้านการจัดการเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์	4.23	0.74	มาก
3. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการเรียนรู้แบบโครงการร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์	4.17	0.72	มาก
เฉลี่ย	4.20	0.74	มาก

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับรายวิชา ภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชี กรณีศึกษา นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ ผลการใช้รูปแบบการเรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า (1) ผลของรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ ต่อความรู้ในวิชาภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชีของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยด้านความรู้จากการทดลอง สูงกว่าหลังการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการเรียนที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook Group) ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมและสะดวก ผู้เรียนทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้พร้อมกัน อีกทั้งผู้เรียนสามารถเข้าถึงความเห็นของเพื่อนๆ ร่วมห้อง ที่สำคัญที่สุดคือคุณสมบัติในการเก็บข้อมูลให้ผู้เรียนสามารถเข้าไปทบทวนเรื่องราวต่างๆ ในห้องเรียนได้ดี Williamson (2013) ที่กล่าวไว้ว่า Facebook ทำให้บุคคลสามารถสร้าง แลกเปลี่ยน เผยแพร่ สื่อต่างๆ ได้อย่างสะดวก อีกทั้งบุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความรู้สึก ความเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูล ได้อย่างดี (2) ผลของรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ ต่อพฤติกรรมในวิชาภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชีของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยด้านพฤติกรรมจากการทดลองที่ได้จากการสังเกตอยู่ในระดับสูง ผู้เรียนได้เรียนรู้เพิ่มพูนเจตคติผ่านการจัดการเรียนรู้นั้น ช่วยสร้างความตระหนักต่อปัญหาที่มีต่อภาษีเงินได้ โดยเฉพาะแนวคิดที่ขัดแย้งจากสื่อวิดีโอต่างๆ ที่ผู้สอนได้จัดเตรียมให้แก่ผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับรู้ข้อมูลจากฝั่งสีขาว และสีดำ หลังจากนั้นให้ผู้เรียนเขียนอธิบายสะท้อนความคิดเห็น โดยร่วมกับประสบการณ์ของผู้เรียน และเพื่อนร่วมห้องที่พบเจอ อีกทั้งผู้เรียนบางส่วนได้จัดทำโครงงาน ที่ช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับภาษี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-Balushi and Al-Aamri (2014) ที่ได้กล่าวถึงการนำเสนอโครงงาน หรือประชาสัมพันธ์ ภายในโรงเรียน และชุมชน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาสนับสนุนการทำโครงงานของผู้เรียนเป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้น และเสริมสร้างเจตคติที่ดียิ่งขึ้น (3) ผลของรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ ต่อทักษะในวิชาภาษีเงินได้นิติบุคคลกับการบัญชีของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยด้านทักษะจากการทดลองที่ได้จากการสังเกตอยู่ในระดับสูง ในการทดลองครั้งนี้ผู้เรียนได้เรียนรู้กระบวนการทำงานโครงงานโดยตรง ผู้สอนได้สนับสนุนให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เสนอความคิดเห็น และลงมือปฏิบัติ เริ่มตั้งแต่การสืบเสาะหาความรู้ด้วยตนเอง แลกเปลี่ยนความเห็นแก่เพื่อนๆ ในกลุ่ม และนอกกลุ่ม ตั้งวัตถุประสงค์โครงการ ดำเนินโครงการผ่านการแก้ปัญหาภาษีแก่ชุมชน และนำเสนอโครงการพร้อมรับฟังข้อเสนอแนะ ทั้งหมดจะช่วยเสริมสร้างทักษะแก่ผู้เรียนที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

รูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์มีความเหมาะสมแก่การนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาอังกฤษได้นิติบุคคลกับการบัญชี ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 พร้อมอาจนำไปปรับประยุกต์ใช้สำหรับรายวิชาอื่นๆ ได้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. ในการวิจัยครั้งถัดไปควรศึกษากลุ่มทดลองอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย กลุ่มนักเรียนชั้นมัธยม กลุ่มนักเรียนชั้นประถม
2. ในการวิจัยครั้งถัดไป ควรมีการนำไปศึกษาเพิ่มเติมกับรายวิชาอื่นๆ เช่น วิชาคอมพิวเตอร์ วิชาสังคม วิชาวิทยาศาสตร์
3. ในการวิจัยครั้งถัดไป ควรมีระบบตรวจเช็คความสำเร็จของงานผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งจะช่วยให้ช่วยทำให้ติดตามผู้เรียนได้อย่างดีขึ้น พร้อมออกรายงานตามเวลาจริง (Realtime) เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้สอนสามารถติดตาม และสะท้อนผลการทำงานของผู้เรียนได้ดีขึ้น
4. ในการวิจัยครั้งถัดไป ควรศึกษาในระยะเวลาการทดลองที่ยาวนานขึ้น โดยใช้ทั้งเทอม หรือทั้งปีการศึกษา เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวของผู้เรียน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2562). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ ลงวันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2562 เรื่อง นโยบาย และจุดเน้นการจัดการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ปีงบประมาณ 2562.*

กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

กลุ่มงานบริการวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.(2559). *เอกสารประกอบการพิจารณา สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ.* กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

คเชนทร์ กองพิลา, อินทร์อุดม และสังคม ภูมิพันธ์. (2559). แบบจำลองการเรียนการสอนแบบโครงงานโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นฐานเพื่อพัฒนาการคิดวิเคราะห์, *วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 10(4), 36-42.

คณะกรรมการกิจการเพื่อการสื่อสารสังคม. (2554). *คู่มือฉบับพกพา “ปฏิรูปการศึกษาใหม่”.*

กรุงเทพฯ: บริษัท พรินท์ ซิตี้ จำกัด.

ชนันท์ธิดา ประพิน และคณะ. (2560). การศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการเรียนรู้วิชาคอมพิวเตอร์ด้วยการเรียนแบบโครงงานเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย.

Veridian E-Journal, Silpakorn university ฉบับภาษาไทย, 10(2), 299-317.

-
- ธนวัฒน์ วรรณประภา. (2560). สื่อสังคมออนไลน์กับการศึกษา, *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(1), 7-20.
- พนมนคร มีราคา. (2560). ครูต้องมีลักษณะอย่างไร... ในศตวรรษที่ 21, *วารสารศึกษาศาสตร์ มจร คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 7(12), 26-32.
- พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์ และคณะ. (2556). *การสอนคิดด้วยโครงงาน: การเรียนการสอนแบบบูรณาการ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูริย์ สีนลารัตน์. (2557). *CCPR โมเดล กระบวนทัศน์ใหม่ของผู้นำเชิงสร้างสรรค์และผลิตภาพ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.
- วรรณภา พิพัฒน์ธนวงค์. (2557). *การพัฒนากระบวนการสร้างจิตอาสาของนักศึกษาวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีสายบุรี (รายงานการวิจัย)*. เชียงใหม่: วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีสายบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2543). *คุณภาพของครูสู่คุณภาพการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2560). *แผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2560-2579*. [รูปแบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก <http://www.vec.go.th/>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2554). *รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถของเด็กในการอ่าน คิด วิเคราะห์ เขียน และสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ*. กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ.
- สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้ และคุณภาพเยาวชน. (2555). *โครงการสังเคราะห์ชุดความรู้ด้านการปฏิรูปการศึกษาในต่างประเทศ*. [รูปแบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก <https://qlf-production.s3.amazonaws.com/>
- อเนก สุขดี. (2559). *การพัฒนาแนวคิดเรื่องการสังเคราะห์ด้วยแสงและมุมมองธรรมชาติของวิทยาศาสตร์โดยใช้การจัดการเรียนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ร่วมกับการสอนธรรมชาติของวิทยาศาสตร์ แบบจัดแจ้งของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- แอนนา อิมจำลอง และวิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (2556). การใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการสื่อสารการเรียนการสอนทางด้านนิเทศศาสตร์. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 7(1), 75-76.
- Anastasi, Anne. (1970). *Psychological Testing*. 3rd.ed., London : The Macmillan.

- Aysun Bozanta & Sona Mardikyan. (2017). The effects of social media use on collaborative learning: Case of rutkey. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 18(1), 96-110.
- Bandura, A. (1962). Social learning through imitation. In M. R. Jones (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Biasutti, M., & Frate, S. (2017). A validity and reliability study of the attitudes toward sustainable development scale. *Environmental Education Research*, 23(2), 214-230.
- Kaiser, S.M. 2008. *Mapping the Learning Organization : Exploring a Model of Organizational Learning*. Ph.D. Dissertation, Louisiana State University. U.S.A.
- Kioupi, V., & Arianoutsou, M. (2016). Greek Students Research the Effects of Fire on the Soil System through Project-based Learning. *Journal of Biological Education*, 50(3), 304-319.
- Kong, China, 2004 [Letter to the editor]. *Journal of Clinical Psychiatry*, 70, 431.
- Sulaiman M. Al-Balushi. (2014). The effect of environmental science projects on students' environmental knowledge and science attitudes. *International Research in Geographical and Environmental Education*, 23(3), 213-227.
- Williamson, Andy. (2013). *Social Media Guidelines for Parliaments*. Thesis for the Award of the Academic Degree of a Doctor of Technology, Graz University of Technology.

อิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ: กรณีธุรกิจโรงแรม ในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล

Influence of Environmental Management on Performance Measured by Balanced Scorecard: A Case of Hotel Industry in Andaman Islands, Satun Province

เข็มเพชร โชติวรรณ Khempech Chotiwan¹

จิตติมา วิเชียรรักษ์ Jittima Wichianrak²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของการจัดการสิ่งแวดล้อมและผลดำเนินงานเชิงดุลยภาพ และทดสอบอิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลดำเนินงานเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ 167 โรงแรมจากแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามันจังหวัดสตูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดการน้ำมากที่สุดในขณะที่การจัดการขยะมีการจัดการน้อยที่สุด นอกจากนี้ การศึกษาพบว่าการจัดการน้ำและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลดำเนินงานเชิงดุลยภาพอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: การจัดการสิ่งแวดล้อม ผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ ธุรกิจโรงแรม หมู่เกาะอันดามัน

Abstract

The objectives of this research are to study the characteristics of environmental management and performance, and to test the influence of environmental management on performance measured by balanced scorecard of the hotel business in Andaman Islands from Satun Province. Using 167 hotels, questionnaires were used to collect the data. Descriptive statistical analysis, correlation analysis and multiple regression analysis

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: khem.m.acc8@gmail.com

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: jittima.wi@psu.ac.th

were used to analyze the data. According to the results, it is found that the most common environmental management included water management, while waste management was the least common type of management. In addition, water management and the use of eco-friendly products had a positive influence on performance measured by balanced scorecard.

Keywords: Environmental Management, Balanced Scorecards, Hotel Industry, Andaman Islands

บทนำ

ในปัจจุบันนี้ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจัดได้ว่าอยู่ลำดับต้นๆ เพราะปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่มีอยู่นั้นเกิดจากการกระทำของมนุษย์ทั้งสิ้น เพราะมนุษย์เกิดความต้องการปัจจัยพื้นฐานต่างๆ เพื่อตอบสนองโดยไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบที่ตามมา ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม สำหรับประเทศไทยนั้นให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก โดยมีภาครัฐและเอกชนรวมทั้งองค์กรอิสระต่างๆออกมากำหนดมาตรการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยตรงและมุ่งเน้นไปกับการพัฒนาประเทศ สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น นับได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รายได้ของประเทศมาจากการท่องเที่ยวเป็นหลัก(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) การขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทำให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นด้วยเพราะธุรกิจทุกประเภทย่อมต้องการผลการดำเนินงานที่ดีที่แสวงหาผลกำไรแทบทั้งสิ้น ทั้งที่วัดเป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เพราะการดำเนินงานในธุรกิจโรงแรมนั้น โดยทั่วไปแล้วมีการนำทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในธุรกิจ จนส่งผลให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากตามมา (सानิตย์ หนูนิลและคณะ, 2559) สำหรับภาคใต้ของประเทศไทยนั้นเป็นภูมิภาคที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดสตูล ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามมากมาย มีชื่อเสียงไปทั่วโลก UNESCO ได้ประกาศอย่างเป็นทางการ ให้พื้นที่แหล่งธรณีวิทยาของจังหวัดสตูล จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาสตูลนั้น มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ทำให้มีการร่วมมือกันระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการและอุทยานแห่งชาติตะรุเตา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา ร่วมมือกันปกป้องรักษาธรรมชาติให้คงอยู่ อาชีพบริการนำเที่ยวในพื้นที่เกาะหลีเป๊ะ มีโรงแรม รีสอร์ท บังกะโลและที่พักประเภทอื่นๆ ดังนั้นการที่ธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจที่ให้บริการเป็นหลักมีความเกี่ยวข้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้างจะประสบความสำเร็จได้นั้น จึงจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคมด้วย โดยการนำแนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อมมาปฏิบัติเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยการดำเนินงานที่ต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย (ชุตินา วุ่นเจริญ, 2556)

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนี้ไม่ได้มุ่งเน้นให้กิจการเกิดผลกำไรอย่างเดียว แต่ยังมีองค์ประกอบด้านอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานได้เช่นกัน ทำให้หลายๆองค์กรมีการนำหลักการวัดผลเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) มาใช้เป็นตัวชี้วัดทั้งด้านที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยการพิจารณาความสมดุลทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Kaplan & Norton,1992) ซึ่งจะเป็นเครื่องมือช่วยให้องค์กรมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการนำไปบริหารและปฏิบัติขององค์กร โดยมุ่งเน้นความสำเร็จขององค์กรเป็นสำคัญและเพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรและผลต่อความอยู่รอดหรือผลการดำเนินงานเช่นกัน จากทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียกับการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความเกี่ยวข้องกันทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จได้ช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีเพราะเกิดประโยชน์ซึ่งกันและกัน ช่วยส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้ และทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจสภาพแวดล้อมทางสังคมได้ดีมากขึ้น และยังส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร (Freeman et al, 2010, Harrison, Bosse, and Phillips,2010) โดยการพิสูจน์ให้เห็นว่าถ้าองค์กรให้ความสำคัญถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้วจะทำให้องค์กรมีผลการดำเนินการที่ดีต่อไปได้อย่างยั่งยืน (อนันตชัย ยूरประดม, 2550)

จากงานวิจัยในอดีต ที่ทำการศึกษถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานนั้น มักจะศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างบริษัทขนาดใหญ่ที่จดทะเบียนตามพ.ร.บ.โรงแรมเท่านั้น และยังไม่มีการศึกษาในกลุ่มธุรกิจโรงแรมที่ไม่ได้จดทะเบียนตามพ.ร.บ.โรงแรมซึ่งมีทำเลที่ตั้งบนเกาะ เพราะการแข่งขันที่สูงขึ้นนั้นทำให้มีการเติบโตและขยายตัวของธุรกิจประเภทนี้มากขึ้นส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นด้วย ผู้ประกอบการโรงแรมจึงต้องปรับเปลี่ยนให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุดเช่นกัน ที่ผ่านมานงานวิจัยที่ทำการทดสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสิ่งแวดล้อมกับการวัดผลเชิงดุลยภาพ(BSC) มักให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานที่เป็นภาพรวมเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ต้องการทดสอบถึงอิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามันซึ่งมีสถานประกอบการที่ใกล้ชิดธรรมชาติและส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยตรงมากที่สุด เพราะผู้มาใช้บริการมีความต้องการสัมผัสกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วย นับเป็นการกดดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องปรับปรุงแก้ไขและมีจัดการด้านสิ่งแวดล้อมด้วย (Bohdanowicz ,2006)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล

2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์จากการนำไปใช้

1. เพื่อเป็นแนวทางของธุรกิจโรงแรมมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ระบบและสามารถประกอบธุรกิจควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของโรงแรม

2. ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อมระหว่างเจ้าของโรงแรม ลูกค้า พนักงานและชุมชนรอบๆข้างโรงแรมด้วยและเพื่อทดสอบเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและงานวิจัยในอดีต

ประโยชน์เชิงทฤษฎี

1. เพื่อสนับสนุนทฤษฎีที่ก่อให้เกิดประโยชน์ระหว่างกันของผู้มีส่วนได้เสียและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อผู้ประกอบการโรงแรม

2. เพื่ออธิบายถึงอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและเพื่อเป็นแนวทางการทดสอบยืนยันทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

การจัดการสิ่งแวดล้อม

การจัดการสิ่งแวดล้อม คือ กระบวนการที่ใช้สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพโดยการวางแผนการดำเนินงาน การติดตามประเมินผลและการปรับปรุงแก้ไขพัฒนาให้ดีขึ้น (วินัย วีรพัฒนานนท์, 2541) หรือการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์โดยไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม(ราตรี ภารา, 2543) หรือการดำเนินการอย่างเป็นระบบในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและประหยัดเพื่อประโยชน์สูงสุดอย่างยั่งยืนและควบคุมไม่ให้เกิดมลพิษ (จำลอง โพธิ์บุญ, 2550) จากความหมายข้างต้นเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม เห็นได้ว่าเป็นความหมายภาพรวมเท่านั้น เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรจึงนำกระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อมมาเป็นเครื่องมือและการศึกษากิจกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมที่องค์กรนำมาปฏิบัติการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท (Cramer, 1998) แต่สำหรับนักวิจัยบางคนกำหนดแนวคิดจากมุมมองของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Middleton and Hawkins, 1998) อธิบายระบบเหล่านี้ว่า เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในแต่ละวันและเป็นสิ่งมีประโยชน์และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนร่วมกันปกป้องปรับปรุงหรือช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่านิยมของมนุษย์หลายอย่างเป็นตัวการทำลายสิ่งแวดล้อม การมุ่งความสะดวกสบาย ความสนุกสนาน โดยขาดการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่นการสร้างรีสอร์ท การสร้างสนามกอล์ฟ การบุกรุกพื้นที่

ปาชายเลนและบริการด้านอื่นๆ (ดารารัตน์ อุทัยพยัคฆ์, 2548) ซึ่งธุรกิจด้านโรงแรมนั้นโดยเฉพาะในหมู่เกาะนั้นส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม องค์กรต้องแสวงหาและนำความรู้มาใช้ โดยจัดให้มีแนวทางปฏิบัติในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน การลดภาวะโลกร้อน รวมทั้งการออกมาตรการป้องกันมลพิษต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ติดตามประเมินผล การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเป็นผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อให้การปฏิบัติด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard)

ผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ คือ ผลการดำเนินงานของกิจการที่มาจากแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพที่นำเสนอโดย Robert S. Kaplan และ David P. Norton ในปีค.ศ. 1992 เป็นการวัดผลการดำเนินงานที่ครอบคลุมทุกด้าน โดยมีมุมมองในการวัดผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงิน และด้านที่ไม่ใช่การเงิน การวัดผลในลักษณะนี้จะแบ่งออกเป็น 4 มุมมองเป็น 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต ที่มีความแตกต่างกันแต่ต้องมีความสมดุลระหว่างกันจึงจะทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ แต่ละองค์กรสามารถเลือกที่จะมุ่งเน้นในแต่ละมุมมองของ BSC ได้แตกต่างกันไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้ง 4 มุมมองแต่ต้องใส่ใจในความสัมพันธ์ทั้ง 4 มุมมอง (สุรสิทธิ์ วชิรขจร, 2553) โดยการวัดผลเชิงดุลยภาพเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ทำให้รายละเอียดการปฏิบัติงาน ในขณะที่เดียวกันก็สามารถที่จะใช้ในการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละส่วนงานขององค์กรธุรกิจได้ด้วย BSC เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ นอกจากจะเป็นเครื่องมือประเมินผลแล้ว ยังเป็นเครื่องมือในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติจริง

การพัฒนาสมมติฐานการศึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ ได้แก่ วันวิสา วัลย์ดาว (2553) พบว่าโรงแรมมีการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน มีการคัดแยกขยะ บำบัดน้ำเสีย มีการติดตามและปรับปรุงการดำเนินงาน แสดงให้เห็นว่าเจ้าของโรงแรมตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ผลการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีมีประโยชน์เฉพาะตัวเงินเท่านั้นแต่ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการในสายตานักลงทุน พนักงาน ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียกับโรงแรมซึ่งสอดคล้องกับ ชัยัญญาภัก หล้าแหล่ง (2558) พบว่า โรงแรมมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมครบทุกด้าน เริ่มตั้งแต่นโยบาย และวิสัยทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน ทำให้ประหยัดต้นทุนการผลิตและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อของ โรงแรม ทำให้สร้างพึงพอใจต่อผู้มาใช้บริการเป็นอย่างมาก เช่นเดียวกับ เกริกไกร นนทลักษณ์ และชวลีย์ ฦ กลาง (2561) พบว่าโรงแรมในเกาะช้างมีการบริหารจัดการ

สิ่งแวดล้อมครบทุกด้าน โดยปฏิบัติตามมาตรการในทุกด้านอย่างชัดเจนช่วยลดต้นทุนของโรงแรมและเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรมและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อและพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นส่งผลให้การเจริญเติบโตของธุรกิจกับสิ่งแวดล้อมควบคู่กันได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ Schenini et al.(2005) พบว่าโรงแรมดำเนินงานตามระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งการป้องกันมลพิษ การบริหารจัดการขยะ ลดการใช้พลังงานสะอาด ทำให้ต้นทุนลดลงมีรายได้เพิ่มขึ้นและได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าเช่นเดียวกับ Mensah (2006) พบว่า โรงแรมในสหรัฐอเมริกาจัดการสิ่งแวดล้อมที่มุ่งเน้นไปสู่การประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และตระหนักถึงการจัดการสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเพื่อใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรด้วย สอดคล้องกับ บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์และคณะ (2561) ที่พบว่าโรงแรมมีการประหยัดพลังงานและการบริหารจัดการน้ำที่ยั่งยืนและการนำวัสดุที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายลดลงส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานแต่อย่างไรก็ตามในงานวิจัยของ Claver (2007) พบว่าโรงแรมให้ความสำคัญต่อลูกค้ามุ่งเน้นแต่กำไรมากกว่าผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและงานวิจัยของ Vance (1975) กับ Freedman and Jaggi (1986) ที่พบว่าการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมถือเป็นค่าใช้จ่ายก่อให้เกิดต้นทุนที่เพิ่มขึ้นไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อกิจการทำให้ผลการดำเนินงานลดลงและลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อราคามากกว่า การจัดการสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงแรม

ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

- H1: นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ
- H2: การจัดการขยะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ
- H3: การจัดการน้ำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ
- H4: การจัดการเสียงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ
- H5: การจัดการพลังงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ
- H6: การจัดการคุณภาพอากาศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ
- H7: การจัดการภูมิทัศน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ
- H8: การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ

ภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ประเภทที่พักและอาหาร (เกสต์เฮาส์) ประเภทบังกะโล ประเภทโฮมสเตย์ ประเภทโฮสเทล ผู้วิจัยได้จัดทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการใช้แบบสอบถาม จัดทำแบบสอบถามโดยการประยุกต์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต ของสุธิรา ลีมรสเจริญ และคณะ (2561), วันวิสา วัลย์ดาว (2553) และจัดส่งแบบสอบถามไปยังธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูลจากนั้นรวบรวมแบบสอบถามที่มีการตอบกลับมายังผู้วิจัย และทำการประเมินแบบสอบถามว่ามีความสมบูรณ์ครบถ้วนที่จะสามารถใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างได้จนครบ 167 ชุด สำหรับสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยแสดงด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model)

การทดสอบอิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลดำเนินงานเชิงคุณภาพ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model) ซึ่งมีสมการดังนี้

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 x_5 + b_5 x_5 + b_6 x_6 + b_7 x_7 + b_8 x_8 + b_9 x_9 + b_{10} x_{10} + e$$

โดยที่ Y = ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

x_1 = นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

x_2 = การจัดการขยะ

x_3 = การจัดการน้ำ

x_4 = การจัดการเสียง

x_5 = การจัดการพลังงาน

x_6 = การจัดการคุณภาพอากาศ

x_7 = การจัดการภูมิทัศน์

x_8 = การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

x_9 = จำนวนห้องพัก

x_{10} = ลักษณะธุรกิจ

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มประชากร ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะและระดับการจัดการสิ่งแวดล้อมและผลดำเนินงานเชิงคุณภาพของกลุ่มประชากร สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1

แสดงปริมาณค่าเฉลี่ยลักษณะการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม

ลักษณะการจัดการสิ่งแวดล้อม	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	อันดับ
นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม	1.25	5	3.67	0.81	5
การจัดการขยะ	2	5	3.15	0.88	8
การจัดการน้ำ	2.25	5	3.88	0.70	1
การจัดการเสียง	1	5	3.68	0.79	4
การจัดการพลังงาน	1.75	5	3.66	0.78	6
การจัดการคุณภาพอากาศ	1.5	5	3.82	0.70	2
การจัดการภูมิทัศน์	2	5	3.82	0.79	2
การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.25	5	3.55	0.83	7
รวม การจัดการสิ่งแวดล้อม ทั้ง 8 ด้าน	2.00	4.90	3.74	0.59	

ตารางที่ 2

แสดงปริมาณค่าเฉลี่ยผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรม

ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับ
มุมมองด้านการเงิน	1.25	5	3.10	0.73	4
มุมมองด้านลูกค้า	1.5	5	3.75	0.59	2
มุมมองด้านกระบวนการภายใน	1.25	5	3.66	0.60	3
มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา	1	5	3.86	0.78	1
รวมผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ	1.25	4.94	3.61	0.55	

การทดสอบอิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลดำเนินงานเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ดังแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3

แสดงการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตัวแปร (Variable)	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀
Y	1										
X ₁	.502**	1									
X ₂	.490**	.444**	1								
X ₃	.595**	.434**	.638**	1							
X ₄	.555**	.538**	.598**	.639**	1						
X ₅	.588**	.540**	.497**	.591**	.540**	1					
X ₆	.577**	.415**	.541**	.577**	.611**	.574**	1				
X ₇	.365**	.305**	.360**	.358**	.269**	.411**	.447**	1			
X ₈	.562**	.522**	.413**	.385**	.420**	.589**	.614**	.411**	1		
X ₉	0.114	.249**	.215**	.170*	.191*	.196*	.1744*	0.141	.176*	1	
X ₁₀	0.143	.284**	0.123	0.047	0.107	0.15	0.021	(-.037)	0.034	.407**	1
VIF		1.962	2.025	2.397	2.373	2.236	2.458	1.445	2.148	1.368	1.389

*ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.05, **ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.01

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรม รวมทั้งตัวแปรควบคุม คือ ลักษณะธุรกิจ ซึ่งพบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง 0.034 ถึง 0.638 และตรวจสอบ Multicollinearity ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.368 ถึง 2.458 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Joseph F.Hair et al,2010)

ตารางที่ 4

ผลการทดสอบความถดถอยเชิงพหุแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน

การจัดการสิ่งแวดล้อม	
Variable	Model t(sig.)
Constant	4.464(.000)
นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม	0.855(.394)
การจัดการขยะ	(-0.085(.932)
การจัดการน้ำ	3.312(.001)**
การจัดการเสียง	1.349(.179)

ตารางที่ 4

ผลการทดสอบความถดถอยเชิงพหุแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลการ

ดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน (ต่อ)

การจัดการสิ่งแวดล้อม	
Variable	Model t(sig.)
การจัดการพลังงาน	1.331(.185)
การจัดการคุณภาพอากาศ	1.383(.169)
การจัดการภูมิทัศน์	0.423(.673)
การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.095(.002)**
จำนวนห้องพัก	2.013(.046)*
ลักษณะธุรกิจ	2.014(.046)*
R Square	0.546
Adjusted R Square	0.513
F-Value (sig)	16.916

*ระดับนัยสำคัญ 0.05 **ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 4 ผู้วิจัยพบว่าการจัดการน้ำมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.02 โรงแรม นอกจากนี้พบว่าจำนวนห้องพักและลักษณะของธุรกิจ มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรม และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ การจัดการเสียง การจัดการคุณภาพอากาศ และการจัดการภูมิทัศน์ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรม

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

บทสรุปผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ และอภิปรายผลการศึกษา กับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาลักษณะการจัดการสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล ประกอบด้วย 8 ด้าน และระดับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ทั้ง 4 ด้าน เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าโรงแรมมีการจัดการน้ำอยู่ในระดับสูงที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษฎา ตยวิวัฒน์านุกุลและโสสมสกาเว เพชรานนท์ (2559) พบว่า การจัดการน้ำในเกาะเสม็ดมีคุณลักษณะสำคัญที่สุดและงานวิจัยของเกริกไกร นนทลักษณ์และชวลีย์ ณ ถลาง (2561) พบว่าธุรกิจโรงแรมในเกาะช้างประกอบธุรกิจโดยมีการจัดการน้ำ บำบัดน้ำเสีย รณรงค์ประหยัดน้ำ ลำดับ

ต่อมาการจัดการคุณภาพอากาศและการจัดการภูมิทัศน์สอดคล้องกับงานวิจัยของวันวิสา วัลย์ดาว (2553) พบว่าโรงแรมส่วนใหญ่ในจังหวัดกระบี่มีการจัดการคุณภาพอากาศอยู่ในระดับปานกลางและงานวิจัยโสภา ชินเวชกิจวานิชย์และคณะ(2561) พบว่าโรงแรมที่อยู่ในเขตเมือง เช่น ในกรุงเทพมหานครหรือในตัวเมืองเชียงใหม่ พื้นที่ว่างและพื้นที่สีเขียวอาจมีค่อนข้างน้อย ทำให้คะแนนเฉลี่ยในตัวชี้วัดน้อย ส่วนการจัดการเสียงการดำเนินการระดับกลางสอดคล้องกับงานวิจัยของวันวิสา วัลย์ดาว (2553) พบว่าโรงแรมในจังหวัดกระบี่มีการจัดการเสียงอยู่ในระดับปานกลางและนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมนั้นมีพบว่าโรงแรมส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักสอดคล้องกับ ปิยะดา วชิระวงศกรและอุษณีย์ ทิมสูงเนิน (2558) พบว่า โรงแรมส่วนใหญ่ไม่มีนโยบายสิ่งแวดล้อมและการจัดการพลังงานอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะดา วชิระวงศกร และอุษณีย์ ทิมสูงเนิน (2558) พบว่าโรงแรมส่วนใหญ่จะขาดในเรื่องของการประหยัดพลังงาน และการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น ธุรกิจโรงแรมให้ความสำคัญในด้านนี้มากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับ บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์และคณะ (2561) พบว่า โรงแรมมีการนำวัสดุที่ย่อยสลายได้ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก และกรีกไกร นนทลักษณ์และชวลีย์ ณ ถลาง (2561) พบว่าโรงแรมบนเกาะช้าง มีลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ยาก เช่น โฟม ถุงพลาสติก และซีเมนต์ กระจก หล้าแหล่ง (2558) พบว่าโรงแรมในจังหวัดตรังใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากเขียวกำกับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย ถ้าองค์กรให้ความสำคัญถึงผลกระทบที่มีแล้วจะทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม (อนันตชัย ยुरประถม, 2550) และโรงแรมจำเป็นต้องปฏิบัติตามที่กฎหมายควบคุมและกำหนดสอดคล้องกับทฤษฎีความชอบธรรมโดยธุรกิจต้องดำเนินงานให้ตรงความคาดหวังของสังคม(Suchman.1995) การจัดการขยะศึกษาพบว่าโรงแรมมีการดำเนินการน้อยที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยโสภา ชินเวชกิจวานิชย์และคณะ(2561) พบว่าโรงแรมที่เข้าร่วมโครงการขาดข้อมูลซึ่งบอกความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมเห็นได้จากคะแนนเฉลี่ยของการจัดการขยะมีเพียง ร้อยละ 12 เท่านั้น เพราะการบริหารจัดการขยะที่เกาะยังเป็นการจัดการที่มีค่าใช้จ่ายสูง ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่สูงมาก รวมทั้งอัตราการจัดเก็บค่าขยะของ อบต.เกาะสาหร่าย มีอัตราที่สูง ทำให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านนี้น้อยที่สุด

2. สรุปผลการทดสอบอิทธิพลของการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อผลดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรม อภิปรายผลการศึกษาตามสมมติฐาน ดังนี้ การจัดการน้ำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลดำเนินงานเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า การจัดการน้ำมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลดำเนินงานเชิงคุณภาพของโรงแรม สอดคล้องกับงานวิจัยของชัญญาภัก หล้าแหล่ง (2558) พบว่าโรงแรมในจังหวัดตรังมีการบริหารจัดการน้ำที่ดีโดยการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงแหล่งน้ำธรรมชาติ ลดการใช้น้ำ ทำให้ประหยัดต้นทุนและสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรมด้วย เช่นเดียวกับกรีกไกร นนทลักษณ์และชวลีย์ ณ ถลาง (2561) พบว่าโรงแรมบนเกาะช้าง มีการรณรงค์ประหยัดน้ำ บำบัดน้ำเสีย ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรม ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์และคณะ (2561) พบว่าโรงแรม ที่มีการบริหารจัดการน้ำ ควบคุมการใช้น้ำ

และบำบัดน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่ ทำให้ต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายของโรงแรมลดลงส่งผลดีต่อผลการดำเนินงาน และ Mensha (2006) พบว่าโรงแรม มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มุ่งเน้นในการประหยัดด้านน้ำ สร้างความภักดีต่อลูกค้าที่มีต่อองค์กร เนื่องจากสภาพพื้นที่เป็นเกาะทำให้แหล่งน้ำจืดที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อปริมาณการใช้ของประชาชนในพื้นที่ ด้วยเหตุผลนี้ผู้ประกอบการโรงแรมซึ่งมีผลกระทบโดยตรง ให้ความสำคัญในการจัดการน้ำมากที่สุด และนำการจัดการน้ำมาใช้ภายในโรงแรมให้มีการบำบัดน้ำเสียกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ มีบ่อกักน้ำ และน้ำเสียที่ต้องทิ้งสู่แหล่งน้ำธรรมชาตินั้นต้องผ่านการบำบัดให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น เพราะเป็นพื้นที่เกาะซึ่งมีน้ำทะเลล้อมรอบ หากการจัดการน้ำไม่ดี จะทำให้มีการปล่อยน้ำเสียลงสู่ทะเลทำลายแหล่งน้ำธรรมชาติ สัตว์น้ำ ปะการังและทำลายความสะอาด และสวยงามของเกาะ ซึ่งเป็นจุดขายของทุกโรงแรม ส่งผลกระทบผู้ประกอบการ ลูกค้า ชุมชน และประชาชนที่อาศัยในพื้นที่โดยรอบ ซึ่งล้วนเป็นผู้มีส่วนได้เสียทั้งสิ้น

การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ศึกษาพบว่า การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของชัยญานัก หล้าแหล่ง (2558) พบว่า ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากเขียวกำกับ ทำให้ประหยัดต้นทุน ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อโรงแรม บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์ และคณะ (2561) พบว่าโรงแรม นำวัสดุที่ย่อยสลายได้ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายของโรงแรมลดลงส่งผลดีต่อการดำเนินงานของโรงแรม และเกริกไกร นนทลักษณ์และชวลีย์ ณ ถกลาง (2561) พบว่าโรงแรมบนเกาะช้าง ลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ยาก เช่น โฟม ถุงพลาสติก ช่วยลดต้นทุน และเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรมและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น ประชาชนและผู้ประกอบการโรงแรมต่างให้ความสำคัญกับด้านนี้ เนื่องจากธุรกิจโรงแรม ตั้งอยู่ในพื้นที่เกาะ และอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของหน่วยงานภาครัฐ โดยขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการที่อยู่ในเกาะ ให้ช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการจัดทำโครงการต่างๆ ขึ้นมา เช่น งดการใช้โฟมหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติแทน ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการโรงแรม ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากเขียวกำกับ ซึ่งได้ผลตอบรับที่ดีมาก

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการพิจารณาข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น ไม่ได้พิจารณาเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยในอนาคตสามารถนำเครื่องมือแบบผสมผสานมาใช้เก็บข้อมูลได้ เช่น การสัมภาษณ์ การสำรวจ การสังเกตการณ์
2. การศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน จังหวัดสตูล เพียงจังหวัดเดียวเท่านั้น ซึ่งยังมีกลุ่มตัวอย่างธุรกิจโรงแรมในหมู่เกาะอันดามัน

3. ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจอื่นๆ ที่จัดตั้งอยู่ในเกาะ เช่น ร้านอาหาร ผับบาร์ ร้านอาหารต่างๆ ซึ่งมีจำนวนมากรายและเป็นผู้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่บนเกาะเช่นกัน

4. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ ยังไม่ได้เข้าร่วมโครงการ Green Hotel หรือการเข้าร่วมมูลนิธิไปไม่เสีย เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ไม่ได้อยู่ภายใต้ พ.ร.บ. โรงแรม เนื่องจากปัญหาการครอบครองที่ดินและเอกสารสิทธิ์ในที่ดิน ปัญหาด้านพื้นที่ ที่มีสภาพเป็นเกาะ โดยมีพื้นที่ทับซ้อนกับพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติตะรุเตา ทำให้หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถดำเนินการจัดตั้งเป็นโรงแรมที่ถูกต้องตาม พ.ร.บ.โรงแรมได้

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา ตยวิวัฒน์านุกูล และโสสมสกา เพชรานนทร์. (2559). การบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวในมุมมองเศรษฐศาสตร์ กรณีศึกษาเกาะเสม็ด. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 3(2), 54-59.
- เกริกไกร นนทลักษณ์ และชวลีย์ ณ ถลาง. (2561). *ศักยภาพโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะช้าง*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา.
- เจนจิรา คุ่มเมือง. (2558). *นโยบายการจัดการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงานของโรงแรมในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชญญาภัค หล้าแหล่ง. (2558). *การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง(รายงานการวิจัย)*. : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์ อมรา รัตตากร และชยุตม์ วนา. (2561). กลยุทธ์การจัดการที่ยั่งยืนของธุรกิจ ขนาดกลางประเภทโรงแรมและที่พักในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ*, 9(1), 41-53.
- ปิยะดา วชิระวงศกร และอุษณีย์ ทิมสูงเนิน. (2558). การประเมินการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการประเภทโรงแรมในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม*, 11(1), 1-16. DOI: <https://doi.org/10.14456/jem.2015.6>
- พ.ร.บ.สาธารณสุข พ.ศ.2535 และแก้ไขจนถึงปัจจุบัน วันที่สืบค้น 11 มีนาคม 2562, จาก <http://www.krisdika.go.th>
- วันวิสา วัลย์ดาว. (2553). *การจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดกระบี่*. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

หงสกุล เมสนุกูล. (2554). แนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ปฏิบัติตามมาตรฐานโรงแรมใบไม้เขียว ชิกเซ็นส์ไฮเวย์ เกาะยวน้อย จังหวัดภูเก็ต. *การประชุมวิชาการแห่งชาติ, (ครั้งที่ 9) : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.* (686-697).

อนันตชัย ยूरประถม.(2550). CSR จากแนวคิดสู่วิธีปฏิบัติ. *วารสาร Productivity Word, 12(71),* (20-25).

อำนาจ วัฒนกรศิริ. (2557). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการจัดการพลังงานทางเลือก.* สุรินทร์ : วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

Bonilla Priego, M. J., Najera, J. J., & Font, X. (2011). Environmental management decision-making in certified hotels. *Journal of Sustainable Tourism, 19(3),* 361-381.

Claver, E.D., José, F., & Tari, J.M. (2007). Environmental management and firm performance: A casestudy. *Journal of Environmental Management, 84(4),* September 2007,P.606-619.<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2006.09.012>

Cramer, J. (1998). *Environmental management: from 'fit' to 'stretch'* First published: 21 December 1998 [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)10990836\(199807\)7:3<162::AID-BSE149>3.0.CO;2-Q](https://doi.org/10.1002/(SICI)10990836(199807)7:3<162::AID-BSE149>3.0.CO;2-Q)

Freedman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach. An analysis on the impact of corporate pollution disclosures included in annual financial statements on investors' decisions.* *Advances in Public Interest Accounting, 1,* 193–212.

Freedman, R. E. & Jaggi. (1986). *An analysis on the impact of corporate pollution disclosures included in Annual financial statements on investors' decisions.* *Advances in Public Interest Accounting, 1,* 193–212.

Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (1992). “The balance scorecard – measure that drive performance”. *Havard Bussiness Review, January/February.* 71-9.

Kirk. D. (1998). Attitudes to environmental management held by a group of hotel managers in Edinburgh, 1998 *International Journal of Hospitality Management.* 17(1), 1 March 1998, 33-47.<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S027843199800005X> [https://doi.org/10.1016/so278-4319\(98\).00005-x](https://doi.org/10.1016/so278-4319(98).00005-x)

Middleton, V. T. C., & Hawkins, R. (1998). *Sustainable Tourism : A Marketing Perspective.* Oxford ; Woburn, MA : Butterworth Heinemann. 1-33.

Mensah, I. (2006) . Environmental management practices among hotels in the greater Accra region. *International Journal of Hospitality Management*, 25(3), 414-431.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.02.003>

Vance, S. (1975). Are socially responsible corporations good investment risks.

Management Review, 64(8), 18–23.

จำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและผลการดำเนินงานของบริษัท The Workload of the Risk Management Committee and Firm Performance

อิศรา ตรงต่อกิจ Itsara Trongtokit¹

สัมพันธ์ เนตยานันท์ Sampan Nettayanun²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มของ SET100 โดยวัดผลการดำเนินงานของบริษัทจากอัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น โดยมีตัวแปรต้นคือ จำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ขนาดของบริษัท ความเสี่ยงทางการเงิน ค่าเบต้า และอัตราผลตอบแทน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ จากการศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ค่านัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.01, 0.05 และ 0.10 ในการทดสอบหาความสัมพันธ์ พบว่าจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังไม่ส่งผลโดยตรงกับผลการดำเนินงานของบริษัท แต่เกี่ยวข้องกับขอบข่ายของงานที่รับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยมีรายละเอียดคือ ผลการดำเนินงานของบริษัทที่วัดจากอัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) มีความสัมพันธ์กับขนาดของบริษัท ความเสี่ยงทางการเงิน อัตราผลตอบแทน มูลค่าของบริษัทที่วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงทางการเงินของบริษัท อัตราผลตอบแทน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานในบริษัทให้เหมาะสมกับขนาดของบริษัท ความเสี่ยงทางการเงินของบริษัทอัตราผลตอบแทน เพื่อเพิ่มมูลค่าของบริษัท

คำสำคัญ: คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง มูลค่าของบริษัท

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

E-mail: tritsara@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

E-mail: sampanteaching@gmail.com

Abstract

This research aims to study the workload of the Risk Management Committee related to Firm Performance in SET 100 of The Stock Exchange of Thailand. Firm Performance is measured by Tobin's Q, Return on Total Assets (ROA) and Return on Equity (ROE). Variables include the workload of the risk management committee, firm size, leverage, beta and dividend yield. The samples are analyzed by using descriptive statistics such as minimal, maximum, mean, median, standard deviation and statistics inference using the multiple regression panel data analysis. The researcher used statistical significance at the level of 0.01, 0.05 and 0.10. The workload of the Risk Management Committee has not directly affected the firm performance, but involves the scope of responsibility of the Risk Management Committee. As a result, Firm performance as measured by Tobin's Q is related to firm size, leverage and dividend yield. Firm value as measured by Return on Total Assets is related to leverage and dividend yield. Therefore, this research is beneficial to the company in managing suitable firm size, leverage and dividend yield to increase overall firm value.

Keywords: Risk Management Committee, Workload of the Risk Management Committee, Firm Performance

บทนำ

การบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management) เป็นหัวข้อที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา หลายองค์กรมีการนำการบริหารความเสี่ยงองค์กรเข้าไปใช้งาน และมหาวิทยาลัย ศูนย์วิจัยต่างๆ ก็ได้มีการพัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงองค์กรตลอดไปจนถึงนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติงาน และมีงานวิจัยในอดีตที่มีการศึกษาประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยการจัดการบริหารความเสี่ยง นั้นทำให้เกิดการลดความผันผวนของราคา ลดต้นทุนทางการเงินจากภายนอก เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการเงินทุน และสร้างความสัมพันธ์แบบทวีคูณในกิจกรรมการบริหารความเสี่ยงที่แตกต่างกันทำให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงขึ้นกว่าเดิม (Hoyt and Liebenberg, 2011) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่มีการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้หลักฐานเชิงประจักษ์ที่ยืนยันว่า ขนาดของกิจการส่งผลต่อโอกาสที่บริษัทจดทะเบียนจะมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงแยกจากคณะกรรมการอื่น และการติดตามตรวจสอบของ

คณะกรรมการบริษัทส่งผลต่อโอกาสที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงแยกจากคณะกรรมการอื่น (วัลภา ฅมยา, 2558)

คณะกรรมการตรวจสอบที่มีภาระหน้าที่ความรับผิดชอบสูง ดูแลตรวจสอบงานสำคัญหลากหลายประเภท เมื่อมีการมอบหมายหน้าที่ให้กับคณะกรรมการตรวจสอบให้ความรับผิดชอบมากเกินไปซึ่งทำให้เกิดการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Alles, Datar and Friedland, 2005) นอกจากนี้การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงแยกออกมาทำให้กิจการมีการเปิดเผยข้อมูลด้านความเสี่ยงทางการตลาดของกิจการเพิ่มขึ้น แสดงถึงความซับซ้อนของการดำเนินงานและแสดงถึงการให้ความสำคัญในการตรวจสอบดูแลของกิจการ ทำให้เกิดการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ สร้างความมั่นใจให้นักลงทุน และลูกค้าเข้ามาลงทุนในกิจการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการ (Al-Hadi , Hasan and Habib, 2016) และงานวิจัยของ Hines and Peters (2015) ยังกล่าวอีกว่าการเปลี่ยนโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ โดยการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงแยกออกมานั้น อาจจะไม่จำเป็นและไม่มีประสิทธิภาพ หากกิจการมีระบบการทำงานที่พร้อมต่อการจัดการบริหารความเสี่ยงที่สามารถบริหารความเสี่ยงจนความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้อยู่แล้ว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการโดยการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้นมาจึงไม่มีความจำเป็น นอกจากนี้อาจมีบางกิจการที่มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้นมาเพื่อสร้างการรับรู้และความคาดหวังว่ากิจการมีคุณภาพด้านการตรวจสอบ การจัดการความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่ดีขึ้น ทั้งชื่อเสียงทางด้านการกำกับดูแล กฎระเบียบ กฎหมายของกิจการ ถึงแม้ว่าการกระทำทางด้านการจัดการความเสี่ยงจะไม่ได้ถูกนำไปใช้จริงๆก็ตาม (Subramaniam et al., 2009) จากการศึกษาปัจจัยต่างๆ ของบริษัท เกี่ยวกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงนั้นมีส่วนที่จะทำให้ลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ดังนั้น งานวิจัยนี้มีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีภาระงานที่เป็นคณะกรรมการอื่นเพิ่มเข้ามาจากการทำงานปกติที่ดำเนินการอยู่นั้น จะทำให้เกิดความรับผิดชอบมากเกินไป เกิดความกดดันจากการทำงานหนัก จะส่งผลกับประสิทธิภาพในการของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างไร

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำมาเป็นแนวทางให้กับบริษัท ในการพิจารณาอบหมายงานให้กับคณะกรรมการได้อย่างเหมาะสม การให้ความสำคัญกับการจัดการบริหารความเสี่ยง และประสิทธิภาพของคณะกรรมการจัดการบริหารความเสี่ยง เพื่อที่จะทำการจัดการบริหารความเสี่ยงมาสร้างกลยุทธ์ในการจัดการและบริหารเพื่อเพิ่มผลประกอบการให้กับบริษัท

การทบทวนวรรณกรรม

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ

คณะกรรมการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการ เนื่องจากเป็นตัวแทนของเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นในการกำกับดูแลกิจการ และตรวจสอบการทำงานของผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการ และรักษาผลประโยชน์ของเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้น (พิธาน พิษยะปรีชา, 2556) จึงควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อรับผิดชอบงานอย่างเฉพาะเจาะจงจากคณะกรรมการ เช่น คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการสรรหา เป็นต้น ในบางบริษัทมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการ จัดการบริหารความเสี่ยงของกิจการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมพร้อมทั้งหาแนวทางการจัดการความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้อย่างทันที่ (Moore and Brauneis, 2008) ซึ่งการจัดการความเสี่ยงนั้นยังคงเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการทั้งหมด โดยการที่คณะกรรมการสนับสนุนให้การจัดการบริหารความเสี่ยงเป็นถูกกำหนดเป็นส่วนหนึ่งนโยบายของบริษัท ทำให้เกิดการจัดการบริหารความเสี่ยงภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพราะเมื่อคณะกรรมการมีการให้ความสนใจในเรื่องของการจัดการบริหารความเสี่ยงจึงมีการตรวจสอบและประเมินผู้บริหาร ทำให้ผู้บริหารได้รับอิทธิพลจากการจัดการบริหารความเสี่ยงนั้น ซึ่งมีผลดีต่อผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นและทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ (วัลภา ถมยา และ กฤตพา แสนชัยธร, 2558)

การบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management หรือ ERM)

การบริหารความเสี่ยงองค์กร คือ วิธีการหรือกระบวนการดำเนินธุรกิจขององค์กรในด้านการจัดการกับความเสี่ยง เพื่อสร้างโอกาสสำหรับการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยจัดทำกรอบการดำเนินงานสำหรับการบริหารความเสี่ยง มักจะเป็นในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการระบุเหตุการณ์หรือสถานการณ์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร เมื่อประเมินออกมาในรูปแบบของความเสี่ยงที่เป็นและความรุนแรงของผลกระทบ แล้วนำมาดำเนินการกำหนดกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งสร้างโอกาสในเชิงรุกเพื่อให้องค์กรตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างทันที่และสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ยังมีบทความของ (ศิลาพร ศรีจันทเพชร, 2556) ที่ได้มีการกล่าวถึงการบริหารความเสี่ยงองค์กรคือ การสร้างกิจกรรมหรือมาตรการมาเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยง ซึ่งการจัดการบริหารความเสี่ยงสามารถนำสร้างกลยุทธ์และการวางแผนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่ง

กิจกรรมหรือมาตรการที่ถูกกำหนดมาเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงเหล่านั้นสามารถทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ การบริหารความเสี่ยงขององค์กรเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าสามารถสร้างมูลค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้ แนวทางการบริหารความเสี่ยงขององค์กร จึงได้รับความสนใจและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นยังมีองค์กร Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) ที่เป็นองค์กรที่มีประสบการณ์ในการจัดทำ กรอบโครงสร้างการควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยงที่ธุรกิจและองค์กรต่างๆ ใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติมานานกว่าทศวรรษ ได้มีการจัดทำองค์ประกอบ COSO ERM 2017 ซึ่งเป็นแนวคิดของตามหลักของการบริหารความเสี่ยง โดยแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีส่วนที่มีความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์ต่อกันเพื่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของการบริหารความเสี่ยง

จำนวนภาระงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการกลุ่มย่อยที่คณะกรรมการจัดตั้งขึ้นตามความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อช่วยให้คณะกรรมการสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ศิลาพร ศรีจันเพชร, 2555) เป็นการกระจายหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ทำให้กรรมการสามารถดำเนินการตามหน้าที่ที่รับผิดชอบของตนโดยเฉพาะเจาะจง การแยกคณะกรรมการออกมาโดยเฉพาะช่วยให้สามารถทำงานได้อย่างอิสระมากขึ้น และการตัดสินใจของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ลดความขัดแย้งในการทำงานของคณะกรรมการ (Hoitash and Hoitash, 2009) ทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น และลดปัญหาตัวแทนลงได้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นกลไกที่สำคัญอย่างหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการ การที่คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้รับหน้าที่อย่างเฉพาะเจาะจง จะทำให้สามารถอุทิศเวลาความสามารถและความพยายามในการจัดการบริหารความเสี่ยงที่หลากหลายได้ในเชิงกว้าง (Ng, Chong and Ismail, 2012) ซึ่งมีผลต่อการจัดการบริหารความเสี่ยงทั้งหมดขององค์กร เพื่อสร้างความมั่นใจว่าความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดขึ้นความเสี่ยงจะสามารถจัดการได้อย่างทันเวลา (Subramaniam et al., 2009) มีการดำเนินงานของกิจการสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกับแผนของการจัดการบริหารความเสี่ยง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่เหมาะสม ป้องกันโอกาสการเกิดความผิดพลาด ช่วยให้กิจการสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ได้ (Yatim, 2010) มีข้อมูลที่มีความถูกต้อง และมีการปลูกฝังให้มีการจัดการบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในทุกระดับของวัฒนธรรมองค์กร จึงเป็นการเพิ่มมาตรฐานของการตรวจสอบภายใน ช่วยให้คณะกรรมการสามารถทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ทำให้มูลค่าขององค์กรและผลการดำเนินงานเติบโตในระยะยาว (วัลภา ถมยา , 2559) และงานวิจัยของ Alles, Datar and Friedland (2005) ที่กล่าวไว้ว่า คณะกรรมการตรวจสอบมีภาระหน้าที่ความรับผิดชอบสูง ดูแลตรวจสอบงานสำคัญหลากหลาย ประเภท จึงอาจกล่าวได้ว่าการมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบรับหน้าที่ทั้งหมดตั้งแต่การจัดการ การตรวจสอบ การประเมินความเสี่ยง การเปิดเผยข้อมูลและจัดทำรายงานทางการเงินจะทำให้คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่และความ

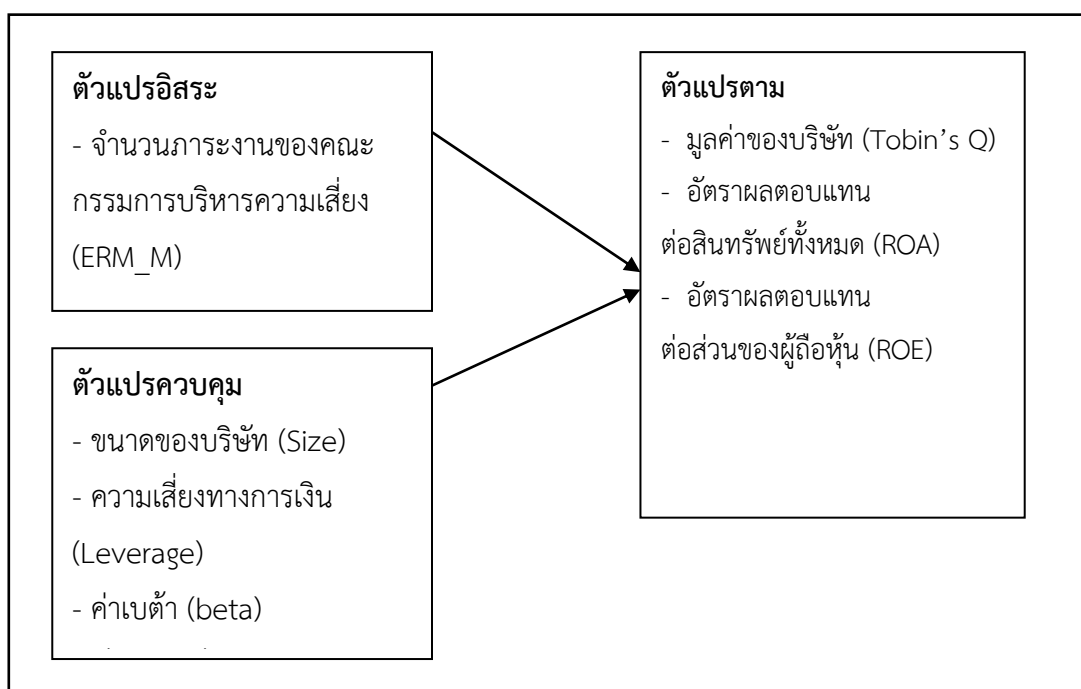
รับผิดชอบมากเกินไป เกิดความกดดันจากการทำงานหนัก ซึ่งทำให้เกิดการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Al-Hadi , Hasan and Habib (2016) ยังกล่าวอีกว่าการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงแยกออกมา ทำให้กิจการมีการเปิดเผยข้อมูลด้านความเสี่ยงทางการตลาดของกิจการเพิ่มขึ้น แสดงถึงความซับซ้อนของการดำเนินงานและแสดงถึงการให้ความสำคัญในการตรวจสอบดูแลของกิจการ ทำให้เกิดการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ สร้างความมั่นใจให้นักลงทุน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้าเข้ามาลงทุนในกิจการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการ ดังนั้นความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของบริษัท หากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีภาระงานที่เป็นคณะกรรมการอื่นเพิ่มเข้ามาจากภาระงานปกติที่ดำเนินการอยู่นั้น จะทำให้เกิดความรับผิดชอบมากเกินไป เกิดความกดดันจากการทำงานหนัก จะส่งผลกับประสิทธิภาพในการของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ตัวแปรที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการดำเนินงานของบริษัท หมายถึง รายได้จากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ จัดเป็นการวัดผล ความสำเร็จจากการดำเนินงานของบริษัท โดยวัดผลจาก Tobin's Q, ROA และ ROE
2. อัตราส่วน Tobin's Q อัตราส่วนระหว่างมูลค่าของบริษัทกับต้นทุนสินทรัพย์ทดแทนใหม่ซึ่งใช้วัดผลการดำเนินงานที่สะท้อนถึงข้อมูลจากงบการเงินซึ่งเป็นข้อมูลในอดีต สามารถคำนวณจากมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดบวกหนี้สินบริษัทหารด้วยสินทรัพย์ทั้งหมด
3. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA หรือ Return on Asset) เป็นอัตราส่วนการคำนวณผลการดำเนินงานที่แสดงถึงประสิทธิภาพของบริษัทในการนำสินทรัพย์ไปลงทุนให้เกิดผลตอบแทน โดยสามารถคำนวณจากกำไรสุทธิหารด้วยสินทรัพย์รวมทั้งหมด
4. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE หรือ Return on Equity) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วิเคราะห์ในการวัดผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นที่ได้รับจากการทำกำไรของบริษัท คำนวณได้จากกำไรสุทธิหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น
5. จำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท (ERM_M) คือ ค่ามัธยฐานจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของแต่ละบริษัท
6. ขนาดของกิจการ (Size) ความสัมพันธ์ของขนาดกิจการและการจัดตั้งคณะกรรมการชด้อย เพื่อช่วยในการกำกับและดูแลกิจการของคณะกรรมการบริษัทโดย Logarithm (log) ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด
7. อัตราส่วนภาระหนี้สิน (Leverage: LEV) เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่จะแสดงถึงโครงสร้างเงินทุนของกิจการว่ามีแหล่งที่มาจากการก่อหนี้ของกิจการหรือส่วนของผู้ถือหุ้นความสามารถในการชำระ และภาระในการจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่ายจากหนี้สินที่ก่อขึ้น รวมทั้งความสามารถในการที่จะระดมทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต

8. ค่าเบต้า (Beta) หรือ beta coefficient คือ ตัวเลขที่ได้จากการเปรียบเทียบระหว่างการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้น และการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ เบต้าเป็นเครื่องมือชี้วัดความสัมพันธ์ระหว่างราคาหุ้นกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์ ค่าเบต้าของหุ้นก็คือค่าความผันผวนของราคาหุ้นเมื่อเทียบกับตลาด หุ้นที่มีค่าเบต้าต่ำจะมีความเสี่ยงน้อยกว่าหุ้นที่มีค่าเบต้าสูง

9. Dividend คือ เป็นค่าตอบแทนที่บริษัทจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งมักเป็นการกระจายกำไรเมื่อบริษัทได้กำไรหรือส่วนเกิน บริษัทสามารถนำไปลงทุนในธุรกิจต่อ (เรียก กำไรสะสม) หรือสามารถจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นก็ได้ในรูปแบบของเป็นค่าตอบแทนหรือเงินปันผล



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลประเภททุติยภูมิ (Secondary Data) ในการอธิบายพร้อมทั้งหาสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท กับมูลค่าของบริษัทที่มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2557-2561) โดยเป็นบริษัทที่มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และอยู่ในกลุ่ม SET 100 โดยมีขั้นตอนคือ รวบรวมรายชื่อบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากฐานข้อมูล SETSMART บงสถานะทางการเงิน ข้อมูลจากรายงานประจำปี แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี โดยได้ข้อมูลมาทั้งหมด 500 บริษัท หักบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน 2 บริษัท และหักบริษัทที่ไม่มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจำนวน 194 บริษัท ทำให้เหลือบริษัทที่จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์จำนวน 304 บริษัท แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ

(Multiple Regression Analysis) โดยใช้ข้อมูลแบบ Panel Data เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรควบคุม โดยใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล Cross Section Data เพื่อการหาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัวในปัจจุบันที่หลากหลาย ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะแตกต่างกันออกไปซึ่ง Panel Data จะมีตัวแปรที่มีค่าคงที่เสมอไม่ว่าเวลาจะเปลี่ยนไปเพียงใดและไม่สามารถวัดค่าได้ เนื่องจากเป็นตัวแปรแฝงอยู่คือตัวแปร Time Invariant Variable : α_i ซึ่งการวิเคราะห์ Panel Data สามารถทำได้หลายวิธี โดยวิธีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้มี 2 แบบประกอบไปด้วยการวิเคราะห์แบบ Random Effects และ Fixed Effects สามารถทดสอบด้วย Hausman Test เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบการประมาณค่าที่เหมาะสม ทั้งนี้จะใช้วิธีประมาณค่า β จากทั้งสองวิธี โดยจากการทดสอบพบว่า ถ้าปฏิเสธสมมติฐาน (Reject Null) ควรใช้การประมาณค่าแบบ Fixed Effects ในขณะที่หากพบว่า ยอมรับสมมติฐาน (Accept Null) ควรใช้การประมาณค่าแบบ Random Effects ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย 3 สมการโดยแต่ละสมการแยกวิเคราะห์ Regression ดังนี้

$$Tobin'Q_{it} = \beta_0 + \beta_1ERM_M_{it} + \beta_2Size_{it} + \beta_3Leverag_{it} + \beta_4beta_{it} + \beta_5Dividend_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1ERM_M_{it} + \beta_2Size_{it} + \beta_3Leverag_{it} + \beta_4beta_{it} + \beta_5Dividend_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1ERM_M_{it} + \beta_2Size_{it} + \beta_3Leverag_{it} + \beta_4beta_{it} + \beta_5Dividend_{it} + \varepsilon_{it}$$

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1

แสดงข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรทั้งหมด

ตัวแปร (Variables)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าต่ำสุด (Minimum)	ค่าสูงสุด (Maximum)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
Tobin's Q	1.976	0.744	27.012	1.328	1.955
ROA	0.060	-0.284	0.558	0.054	0.071
ROE	0.134	-0.572	0.989	0.122	0.149
ERM_M	2.758	1.000	5.500	3.000	0.791
Size	10.822	9.249	12.503	10.714	0.726
Leverage	0.575	0.079	0.947	0.569	0.201
beta	1.117	0.000	2.170	1.090	0.382
Dividend	3.072	0.000	13.110	2.560	2.346

จากตารางที่ 1 ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรทั้งหมดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลรายปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 ในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2561 ได้จำนวนทั้งหมด 304 ตัวอย่าง พบว่า ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) มีค่าเท่ากับ

1.976 ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) มีค่าเท่ากับ 0.060 ค่าต่ำสุดของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) เท่ากับ -0.284 เนื่องจากสภาพรวมบริษัทอาจมีกำไรสุทธิต่ำหรือสินทรัพย์รวมของบริษัทอาจต่ำทำให้ค่าต่ำสุดของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) ตีตกไปด้วย และค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าเท่ากับ 0.134 และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.572 ตีตกเนื่องจากสภาพรวมบริษัทอาจมีกำไรต่ำ หรือมีค่าส่วนของผู้ถือหุ้นน้อยจึงส่งผลให้ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าตีตก ในส่วนของตัวแปรควบคุม พบว่า บริษัทที่มีจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท (ERM_M) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.758 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.791 ค่าเฉลี่ยขนาดของบริษัท (Size) มีค่าเท่ากับ 10.822 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.726 ค่าเฉลี่ยความเสี่ยงทางการเงินของบริษัท (Leverage) มีค่าเท่ากับ 0.575 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.201 ค่าเฉลี่ยของค่าความผันผวนราคาหุ้นของบริษัท (Beta) มีค่าเท่ากับ 1.117 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.382 ค่าเฉลี่ยของอัตราเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้นในรอบ 1 ปีของบริษัท (Dividend) มีค่าเท่ากับ 3.072 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.346

ตารางที่ 2

แสดงข้อมูลข้อมูลของพหุตัวแปรที่ส่งผลต่อมูลค่าของบริษัท

ตัวแปร (Variables)	Tobin's Q		ROA		ROE	
	Random Effect	Fixed Effect	Random Effect	Fixed Effect	Random Effect	Fixed Effect
(Intercept)	13.574 ***				0.506 **	
	5.402				2.510	
ERM_M	0.122	-0.003			-0.010	
	1.039	-0.597			-1.022	
Size	-0.917 ***	0.007			-0.030	
	-3.630	0.424			-1.471	
Leverage	-2.070 **	-0.225 ***			-0.020	
	-2.280	-4.062			-0.271	
Beta	-0.219	-0.009			-0.001	
	-0.923	-0.971			-0.036	
Dividend	-0.197 ***	-0.007 ***			-0.003	
	-4.445	-3.724			-0.771	
R ²	0.200	0.167			0.044	
Adjusted R ²	0.186	-0.256			0.028	

หมายเหตุ: คำนัยสำคัญ: “***” คือ p-value < 0.01, “**” คือ p-value < 0.05 และ “*” คือ p-value < 0.1

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลข้อมูลของพหุตัวแปรที่ส่งผลต่อมูลค่าของบริษัท โดยใช้การทดสอบ Hausman Test ในการอธิบายความสัมพันธ์ของสมการ ความสัมพันธ์ของผลประกอบการของบริษัทที่วัดผลจากอัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) จากการทดสอบพบว่าใช้การสมการถดถอยแบบ Random Effect ในการอธิบายความสัมพันธ์ของสมการซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับ ขนาดของบริษัท (Size) อัตราเงินปันผลต่อหุ้นในรอบ 1 ปีของบริษัท (Dividend) และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความเสี่ยงทางการเงินของบริษัท (Leverage) ความสัมพันธ์ของผลประกอบการของบริษัทที่วัดผลจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) จากการทดสอบพบว่าใช้การสมการถดถอยแบบ Fixed Effect ในการอธิบายความสัมพันธ์ของสมการซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับ ขนาดของบริษัท (Size) และอัตราเงินปันผลต่อหุ้นในรอบ 1 ปีของบริษัท (Dividend) ความสัมพันธ์ของผลประกอบการของบริษัทที่วัดผลจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) จากการทดสอบพบว่าใช้การสมการถดถอยแบบ Random Effect ในการอธิบายความสัมพันธ์ของสมการแต่ไม่พบว่ามีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE)

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกับมูลค่าของผลประกอบการของบริษัทที่มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และอยู่ในกลุ่ม SET 100 บริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2561 จำนวนทั้งหมด 304 ตัวอย่าง ความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทกับมูลค่าของผลประกอบการของบริษัทที่วัดผลจากอัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) จากการทดสอบ Hausman Test พบว่าค่านัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ใช้การสมการถดถอยแบบ Random Effect ดังนั้น จึงใช้สมการถดถอยแบบ Random Effect ซึ่งส่งผลให้มีความสำคัญของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทที่มีค่ามากกว่า 0.1 จึงทำให้พบว่าจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของบริษัทที่วัดจากอัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) ความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทกับมูลค่าของผลประกอบการของบริษัทที่วัดผลจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) จากการทดสอบ Hausman Test พบว่าค่านัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.001 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ใช้การสมการถดถอยแบบ Random Effect ดังนั้น จึงใช้สมการถดถอยแบบ Fixed Effect ซึ่งส่งผลให้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าว พบว่าจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของบริษัทที่วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) ความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทกับมูลค่าของผลประกอบการของบริษัทที่วัดผลจากอัตรา

ผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) จากการทดสอบ Hausman Test พบว่าค่านัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ใช้การสมการถดถอยแบบ Random Effect ดังนั้น จึงใช้สมการถดถอยแบบ Random Effect ซึ่งส่งผลให้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าว พบว่าจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของบริษัทที่วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) ซึ่งเป็นไปตาม งานวิจัยของ George D. Cashman (2012) พบว่าที่หาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนภาระงานของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัท ที่ได้ทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มข้อมูลเป็นข้อมูลบริษัทใหญ่ในดัชนี S&P จำนวน 500 ชุดข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัท ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการที่มีจำนวนภาระงานกับผลการดำเนินงานของบริษัท แต่งานวิจัยของ George D. Cashman (2012) ได้ทดลองชุดข้อมูลบริษัทใหญ่ที่ไม่ได้อยู่ในดัชนี S&P จำนวน 500 ชุดข้อมูล พบความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการที่มีจำนวนภาระงานกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fich and Shivdasani (2006) ที่ใช้กลุ่มข้อมูลในดัชนี Forbes จำนวน 500 ชุดข้อมูล พบว่าจำนวนภาระงานของคณะกรรมการคณะกรรมการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ferris (2003) งานวิจัยของ George D. Cashman (2012) ทำให้เห็นว่าเมื่อมีชุดข้อมูลของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความสัมพันธ์ ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัทได้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกันไปด้วย

เมื่อจำแนกตัวแปรควบคุมพบว่า ขนาดของบริษัท (Size) มีความสัมพันธ์อัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liebenberg, & Hoyt (2003) ที่พบว่าขนาด ของบริษัทมีความสัมพันธ์กับมูลค่าของกิจการ (Tobin's Q) โดยสามารถสรุปได้ว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีแนวโน้มที่จะมีการบริหารความเสี่ยงขององค์กรมากกว่าบริษัทที่มีขนาดเล็ก เนื่องจากช่วยลดความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นความเสี่ยงทางการเงินของบริษัท (Leverage) มีความสัมพันธ์อัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liebenberg and Hoyt (2003) กล่าวว่าบริษัทที่มีความเสี่ยงทางการเงินสูงส่วนใหญ่จะมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง หรือผู้บริหาร ความเสี่ยง เพื่อที่จะช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินที่เกิดขึ้นลง เนื่องจากความเสี่ยงทางการเงินที่เพิ่ม สูงขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อทางการเงินต่างๆ หรือบางที่อาจจะส่งผลให้เกิดการล้มละลายลงได้ อัตราเงินปันผลตอบแทนต่อหุ้นในรอบ 1 ปีของบริษัท (Dividend) มีความสัมพันธ์อัตราส่วนมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ Liebenberg and Hoyt (2011) ที่พบว่าอัตราเงินปันผลตอบแทนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าของบริษัทสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่ากำไรจ่ายเงินปันผลเป็นวิธีลดต้นทุนของกระแสเงินสด

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ในข้อมูลความสัมพันธ์ของจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทกับมูลค่าของผลประกอบการของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่ม SET 100 เป็นระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ.2557-2561) มีเป้าหมายเพื่อตรวจสอบจำนวนภาระงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทที่เหมาะสม ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจจะมีการเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อ การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เช่น ขนาดของคณะกรรมการ ชื่อเสียงของผู้ตรวจสอบบัญชี หรืออาจจะเพิ่มตัวแปรที่เป็นปัจจัยภายนอก เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ รวมถึงปัจจัยของสภาพแวดล้อมองค์กรที่อยู่นอกเหนือขอบเขตของคณะกรรมการบริษัท

เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). *รายชื่อบริษัท/หลักทรัพย์จดทะเบียน*. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562 สืบค้นจาก <https://www.set.or.th/th/company/companylist.html>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). *งบสถานะทางการเงิน*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562 สืบค้นจาก <https://www.setsmart.com/>
- พิธาน พิษยะปรีชา. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการกับ ค่าตอบแทนกรรมการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100*. การศึกษาด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการ บัญชี, ภาควิชาการบัญชี.
- วัลภา ฅมยา. (2558). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดตั้งคณะกรรมการจัดการความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 38(147), 20-38.
- วัลภา ฅมยา และ กฤตพา แสนชัยธร. (2558). *อิทธิพลของการสนับสนุนจากคณะกรรมการบริษัทและการจัดการความเสี่ยงองค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร*. *WMS Journal of Management. Walailak University*, 4(2), 19-30.
- วัลภา ฅมยา. (2559). *คณะกรรมการจัดการความเสี่ยงและคุณภาพกำไร*. *WMS Journal of Management. Walailak University*, Vol.5, No.3, 1-10.
- ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2555). *การบริหารความเสี่ยงกับการกำกับดูแลกิจการ*. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 35(135), 1-3.

-
- ศิลาพร ศรีจันทเพชร. (2556). กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 36(139), 1-3.
- Alles, M.G., Datar, S.M. and Friedland, J.H. (2005). Governance-linked D&O coverage : leveraging the audit committee to manage governance risk, *International Journal of Disclose and Governance*, 2(2), 114-29.
- Al-Hadi, A., Hasan, M. M., & Habib, A. (2016). Risk Committee, Firm Life Cycle, and Market Risk Disclosures. *An International Review*, 24(2), 145–170.
- S.P. Ferris, M. Jagannathan, A.C. Pritchard. (2003). Too busy to mind the business? Monitoring by directors with multiple board appointments. *Journal of Finance*, 58(3), 1087-1112.
- Fich and Shivdasani. (2006). Are busy boards effective monitors?, *Journal of Finance*, 61(2), 689-724.
- GD Cashman, SL Gillan, C Jun. (2012). Going overboard? On busy directors and firm value. *Journal of Banking & Finance*, 36(12), 3248-3259.
- Hines, C. S. & Peters, G. F. (2015). Voluntary risk management committee formation: Determinants and short-term outcomes. *Journal of Accounting and Public Policy*, 34(3), 267–290.
- Hoitash, U., Hoitash, R. (2009). Conflicting objectives within the board: evidence from overlapping audit and compensation committee members. *Group Decision and Negotiation*, 18(1), 57–73.
- Hoyt, R.E. and Liebenberg, A.P. (2003). *Determinants of Enterprise Risk Management: Evidence from the Appointment of Chief Risk Officers*. Risk Management and Insurance Review, 6, 37-52.
- Hoyt, R.E. and Liebenberg, A.P. (2011). The Value of Enterprise Risk Management. *Journal of Risk and Insurance*, 78(4), 795-822.
- Moore, M., Brauneis, M. (2008). U.S. subprime crisis: risk management’s next steps. *Bank Accounting & Finance*, 21(3), 18–48.
- Ng, T. H., Chong, L. L. & Ismail, H. (2012) . Is the risk management committee only a procedural compliance?: An insight into managing risk taking among insurance companies in Malaysia. *The Journal of Risk Finance*, 14(1), 71-86.

- Subramaniam, N., McManus, L., & Zhang, J. (2009). Corporate governance, firm characteristics and risk management committee formation in Australian companies. *Managerial Auditing Journal*, 24(4), 316-339.
- Yatim, P. (2010). Board structures and the establishment of a risk management committee by Malaysian listed firms. *Journal of Management & Governance*, 14(1), 17-36.

อิทธิพลของการต่อต้านการทุจริตในองค์กรและคณะกรรมการตรวจสอบต่อมูลค่ากิจการ An Influence of Anti-Corruption and Audit Committee on Firm Value

ปาณิสรา จำรัสลาภ

Panisa Jumraslap¹

มัทนชัย สุทธิพันธ์

Muttanachai Suttipun²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของการต่อต้านการทุจริตในองค์กรและคณะกรรมการตรวจสอบต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2557-2561 มีจำนวน 356 บริษัท ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 1,780 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า การต่อต้านการทุจริตในองค์กรและระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อมูลค่ากิจการ บริษัทอาจนำผลการวิจัยดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์การบริหารงานองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมูลค่ากิจการ รวมถึงนักลงทุนสามารถนำไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุน

คำสำคัญ: การต่อต้านการทุจริต คณะกรรมการตรวจสอบ มูลค่ากิจการ

Abstract

The objectives of the research were to test influence of anti-corruption and audit committee on firm value of companies listed in the Stock Exchange of Thailand (SET). The population includes listed companies in the SET during 2014 to 2018. Studying 356 firms, 1780 corporate annual reports were used as samples. Descriptive analysis and multiple regression were used to analyze the data. According to the results, there was a significantly negative influence of anti-corruption and period of audit committee on firm value. Furthermore, it was found that the companies may use

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: panisa8776@gmail.com

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: muttanachai.s@psu.ac.th

the result of this research to improve their strategic management for increasing firm value and the investors ability to make decisions.

Keywords: Anti-Corruption, Audit Committee, Firm Value

บทนำ

ความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลกในประเทศสหรัฐอเมริกา รวมไปถึงความไม่โปร่งใสในงบการเงินของบริษัทเกี่ยวกับการตกแต่งบัญชีจากการปกปิดซ่อนเร้นรายการ มิได้เปิดเผยข้อมูลไว้อย่างครบถ้วน (กรณ ฉวีวานิชยกุล, 2550) ซึ่งเกิดขึ้นจากกลไกการบริหารกิจการที่ผิดพลาด ขาดความโปร่งใส จากเหตุการณ์ดังกล่าว ทำให้เกิดการตื่นตัวเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Luvin, 2002) เมื่อ ค.ศ. 2002 ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายฉบับหนึ่ง เรียกว่า Sarbanes-Oxley Act (SOX) เพื่อปกป้องนักลงทุนจากการตกแต่งบัญชีของบริษัท โดยกฎหมายฉบับนี้บังคับใช้กับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา

ในขณะที่ประเทศไทย เริ่มนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในยุคเศรษฐกิจฟองสบู่ ปี พ.ศ. 2540 ด้วยมีความหวังว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะทำให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายขององค์กรได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม (ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2552) การกำกับดูแลกิจการที่ดีทำให้ระบบการบริหารมีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและมูลค่าให้แก่กิจการ (วรกมล เกษมทรัพย์, 2553) กิจการจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการมากขึ้น โดยเครื่องมือหนึ่งที่เป็นกลไกสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี คือ การจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อกำกับดูแลกิจการ และจัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่โปร่งใส ช่วยป้องกันการทุจริต และเพิ่มความน่าเชื่อถือของคุณภาพรายงานทางการเงิน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2553) รวมถึงเพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว ภายใต้กรอบของการมีจริยธรรมที่ดีและช่วยลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ของผู้บริหารและผู้ถือหุ้นให้เหลือน้อยที่สุด โดยงานวิจัยของ Fama and Jensen (1983) พบว่า บริษัทที่มีกลไกการควบคุมภายในโดยคณะกรรมการบริษัทที่เต็มเปี่ยมไปด้วยประสิทธิภาพ จะช่วยลดปัญหาตัวแทนระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้นได้และส่งผลให้ในท้ายที่สุดบริษัทจะมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันของประเทศไทยยังเป็นปัญหาสำคัญและเป็นอุปสรรคในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ สถานการณ์การทุจริตของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2561 โดยดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์คอร์รัปชัน (Corruption Perceptions Index: CPI) หรือดัชนีการรับรู้การทุจริต ซึ่งจัดอันดับโดยองค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International: TI) พบว่า ประเทศไทยได้คะแนน 36 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 99 จาก 180 ประเทศทั่วโลก ถือว่าสถานการณ์การคอร์รัปชันของประเทศไทยยังคงอยู่ใน ระดับสูง

งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ มีการศึกษาเกี่ยวกับหัวข้อการกำกับดูแลมากมาย ตัวอย่างเช่น Gompers et al. (2003) พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์เชิงบวกในการเพิ่มมูลค่าหุ้น และกำไรให้บริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน สอดคล้องกับ Nam and Nam (2004) ที่พบว่ามูลค่าทางการตลาดของบริษัทที่มีค่าต่ำ อาจเป็นเพราะการมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ไม่ดีหรือไม่เพียงพอ การกำกับดูแลกิจการที่ดีสามารถปฏิบัติได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งการต่อต้านการทุจริตถือเป็นการกำกับดูแลกิจการที่ดีประการหนึ่ง งานวิจัยของ Lin et al. (2018) พบว่า การส่งเสริมการต่อต้านการทุจริตทำให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ อรพรรณ เลิศรุจิวิช (2559) พบว่า ผลประเมินความคืบหน้าการป้องกันการคอร์รัปชันสำหรับบริษัทจดทะเบียนไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่ากิจการ ผู้บริหารจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของหลักธรรมาภิบาล ดำเนินธุรกิจอย่างไร้คอร์รัปชัน เป็นที่ยอมรับระดับสากล กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีอีกประการหนึ่ง คือ การจัดทำมีคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อช่วยกำกับดูแลการบริหารงานของฝ่ายบริหาร โดยงานวิจัยของ Conyon and Peck (1998) ที่พบว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบยังมีจำนวนมาก ยิ่งทำให้กิจการมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chan and Li (2008) ที่พบว่า เมื่อคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญด้านบัญชีและการเงิน จะส่งผลให้มูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้มีงานวิจัยอีกหลายงานที่ไม่สามารถให้ข้อสรุปที่ชัดเจนว่า การกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการจริงหรือไม่

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาบริษัทที่มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในรูปแบบการแสดงการต่อต้านการทุจริตในองค์กร ได้แก่ บริษัทที่แสดงเจตนาารมณ์เข้าร่วม หรือ ได้รับการรับรองในโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption - CAC) และผู้วิจัยยังมีความสนใจศึกษาคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบอันเป็นกลไกที่สำคัญอีกประการหนึ่ง โดยศึกษาในแง่ของความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ และความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยใช้ตัวแปรในการวัดมูลค่ากิจการคือ มูลค่าทางการตลาด (Tobin's Q)

วัตถุประสงค์

เพื่อทดสอบอิทธิพลของการต่อต้านการทุจริตในองค์กรและคณะกรรมการตรวจสอบต่อมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้บริษัทตระหนักถึงความสำคัญและพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรและสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและดึงดูดนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ
2. เพื่อกระตุ้นให้นักลงทุนเห็นถึงความสำคัญและความแตกต่างของการกำกับดูแลกิจการที่ดี สามารถตัดสินใจในการลงทุนด้วยความระมัดระวัง

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิดทฤษฎีตัวแทน (Agency theory) พัฒนาโดย Jensen and Meckling (1976) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ในทางธุรกิจระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น(ตัวการ) กับ ผู้บริหาร(ตัวแทน) กล่าวคือ ตัวการได้ว่าจ้างตัวแทนให้เข้ามาบริหารจัดการกิจการแทนตน トラบไต่ที่ผู้บริหารซึ่งเป็นตัวแทนตัดสินใจลงทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนสูงสุดจากเงินลงทุนในวิธีที่สอดคล้องกับการสร้างผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นตัวการแล้ว ความสัมพันธ์ของการเป็นตัวแทน ระหว่างผู้ถือหุ้นกับผู้บริหารยังคงมีประสิทธิผลที่ดี แต่ถ้าหากผลประโยชน์และวัตถุประสงค์ของผู้ถือหุ้นกับผู้บริหารไม่สอดคล้องกัน จะทำให้เกิดปัญหาการเป็นตัวแทน (Agency Problem)

จากปัญหาความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ ทำให้เกิดเครื่องมือหรือกลไกที่ช่วยลดปัญหา คือ การสร้างผลตอบแทนเพื่อจูงใจผู้บริหารให้ดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้น เช่น การจ่ายผลตอบแทนโดยเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของบริษัท เป็นการปรับผลประโยชน์ของผู้บริหารให้สอดคล้องกับผู้ถือหุ้นมากขึ้น แต่มีข้อเสียคือผู้บริหารจะอาศัยแรงจูงใจที่ผู้ถือหุ้นสร้างขึ้นมาหาผลประโยชน์ส่วนตัว เช่น การตกแต่งตัวเลขทางบัญชีทำให้ผลการดำเนินงานออกมาดีกว่าความเป็นจริง เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่า

ดังนั้น การกำกับดูแลกิจการซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาคัดแย้งระหว่างตัวการและตัวแทน รวมถึงเป็นกลไกการควบคุมการทำงานของฝ่ายบริหาร ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีตัวแทนมาใช้ในการอธิบายอิทธิพลของการต่อต้านการทุจริตในองค์กรและคณะกรรมการตรวจสอบ โดยนับว่าเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต้องมีแรงผลักดันจากผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการลงทุน นำไปสู่การเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กิจการยิ่งขึ้น (รัชฎาธิพย์ อุปลัมภ์ประชา, 2558)

การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย

1. การต่อต้านการทุจริตในองค์กร

ปี พ.ศ. 2553 ภาคเอกชนไทยได้ริเริ่มโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thai-CAC) เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนการจัดตั้งโดยรัฐบาลและได้รับความร่วมมือจาก 8 องค์กรชั้นนำในภาคเอกชนไทย และยังได้รับการสนับสนุนการดำเนินโครงการจาก Center for International Private Enterprise (CIPE) โดยมุ่งสร้างและขยายแนวร่วมในภาคเอกชนเพื่อสร้างกระแสการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันด้วยการส่งเสริมให้บริษัทต่าง ๆ กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่จะปฏิเสธการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ (CAC, 2553) ภาคเอกชนเริ่มให้ความสำคัญมากขึ้นกับการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลในเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ (Beekes et al., 2016) สอดคล้องกับงานวิจัยของของ Healy and Serafeim (2012) และ อรพรรณ เลิศรุจิวิช (2559) ที่พบว่า บริษัทที่มีความพยายามในการเข้าร่วมการต่อต้านการทุจริตองค์กรสูง ไร้คอร์รัปชัน สามารถตรวจสอบได้และเป็นบริษัทที่มีการบังคับใช้กฎหมายในการต่อต้านการทุจริตที่เข้มงวด มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับมูลค่ากิจการทางการตลาดของบริษัท (Tobin's Q) และการทุจริตคอร์รัปชันที่ลดลงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท โดยบริษัทที่มีการจำกัดการแทรกแซงของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อยับยั้งและป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นในองค์กร (Lin et al, 2018) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Ke et al. (2018) พบว่า การรณรงค์การต่อต้านการทุจริตส่งผลกระทบในเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ร้านอาหาร และธุรกิจโรงแรม และ ทิวพร พงุทธิประเสริฐ (2558) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัท จากความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H1: การเข้าร่วมการต่อต้านการทุจริตในองค์กรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับมูลค่ากิจการ

2. ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ

ตาม ข้อเสนอแนะของ National Association of Corporate Directors (NACD) คณะกรรมการตรวจสอบควรมีการประชุมปกติอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง ตามรอบระยะเวลาการจัดทำรายงานทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stewart and Munro (2007) ว่า จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบไม่ควรมากหรือน้อยจนเกินไป โดยความถี่ที่เหมาะสมคือ 4 ครั้งต่อปี เพื่อให้ทราบถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับรายงานทางการเงิน และให้เกิดความมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลฝ่ายบริหารรวมถึงระบบการควบคุมภายใน ซึ่งการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดี (Gendron et al., 2004) เช่นเดียวกับ ภูษณิศรา ส่งเจริญ (2562) ที่พบว่า จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของบริษัท และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Brick and Chidambaran (2010) ที่พบว่า จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ การกำกับ

ดูแลกิจการที่ดีจะช่วยให้เกิดคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มแก่กิจการและผู้ถือหุ้น การที่บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบ และจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ ถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี (สรียา พันธุ์ณรงค์, 2553) งานวิจัยของ Beasley et al. (2000) พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทที่มีการทุจริตในการจัดทำรายงานทางการเงิน มีการประชุมร่วมกันน้อยกว่าบริษัทที่ไม่มีการทุจริตในการจัดทำรายงานทางการเงิน จากความสัมพันธ์ดังกล่าวผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H2: ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่ากิจการ

3. ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบควรมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้รับแต่งตั้ง และกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งให้กลับมาดำรงตำแหน่งใหม่ได้ โดยไม่ได้ระบุดำเนินการสูงสุดไว้ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2553) มีการคาดการณ์ว่ายิ่งกรรมการดำรงตำแหน่งอยู่นานเท่าไรก็จะมียิ่งมีความรู้ความเข้าใจในระบบการปฏิบัติงานของกิจการมากยิ่งขึ้นและยังสามารถช่วยดูแล กำกับ และป้องกันผลประโยชน์ให้กับผู้ถือหุ้นได้อีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kosnik (1990) และ Hermalin and Weisbach (1991) พบว่าการสั่งสมความรู้และประสบการณ์จากการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบจะส่งผลให้ คณะกรรมการตรวจสอบปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและปรับปรุงผลการดำเนินงานขององค์กร และมีความน่าจะเป็นที่การทุจริตจะลดลงไปด้วย (Beasley, 2000) นอกจากนี้ Yang and Krishnan (2005) และ วิวรรยา ฐปสมุทร์ (2550) ยังพบว่า ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการจัดการกำไร ในมุมมองของมูลค่ากิจการ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบที่ยาวนานจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มขึ้นของมูลค่ากิจการ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H3: ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่ากิจการ

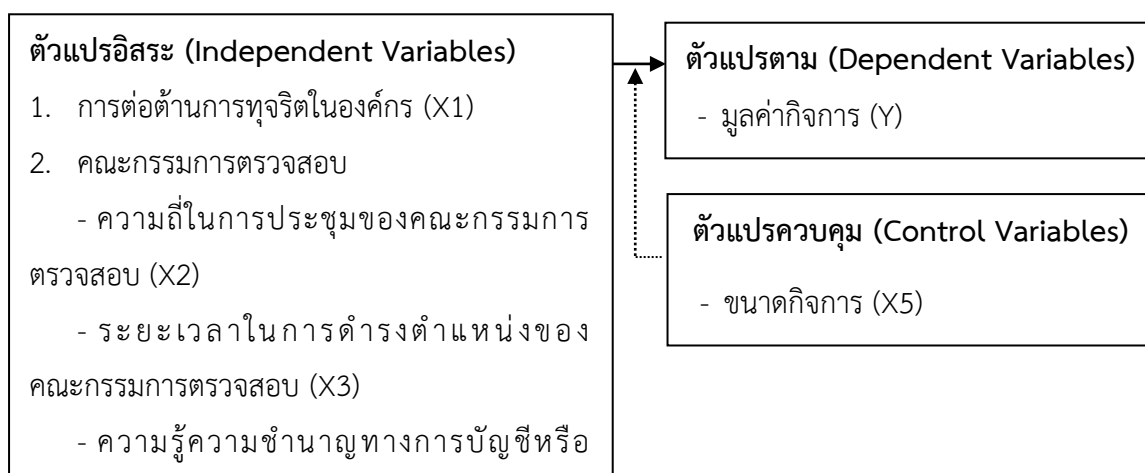
4. ความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2553) กำหนดให้ คณะกรรมการตรวจสอบต้องมีกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน ที่มีความรู้ความชำนาญหรือประสบการณ์ด้านการบัญชีหรือการเงินอย่างเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน และมีความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารกับผู้ตรวจสอบภายในและสอบทานรายงานการตรวจสอบภายในได้ดีกว่า (Yang and Krishnan, 2005) รวมถึงเพิ่มความน่าเชื่อถือของงบการเงิน โดยงานวิจัยของ Baxter and Cotter (2009) และ พวงเพ็ชร์ คุ้มคงไพศาล (2549) พบความสัมพันธ์ว่าคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ช่วยเพิ่มคุณภาพกำไร นอกจากนี้งานวิจัยของ Bedard et al. (2004), Qi and Tian (2012), Choi et al.

(2014) และ ปณิธาน สุจิรัชชาติ (2552) ยังพบว่า คณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านการบัญชีหรือการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการจัดการกำไร ในมุมมองของมูลค่ากิจการ ผู้วิจัยมองว่ากรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้มากกว่าและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการยิ่งขึ้น จากความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H4: ความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับมูลค่ากิจการ

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2557 - 2561 โดยยกเว้นบริษัทในกลุ่ม เอ็ม เอ ไอ กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ กองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ และ บริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงิน ได้แก่ หมาดเงินทุนและหลักทรัพย์ หมาดประกันภัยและประกันชีวิต และหมาดธนาคาร เนื่องจากกลุ่มธุรกิจการเงินมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่ต่างจากอุตสาหกรรมอื่นและยังมีหลักเกณฑ์ที่ต้องปฏิบัติตามหน่วยงานกำกับอื่น เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย (วิวรรยา ฐปสมุทร์, 2550) รวมถึงยกเว้นกลุ่มบริษัทที่อยู่ในระหว่างฟื้นฟูกิจการและบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) มีบริษัทจำนวนทั้งสิ้น 356 บริษัท ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 1,780 กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษางานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิโดยเก็บข้อมูลจากรายงานประจำปีและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ความถี่ และค่าเฉลี่ย

และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นแบบ Panel โดยเลือกวิธี Enter ซึ่งเป็นรูปแบบการถดถอยที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวิเคราะห์ข้อมูลในปัจจุบัน (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2553) โดย Model ที่ใช้ในการศึกษา คือ

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$$

ตารางที่ 1

การวัดค่าตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปร	คำย่อ	การวัดค่า
ตัวแปรตาม		
มูลค่ากิจการ	Y	คำนวณจาก มูลค่าตลาดของผู้ถือหุ้น บวก มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินระยะสั้นและระยะยาว หักด้วยสินทรัพย์รวม
ตัวแปรอิสระ		
1. การต่อต้านการทุจริตในองค์กร - บริษัทที่แสดงเจตนารมณ์เข้าร่วม หรือบริษัทที่ไม่ได้แสดงเจตนารมณ์เข้าร่วม จากโครงการ Thai - CAC	X1	1 = บริษัทได้แสดงเจตนารมณ์เข้าร่วม หรือ ได้รับใบรับรองจากโครงการ Thai - CAC 0 = บริษัทไม่ได้แสดงเจตนารมณ์เข้าร่วม และไม่ได้รับใบรับรองจากโครงการ Thai - CAC
2. คณะกรรมการตรวจสอบ - ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	X2	จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบภายใน 1 ปี
- ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ	X3	ผลรวมจำนวนปีในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบทุกคน / จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ
- ความรู้ความชำนาญทางการบัญชี/การเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ	X4	จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงิน / จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด
ตัวแปรควบคุม		
ขนาดกิจการ (FS)	X5	ใช้ตัวแปรหุ่นกำหนดค่า 1 = บริษัทอยู่ในกลุ่ม SET100 ในปีนั้น ๆ 0 = บริษัทไม่ได้อยู่ในกลุ่ม SET100 ในปีนั้น ๆ

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าบริษัทที่แสดงเจตนารมณ์เข้าร่วมหรือได้รับการรับรองจากโครงการ Thai-CAC มีจำนวน 787 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.20 และบริษัทที่ไม่ได้แสดงเจตนารมณ์เข้าร่วมหรือได้รับใบรับรองจากโครงการ จำนวน 993 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 55.80 และเมื่อพิจารณาตามขนาดกิจการเป็นบริษัทอยู่ในกลุ่ม SET100 จำนวน 336 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.90 และไม่ได้อยู่ในกลุ่ม SET100 จำนวน 1,444 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 81.10

ตารางที่ 2

แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ				
- ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	4	24	6.23	3.55
ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของ				
- ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ	1	29	7.91	4.63
คณะกรรมการตรวจสอบ				
- ความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ	0.20	1	0.56	0.25
มูลค่ากิจการ (Tobin's Q)	0.02	22.57	0.80	1.28

จากตารางที่ 2 พบว่า ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.23 ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.91 ปี ความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินเฉลี่ยของคณะกรรมการตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.56 และ มูลค่ากิจการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.80

ตารางที่ 3

แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

ตัวแปร	Y	X1	X2	X3	X4	X5	VIF
Y	1	-.126**	-.040	-.134**	.007	.068**	
X1		1	.138**	.034	-.018	.157**	1.041
X2			1	-.059*	.008	.201**	1.056

ตารางที่ 3

แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) (ต่อ)

ตัวแปร	Y	X1	X2	X3	X4	X5	VIF
X3				1	.065**	-.020	1.009
X4					1	.050*	1.008
X5						1	1.062

หมายเหตุ: **ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, *ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 3 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรแบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า การเข้าร่วมการต่อต้านการทุจริตในองค์กรและระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับมูลค่ากิจการ เท่ากับ 0.126 และ 0.134 ตามลำดับ และขนาดกิจการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับมูลค่ากิจการ เท่ากับ 0.068 อย่างไรก็ตาม ได้มีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) อีกครั้ง ค่า VIF สูงสุดคือ 1.056 (มีค่าน้อยกว่า 10) ดังนั้น ผลการทดสอบความสัมพันธ์ในแง่ของความสัมพันธ์และเกี่ยวพันกันของตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษา ตัวแปรแต่ละตัวมีความเป็นอิสระต่อกัน ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ทำให้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ตารางที่ 4

แสดงผลการทดสอบความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	Beta	t	t(sig)
(Constant)		11.872	
X1	-.112	-4.688	.000**
X2	-.022	-.907	.365
X3	-.134	-5.690	.000**
X4	.016	.676	.499
X5	.050	2.054	.040*

R Square = 0.037 , Adjust R Square = 0.034 , F Value = 13.347**

หมายเหตุ: **ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, *ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ มีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.034 หมายความว่า สมการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุมีความแม่นยำในการอธิบายความสัมพันธ์ของ

สมการได้ร้อยละ 3.4 และเมื่อพิจารณาตัวแปรรายตัว พบว่า การต่อต้านการทุจริตในองค์กรของบริษัท และระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลในเชิงลบกับมูลค่ากิจการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 หมายความว่า การต่อต้านการทุจริตเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มูลค่ากิจการลดลง 0.112 หน่วย และระยะเวลาการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มูลค่ากิจการลดลง 0.134 หน่วย และขนาดกิจการมีอิทธิพลในเชิงบวกกับมูลค่ากิจการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า หากขนาดกิจการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น 0.05 หน่วย แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ และความรู้ ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ ต่อมูลค่ากิจการอย่างมีนัยสำคัญ

สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา

อิทธิพลของการต่อต้านการทุจริตในองค์กรต่อมูลค่ากิจการ

จากการทดสอบอิทธิพลของการต่อต้านการทุจริตในองค์กรต่อมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยพิจารณาจากบริษัทที่แสดงเจตนาสมัครเข้าร่วม หรือบริษัทที่ได้รับการรับรอง จากโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (thai-cac) ผลการศึกษาพบว่า การต่อต้านการทุจริตในองค์กรส่งผลในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อมูลค่ากิจการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ke et al. (2018) ที่พบว่า การรณรงค์การต่อต้านการทุจริตส่งผลกระทบต่อผลประกอบการดำเนินงานของบริษัท อาจเนื่องจากโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thai-CAC) เป็นโครงการที่ต้องเข้ามาด้วยความสมัครใจ ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ของทางการบังคับให้ต้องเข้าร่วม ซึ่งการเข้าร่วมโครงการดังกล่าว บริษัทต้องมีการประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันตามหลักเกณฑ์ที่โครงการกำหนด หากการดำเนินธุรกิจเป็นไปตามเกณฑ์ที่โครงการกำหนดไว้ จะช่วยลดความเสี่ยงการลงทุนในด้านความเชื่อมั่น ซึ่งตามกฎของ High Risk and High Return นั้น จะเห็นได้ว่าอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์แปรผันตามความเสี่ยงของหลักทรัพย์ คือความเสี่ยงสูง ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับก็จะสูงไปด้วย ในมุมมองของนักลงทุนอาจมองว่าการเข้าร่วมโครงการดังกล่าวเป็นการจำกัดโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ ซึ่งผู้ลงทุนในตลาดหุ้นของประเทศไทยประมาณร้อยละ 50 เป็นผู้ลงทุนทั่วไปที่ไม่ใช่สถาบัน และไม่ใช่พนักงานต่างชาติ หากแต่เป็นผู้ถือหุ้นรายย่อยที่มีแรงจูงใจในการเล่นหุ้นเพียงเพื่อสร้างรายได้จากการเก็งกำไรจากการซื้อขายหุ้นระยะสั้นเท่านั้น (เดือนเด่น นิคมบริรักษ์, 2555) ซึ่งนักลงทุนจะเลือกหุ้นที่มีกำไรได้มากกว่าหุ้นที่มีภาพลักษณ์ที่ดี หลายบริษัทที่มีปัญหาด้านทุจริตหรือคอร์รัปชันบ่อยครั้ง แต่ก็ยังได้รับความสนใจจากนักลงทุนอยู่ดี (สำนักข่าวอิฟเอนซ์ไทย, 2561) ซึ่งนักลงทุนส่วนมากไม่ได้ให้คุณค่าทางตลาดกับระบบการต่อต้านการทุจริตมากนัก ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้การต่อต้านการทุจริตในองค์กรที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

อิทธิพลของคณะกรรมการตรวจสอบต่อมูลค่ากิจการ

จากการทดสอบอิทธิพลของคณะกรรมการตรวจสอบต่อมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ และความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ ผลการศึกษาพบว่า

ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ Bansal and Sharma (2015) ที่พบว่า ความถี่การประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของกิจการ แต่ขัดแย้งกับ Brick and Chidambaran (2010) ที่พบว่า จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ อาจเนื่องมาจากความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบที่เพิ่มสูงขึ้นไม่ได้เพิ่มมูลค่าทางตลาด การประชุมอาจเป็นไปได้เพื่อหารือ หรือควบคุมปัญหาที่เกิดขึ้น ไม่ได้เป็นการประชุมเชิงรุก จึงไม่ได้มีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการ โดยขัดแย้งกับทฤษฎีตัวแทนที่มองว่า คณะกรรมการตรวจสอบเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นในการกำกับ ดูแล และตรวจสอบการทำงานของผู้บริหาร เพื่อลดความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารกับผู้ถือหุ้น โดยจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบที่เพิ่มขึ้นไม่ได้ส่งผลกระทบต่อมูลค่าของกิจการอย่างมีนัยสำคัญ

ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงลบต่อมูลค่ากิจการ กล่าวคือ ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยิ่งมากเท่าใด จะส่งผลให้มูลค่าของกิจการลดลง จากการรวบรวมข้อมูล พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งอยู่ระหว่าง 1 – 29 ปี ซึ่งข้อมูลมีความหลากหลาย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2553) ได้กำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบควรมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้รับแต่งตั้ง และกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งให้กลับมาดำรงตำแหน่งใหม่ได้ โดยไม่ได้ระบุระยะเวลาสูงสุดไว้ แต่จะขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละบริษัท หากกรรมการตรวจสอบดำรงตำแหน่งหลายวาระติดต่อกันนานเกินไป ความคิดเห็นของกรรมการท่านนั้นอาจคล้อยไปตามฝ่ายบริหาร ทำให้ขาดความเป็นกลาง รวมถึงระบบการบริหารงานแบบดั้งเดิม และเสียโอกาสที่จะเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ ในการบริหารกิจการจากการแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบรายใหม่ ๆ ซึ่งในมุมมองของนักลงทุนอาจมองว่าเป็นการจำกัดโอกาสในการพัฒนาองค์กรให้ทันตามยุคสมัย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang and Krishnan (2005) และ วิวรรณยา รูปสมุทร์ (2550) ที่พบว่า

ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการจัดการ
กำไร

ความรู้ ความชำนาญทางการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์
อย่างมีนัยสำคัญต่อมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก
ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานั้นมีความแตกต่างกันไม่มากนัก กล่าวคือ คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทที่
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเฉลี่ยมีกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ ความชำนาญ
ทางการบัญชีหรือการเงินจำนวน 1 คน ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามข้อเสนอแนะของตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทย เพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทตนได้ชื่อว่าเป็นคณะกรรมการตรวจสอบที่ดี
ทั้งนี้ การกำกับ ควบคุม รวมถึงการตรวจสอบระบบการควบคุมภายในและการจัดการความเสี่ยงที่
เกิดขึ้นขององค์กร กรรมการตรวจสอบไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาด้านบัญชีหรือการเงินโดยตรง ก็
สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเข้าใจระบบการบริหารงานขององค์กรอย่างแท้จริง ซึ่ง
สอดคล้องกับ Carcello et al. (2006) ที่พบว่า ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินไม่ม
ีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อการจัดการกำไร แต่ขัดแย้งกับ Choi et al. (2014) และ
พวงเพ็ชร คุ้มคงไพศาล (2549) ที่พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ ความชำนาญ หรือ
ประสบการณ์ด้านการบัญชีหรือการเงิน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อคุณภาพกำไรและราคาหุ้นของ
บริษัท

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในอนาคตอาจมีการเพิ่มปัจจัยอื่นที่สามารถอธิบายและสะท้อนถึงการต่อต้านการทุจริต
ในองค์กร และคุณสมบัติอื่นของคณะกรรมการตรวจสอบ และตัวชี้วัดมูลค่ากิจการเพิ่มเติม หรืออาจ
ศึกษาในกลุ่มประชากรอื่น รวมถึงศึกษาแยกในแต่ละอุตสาหกรรมด้วย อาจได้ผลที่ชัดเจนมากขึ้น
สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ มีค่า Adjust R Square เพียงร้อยละ 3.4 ซึ่งถือว่าค่อนข้างต่ำ และรูปแบบการ
ต่อต้านการทุจริตในองค์กร ศึกษาโดยพิจารณาจากบริษัทได้แสดงเจตนาสมัครใจเข้าร่วม/ได้รับใบรับรอง
จากโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตหรือไม่ เท่านั้น จึงอาจไม่เป็นตัว
แทนที่ดีในการแสดงให้เห็นถึงการต่อต้านการทุจริตในองค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กรณี ฉวีวานิชยกุล. (2550). *ธุรกรรมนอกงบดุล (Off balance sheet) และผลกระทบต่อรายงานการเงิน*. <http://oknation.nationtv>. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562.
- โครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต. (2553). *แนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต*. <https://www.thai-cac.com>. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2562.
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์. (2555). การทุจริตในภาคธุรกิจไทย. *วารสารวิชาการ ป.ป.ช.* 5(1), 67-86.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2553). *คู่มือคณะกรรมการตรวจสอบ*. <http://www.set.or.th>. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562.
- ทิวาพร พฤทธิประเสริฐ. (2558). *คุณลักษณะของคณะกรรมการและการเข้าร่วมการต่อต้านการทุจริตในองค์กรต่อ ผลการดำเนินงานของบริษัท กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย SET 100*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2553). *ประมวลสาระชุดวิชาการวิจัยหลักสูตรและการเรียนการสอน*. บัณฑิตศึกษา, สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปณิธาน สุจิระชาโต. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับการจัดการกำไรรายไตรมาสผ่านรายการคงค้าง: บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บัณฑิต, สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พวงเพ็ชร คุ้มกันคงไพศาล. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบกับคุณภาพกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บัณฑิต, สาขาวิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภูษณิศ ส่องเจริญ. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการตรวจสอบและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 5(1), 162-172.
- รัชฎาทิพย์ อุปลัมภ์ประชา. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาลกับผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*. 6(1), 12-25.

-
- วรกมล เกษมทรัพย์. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการและผลการดำเนินงานของกิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการเงิน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวรรยา ฐปสมุทธิ์. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของคณะกรรมการตรวจสอบกับการจัดการกำไรในงบไตรมาสของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรียา พันธุ์ณรงค์. (2553). การกำกับดูแลกิจการ: การประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ความล้มเหลวของกิจการ. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร*, 4(2), 118-129.
- สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย. (2561). บจ.เมินเข้าร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน. สืบค้นจาก <https://www.efinancethai.com>. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2553). คณะกรรมการตรวจสอบ. สืบค้นจาก <http://www.cgthailand.org>. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2562.
- ศศิวิมล เกิดมัน. (2557). *ความสัมพันธ์ของการกำกับดูแลกิจการกับผลตอบแทนหลักทรัพย์และมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2552). เปิดมุมมองบรรษัทภิบาลไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 32(124), 1-4.
- อรพรรณ เลิศรุจิวิช. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดี การป้องกันการมีส่วนเกี่ยวข้อง กับคอร์รัปชัน และมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bansal, N. and Sharma, A.K. (2015). Audit Committee, Corporate Governance and Firm Performance: Empirical Evidence from India. *International Journal of Economics and Finance*, 8(3), 103-116.
- Baxter, P. and Cotter, J. (2009). Audit committees and earnings quality. *Accounting and Finance*, 49(1), 267-290.
- Beasley, M., Carcello, J., Hermanson, D. and Lapides, P. (2000). Fraudulent Financial Reporting: Consideration of Industry Traits and Corporate Governance Mechanisms. *Accounting Horizons*, 14(4), 441-454.
- Bedard, J., Chtourou, S.M. and Courteau, L. (2004). The effect of audit committee expertise, independence, and activity of aggressive earnings management. *A Journal of Practice and Theory*, 23(2), 13-35.

- Beekes, W., Brown, P., Chin, G. and Zhang, Q. (2016). *The effects of corporate governance on information disclosure, timeliness and market participants' expectations*. Lancaster University, Lancashire.
- Brick, I., Chidambaran, N.K. (2010). Board meetings, committee structure, and firm value. *Journal of Corporate Finance*, 16(4), 533-553.
- Can, K. and Li, J. (2008). Audit Committee and Firm Value: Evidence on Outside Top Executives as Expert-Independent Directors. *Corporate Governance: An International Review*, 16(1). 16-31.
- Choi, Y. K., Han, S. H. and Lee, S. (2014). Audit Committees, Corporate Governance, and Shareholder Wealth: Evidence from Korea. *Journal of Accounting and Public Policy*, 33(5), 470-489.
- Canyon, M. and Peck, S. (1998). Board Control, Remuneration Committees and Top Management Compensation. *Academy of Management Journal*, 41(2), 146-147.
- Erickson, J., Park, Y. W., Reising, J. and Shin, H. (2005). Board composition and firm value under concentrated ownership: the Canadian evidence. *Pacific-Basin Finance Journal*, 13(4), 387-410.
- Fama, E. F. and Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-25.
- Gendron, Y., Be'dard, J. and Gosselin, M. (2004). Getting Inside the Black Box: A Field Study of Practices in "Effective" Audit Committees. *A Journal of Practice & Theory*, 23(1), 153-171.
- Gompers, P., Ishii, J.L. and Metrick, A. (2003). Corporate governance and equity prices. *Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 107-155.
- Goodwin-Stewart, J. and Kent, P. (2006). Relation between external audit fees, audit committee characteristics and internal audit. *Journal of Accounting and Finance*, 46(3), 387-404.
- Healy, P. and Serafeim, G. (2012). *Causes and Consequences of Firm Disclosures of Anticorruption Efforts*. Harvard Business School, Harvard.
- Hermalin, B.E. and Weisbach, M.S. (1991). *The effects of board composition and direct incentives on firm performance*. Financial Management. 20, 101-112.
- Ke, B., Liu, N. and Tang, S. (2018). *The economic consequences of anti-corruption campaigns: Evidence from China*. Working Paper, 1-51.

- Kosnik, R.D. (1990). Effects of board demography and directors' incentives on corporate greenmail decisions. *Academy of Management Journal*, 33(3), 129-150.
- Yang, J. and Krishnan, J. (2005). Audit Committees and Quarterly Earnings Management. *International Journal of Auditing*, 9(3), 201-219.
- Lin, C., Morck, R., Yeung, B. and Zhao, X. (2018). Anti-Corruption Reforms and Shareholder Valuations: Event Study Evidence China. *NBER Working Paper series*, 1-66.
- Lavin, J.S. (2002). Enron Audit Panel Is Scrutinized for Its Cozy Ties with the Firm. *The Wall Street Journal*.
- Njenga, N.M. (2013). Effect of Fraud Risk Management on Organization Performance: A Case of Deposit-Taking Microfinance Institutions in Kenya. *International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship*, 1(7), 1-17.
- Nam, S. and Nam, I.C., (2004). *Corporate Governance in Asia: Recent Evidence from Indonesia, Republic of Korea, Thailand and Malaysia*. Paper presented at Review of governance in Asia seminar, Tokyo, Japan.
- Qi, B. and Tian, G. (2012). The Impact of Audit Committees' Personal Characteristics on Earnings Management: Evidence Form China. *The Journal of Applied Business Research*, 28(6), 1331-1344.
- Soliman, M. M. and Ragab, A. A. (2014). *Audit Committee Effectiveness, Audit Quality and Earnings Management: An Empirical Study of the Listed Companies in Egypt*. Arab Academy for Sciences & Technology, Arab.
- Stewart, J. and Munro, L. (2007). The Impact of Audit Committee Existence and Audit Committee Meeting Frequency on the External Audit: Perceptions of Australian Auditors. *International Journal of Auditing*. 11, 51-69.
- Yang, J. S. and Krishnan J. (2005). Audit Committees and Quarterly Earnings Management. *International Journal of Auditing*. 9, 201-219.

อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ: กรณีศึกษา หอพักในจังหวัดสงขลา

The Influence of Strategic Management Accounting on Performance Measured by Balance Scorecard: A Case Study of Private Dormitory at Songkhla Province

รุจิราภรณ์ ปัญญาธิง

Rujiraporn Panyaying¹

มัทนชัย สุทธิพันธ์

Muttanachai Suttipun²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขตและระดับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพของธุรกิจหอพักในจังหวัดสงขลา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามสำหรับจากหอพักในจังหวัดสงขลาจำนวน 300 หอพัก การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ใช้ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการทดสอบความสัมพันธ์เชิงพหุผลการศึกษา พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านต้นทุนเฉลี่ย ด้านการตัดสินใจเฉลี่ย ด้านการบัญชีคู่แข่งเฉลี่ย และด้านการบัญชีลูกค้าเฉลี่ยมีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพอย่างมีนัยสำคัญ และยังพบอีกว่าขนาดของหอพัก และอายุของกิจการมีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการวางแผนและควบคุมและผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ

คำสำคัญ: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ หอพักจังหวัดสงขลา

Abstract

The objectives of this research are to study extent and level of strategic management accounting, and to test the influence of strategic management accounting on the balanced performance of dormitory businesses in Songkhla Province. Data collection was done through a questionnaire from 300 dormitories in Songkhla

¹ นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: Rujiraporn2012@gmail.com

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: muttanachai.s@psu.ac.th

province. The data analysis in this study uses descriptive analysis and testing of multiple relationships. The results showed that Strategic Management Accounting for Cost Average decision making of competitor accounting, and in the aspect of the average customer accounts that there is a significant positive effect on the balanced performance and found that the size of the dormitory and the age of the business has a significant relationship with the balanced performance. However the study found no relationship between strategic management accounting in planning and control and balanced performance.

Keywords: Strategic Management Accounting, Balanced Scorecard, Dormitory Songkhla Province

บทนำ

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Accounting) มีความแตกต่างจากการบัญชีบริหารที่นอกจากจะมีการให้ข้อมูลด้านการเงินและบัญชีและรายงานผลให้ฝ่ายบริหารนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนและควบคุมให้ใช้ทรัพยากรที่มีอย่างเกิดประโยชน์ที่สุดแล้วนั้น (จุฑามาน สิทธิผลวนิชกุล, 2553) ก็จะมีการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของกิจการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ง่ายต่อการเข้าใจและทำให้สะดวกต่อการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์และปรับเปลี่ยนวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารกิจการ รวมถึงนำไปวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในเรื่องของการบริหารจัดการที่ช่วยนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติงานจริง โดยอาศัยการกำหนดตัวชี้วัดเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้องค์กรเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยมุ่งเน้นในเรื่องของความสำเร็จขององค์กร (กฤษณี มหาวิรุฬห์, 2547) ซึ่งมีประโยชน์ต่อผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นของกิจการในอนาคต

ในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับหอพักในปี 2563 มีการคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการขยายตัวลดต่ำลง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหารหลังบ้าน กระแสเงินสดส่งผลให้ผู้ประกอบการหอพักต้องปรับตัวและวางแผนด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการวางแผนทางด้านการบริหารการเงินและบัญชี การวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ช่วยให้ผู้ประกอบการรองรับการเปลี่ยนแปลงและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ (ศุภชัยวิชัยธนาการอมสิน, 2563) จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวติดต่อกับประเทศมาเลเซีย โรงงานอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยและโรงเรียนเป็นจำนวนมาก จึงมีธุรกิจหอพักที่มีการเปิดดำเนินกิจการเพื่อรองรับนักศึกษา ผู้ที่เข้ามาทำงานและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในจังหวัดสงขลา ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องประยุกต์การดำเนินงานและการบริหารจัดการโดยนำการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้กับกิจการ โดยการวิเคราะห์ผ่านมุมมองของผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพทั้ง 4 มุมมอง คือ มุมมองด้าน

การเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (พสุ เดชะรินทร์, 2545) ซึ่งใช้เพื่อวัดผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งจะทำให้มีการจัดแบ่งงบประมาณหรือทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ได้ในสถานประกอบการโดยคาดหวังว่าผู้บริหารของธุรกิจหอพักที่มีขนาดกลางและขนาดเล็กอาจจะเห็นความสำคัญที่จะนำการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาประยุกต์ใช้ในการบริหารกิจการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ในปัจจุบันมีการศึกษาวิจัยในเรื่องของการวัดผลการดำเนินงานทั้งในด้านที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินอยู่น้อย อาจจะมีแต่ก็ยังไม่มากนักในประเทศไทย ตัวอย่างเช่น จากการศึกษาของ (Arunruangsirilert, 2016) พบความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานว่าหากผู้บริหารขององค์กรหรือกิจการมีการนำการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาประยุกต์ใช้กับการบริหารงานของกิจการในระดับที่สูงจะส่งผลให้การจัดการขององค์กรจะมีความก้าวหน้าในทุกด้าน ทั้งทางด้านต้นทุน ลูกค้าและพฤติกรรมของบุคลากรภายในองค์กร และการศึกษาของปทีดา ลิมชัยเจริญ (2560) พบความสัมพันธ์ของบริษัทที่ใช้รูปแบบกลยุทธ์เชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มากกว่าบริษัทที่ใช้รูปแบบกลยุทธ์ผู้ปกป้อง และการใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรของบริษัทผลิตอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกต่อการบริหารจัดการขององค์กร สามารถทำให้องค์กรวางแผนต้นทุน ค่าใช้จ่ายได้อย่างแม่นยำ ลดค่าใช้จ่ายในระยะยาวขององค์กรรวมถึงส่งผลต่อผลสำเร็จขององค์กร ดังนั้นหากผู้บริหารหอพักนำข้อมูลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพมาใช้ในการบริหารจัดการหอพัก อาจจะมีผลทำให้กิจการมีการบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพและมีผลการดำเนินงานที่เพิ่มสูงขึ้นได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขอบเขตและระดับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจหอพักในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ธุรกิจหอพักมีการวางแผนการดำเนินกิจการที่เป็นระบบและสามารถนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานจริงส่งผลให้มีผลการดำเนินงานของกิจการมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ยังส่งเสริมความมีส่วนร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จสูงสุด อีกทั้งข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางที่จะทำให้ง่ายต่อการดูแลของหน่วยงานกำกับดูแลกิจการ และเพื่อเป็นการอธิบายถึงอิทธิพลที่มีต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพและเป็นแนวทางสำหรับการยืนยันทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ หมายถึง ข้อมูลทางการบัญชีบริหาร (Managerial Accounting Information) เป็นข้อมูลที่โดยปกติแล้วมักจะถูกจัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเสนอข้อมูลให้แก่ผู้บริหารเพื่อใช้ในการตัดสินใจ โดยต้องคำนึงถึงชนิดและลักษณะของข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต่อความต้องการเพื่อการจัดการตามหน้าที่ทางการบริหารของผู้บริหาร ในระดับต่าง ๆ เท่านั้น จึงทำให้ลักษณะของข้อมูลทางการบัญชี ที่นำเสนอส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่เกิดจากเหตุการณ์ในอดีต ดังนั้นคุณภาพของข้อมูลบัญชีบริหาร คือ ข้อมูลทางบัญชีที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อเวลา มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อการคาดการณ์ในอนาคตและ ช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการภายในองค์กรสำหรับผู้ประกอบการ, การคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์, การจัดทำงบประมาณ, และเป็นข้อมูลสำหรับการตั้งราคาตลอดจน การผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที (กัญธรรมา ดิษฐ์แก้ว, 2558)

ผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ โดย Kaplan & Norton เป็นผู้เสนอแนวคิดนี้ เพื่อช่วยในการประเมินองค์กรและนำเสนอรายงานให้ผู้บริหาร โดยอาศัยมุมมอง (Perspectives) อื่นนอกเหนือจากมุมมองทางการเงิน เพราะจากการศึกษาและสำรวจสาเหตุ Kaplan & Norton พบว่า องค์กรส่วนใหญ่ในอเมริกานิยมใช้แต่ตัวบ่งชี้ทางการเงินเป็นหลัก แต่ภายใต้การแข่งขันในยุคปัจจุบันผู้บริหารเริ่มพบว่า การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จและอยู่รอด ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงนั้น การอาศัยตัวชี้วัดทางการเงินเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2562) เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ (2552) กล่าวว่า การวัดผลเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการถ่ายทอดรายละเอียดการปฏิบัติงาน รวมถึงการติดตามงาน การตรวจสอบความคืบหน้าหรือตรวจสอบงานเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการทำงาน รวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละส่วนงานของธุรกิจ ข้อมูลที่ปรากฏในเครื่องมือการวัดผลเชิงกลยุทธ์เป็นข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ระดับสูงขององค์กร เพื่อนำมาถ่ายทอดในรูปแบบแผนกลยุทธ์ในระดับล่างสุดขององค์กร ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลงาน เป้าหมาย ผลลัพธ์ที่ควรเกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแต่ละระดับชั้น โดยเบญจมาศ อภิสิทธิ์ ได้กล่าวถึงความเชื่อมโยงของการวัดผลเชิงกลยุทธ์เอาไว้ 4 มุมมอง ประกอบด้วย (1) มุมมองด้านการเงิน (2) มุมมองด้านลูกค้า (3) มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน (4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Situational Management Theory) มาจากแนวคิด Fiedler (1967) ได้เสนอแนวความคิดการบริหารเชิงสถานการณ์ไว้ว่าเป็นการบริหารที่ขึ้นอยู่กับสภาพความเป็นจริง ซึ่งการบริหารจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ โดยผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด เพราะจะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจและรูปแบบการบริหารที่เหมาะสมที่สุด โดยจะต้องมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมขององค์กร ซึ่งในการบริหารจัดการธุรกิจ

หอพัก ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในการบริหารงานได้นั้น ผู้บริหารจะต้องมีภาวะผู้นำที่จะใช้ในการวิเคราะห์ว่าจะวางแผนการดำเนินงานอย่างไร จะดูแลหรือบริหารต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายเช่นไร รวมถึงต้องตัดสินใจตามเหตุการณ์ปัจจุบันหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้น ที่มี 3 องค์ประกอบ คือ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม ผู้บริหารควรมีบุคลิกของการเป็นผู้นำ เพื่อให้พนักงานยอมรับ (2) โครงสร้างของงาน ผู้บริหารจะมีอำนาจในการวางแผนและตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานและควบคุมดูแลพนักงานและจัดการค่าใช้จ่าย (3) อำนาจผู้นำ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารของหอพัก ไม่จำเป็นที่จะต้องใช้อำนาจหรืออิทธิพลมาก แต่ผู้บริหารที่ดีควรจะให้ความสำคัญทั้งเรื่องงานและพนักงานไปพร้อมๆ กัน จึงสอดคล้องกับการศึกษาของ Oboh and Ajibolsde (2017) ได้นำทฤษฎีนี้มาใช้อธิบายขอบเขตของการปฏิบัติงานจริงของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อการตัดสินใจ ซึ่งทำให้ทางธนาคารสามารถตัดสินใจในด้านความได้เปรียบในการแข่งขันและส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นโดยส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธนาคารในระยะยาวได้ ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ แสนสุรินทร์ (2559) ที่พบว่า เทคนิคด้านต้นทุน การคิดต้นทุนของสินค้าโดยใช้รวมต้นทุนในการจัดจำหน่ายสินค้าเป็นเทคนิคในการกำหนดราคาขายหรือการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยใช้ข้อมูลด้านต้นทุนต่าง ๆ ของกิจการที่ได้บันทึกไว้เพื่อกำหนดราคาขายสินค้าด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจประกอบกับการพิจารณาราคาของคู่แข่ง เพื่อกำหนดราคาขายแบบยืดหยุ่นตามสถานการณ์ของตลาด ด้วยเหตุนี้จึงสามารถนำมาใช้อธิบายอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจบริการ กรณีศึกษาหอพักในจังหวัดสงขลา เพราะเมื่อผู้บริหารสามารถนำข้อมูลด้านการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการดูแลและบริหารกิจการให้เหมาะสมครอบคลุมทั้งลักษณะและสถานการณ์ของกิจการอย่างมีความเข้าใจ จะทำให้มีผลสะท้อนถึงอิทธิพลระหว่างการบริหารเชิงกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจบริการ ของ เต็มศิริ ไกรลาศ (2560) พบว่า การใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการบริหารต้นทุนมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์และการดำเนินงานเชิงคุณภาพและสมหวัง สีหะ (2557) พบว่า การใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการคำนวณผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วิธีคิดต้นทุน และการวัดมูลค่าต้นทุนโรงงานในจังหวัดขอนแก่น มีผลในเชิงบวกต่อการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านการเงิน รวมถึงรัชนิยา บังเมฆ (2552) พบว่า บริษัทที่ใช้การวัดผลดำเนินงานเชิงคุณภาพ สามารถรับรู้ได้ว่ามีเทคนิคทางการบัญชีบริหารแบบใดที่ควรนำไปใช้และสามารถใช้ได้ผลดีที่สุด โดยเฉพาะการสร้างกำไรสุทธิให้แก่ธุรกิจหอพักในจังหวัดสงขลา ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านต้นทุนและผลการดำเนินงาน จึงสามารถตั้งเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H₁: การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านต้นทุนมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในด้านผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา

จากการศึกษางานวิจัยของสมหวัง สีหะ (2557) พบว่า การนำบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไปใช้ในกิจการ มีผลกระทบต่อความสำเร็จและการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพสามารถนำผลการวัดดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนและควบคุมได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่พบว่าโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดขอนแก่น มีการใช้วิธีงบประมาณระยะสั้น (งบประมาณประจำปี) ทำให้ธุรกิจสามารถวางแผนการดำเนินงาน และควบคุมการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ซึ่งเป็นการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพขององค์กร และกชกร สันตินาราพันธุ์ (2553) พบว่า การนำการบัญชีบริหารด้านการวางแผนและควบคุมไปใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย สามารถช่วยในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของกิจการได้ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนปริมาณกำไรมากที่สุด และสามารถนำไปใช้เพื่อวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ โดยธุรกิจใช้การวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของกิจการ จึงสามารถตั้งเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H₂: การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการวางแผนและควบคุมมีผลกระทบต่อความสำเร็จในด้านการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา

และจากการศึกษางานวิจัยของสมหวัง สีหะ (2557) พบว่า การใช้เทคนิคทางการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการตัดสินใจของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดขอนแก่น มีผลเชิงบวกต่อการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพด้านการเงิน โดยใช้ดัชนีความสามารถในการทำกำไรทำให้ธุรกิจมีข้อมูลทางบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นการวัดความสำเร็จในด้านการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพทางการเงินของกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับสุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนาและคณะ (2555) กล่าวว่า การปฏิบัติทางบัญชีบริหาร หมายถึง การนำเทคนิคทางการบัญชีบริหารมาปฏิบัติเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ โดยมุ่งให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลทั้งเรื่องของการวางแผน การดำเนินการ การควบคุม และการตัดสินใจ ซึ่งเทคนิคและวิธีปฏิบัติที่กล่าวถึง คือ การวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ รวมถึงกชกร สันตินาราพันธุ์ (2553) พบว่า การนำการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการตัดสินใจ ไปใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย มีผลเชิงบวกต่อการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนปริมาณกำไรและจุดคุ้มทุน ซึ่งอ้างอิงจากดัชนีความสามารถในการทำกำไร อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน อัตราส่วนวัดความสามารถในการดำเนินงาน อัตราส่วนโครงสร้างของเงินทุนเพื่อการตัดสินใจในการกำหนดการบริหารงานขององค์กร จึงสามารถตั้งเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H₃: การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบต่อความสำเร็จในด้านการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา

จากการศึกษางานวิจัยของ กนกวรรณ แสนสุรินทร์ (2559) พบว่า การนำเทคนิคบัญชีบริหารด้านบัญชีคู่แข่งโดยการประเมินต้นทุนสินค้าของคู่แข่งและติดตามวิธีการกำหนดราคาของคู่แข่งเสมอ การประเมินส่วนแบ่งตลาดของคู่แข่งเสมอ การประเมินต้นทุนในการบริหารร้านค้าของคู่แข่ง การประเมินยอดขายของคู่แข่งการประเมินกำไรของคู่แข่ง การพิจารณาราคาของคู่แข่ง โดยหากพิจารณา

ด้านการกำหนดราคาขายโดยกลยุทธ์การตั้งราคาอู่แข่งในตลาดที่มีการขายสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการตั้งราคาให้สูงกว่าหรือต่ำกว่าราคาอ้างอิงในท้องตลาดเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งมากที่สุด กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อกำหนดราคาขายแบบยืดหยุ่นตามสถานการณ์ของตลาด หรือนำทฤษฎีสถานการณ์มาใช้ในการกำหนดราคาสินค้า กำหนดต้นทุนของสินค้า ณ ช่วงเวลาดังกล่าว เป็นกลยุทธ์ที่เกื้อหนุนให้กิจการสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการเจาะตลาดได้อย่างชัดเจนทำให้กิจการประเภทนี้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ระยะยาวและยั่งยืน รวมถึงสามารถวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพได้ จึงสามารถตั้งเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H₄: การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านบัญชีคู่แข่งมีผลกระทบต่อความสำเร็จในด้านการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา

จากการศึกษางานวิจัยของ กนกวรรณ แสนสุรินทร์ (2559) พบว่า การนำเทคนิคบัญชีบริหารด้านบัญชีลูกค้าโดยการประเมินความสามารถในการทำกำไรในอนาคตจากลูกค้าประจำ การประเมินความสามารถในการทำกำไรในอนาคตจากลูกค้าในแต่ละกลุ่ม การประเมินความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้าแต่ละราย การประเมินความสามารถในการทำกำไรในอนาคตจากลูกค้าแต่ละราย การประเมินความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้าประจำทำให้กิจการสามารถคาดคะเนกำไรในอนาคตไว้ล่วงหน้าได้รวมถึงการคาดการณ์ในการทำกำไรในอนาคตจากลูกค้าประจำในแต่ละราย และสามารถนำไปวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพได้ จึงสามารถตั้งเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H₅: การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านบัญชีลูกค้ามีผลกระทบต่อความสำเร็จในด้านการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เจ้าของหรือผู้บริหารของธุรกิจหอพักที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดสงขลา ที่ประกอบกิจการหอพักในปี 2562 ซึ่งได้จากการสืบค้นในระบบออนไลน์ จากเว็บไซต์ google, hongpak และ horonline รวมทั้งสิ้นจำนวน 330 แห่ง

การเก็บข้อมูลใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากธุรกิจหอพักในพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอหาดใหญ่ อำเภอรัตนภูมิและอำเภอสิงหนครในจังหวัดสงขลาด้วยตนเอง ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือน มีนาคม 2562 และได้รับคืน จำนวน 300 ฉบับ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผล

การดำเนินงานเชิงคุณภาพ และใช้การวิเคราะห์เชิงอนุมาน เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหาร
เชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา โดยมีสมการดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตร } Y &= a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + \text{error} \\ Y &= a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + \text{error} \\ \text{เมื่อ } Y &= \text{ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ} \\ x_1 &= \text{ด้านต้นทุน} \\ x_2 &= \text{ด้านการวางแผนและควบคุม} \\ x_3 &= \text{ด้านการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์} \\ x_4 &= \text{ด้านบัญชีคู่แข่ง} \\ x_5 &= \text{ด้านบัญชีลูกค้า} \\ x_6 &= \text{ขนาดหอพัก} \\ x_7 &= \text{อายุของกิจการ} \\ \text{error} &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อน} \end{aligned}$$

การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 11 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรตาม 4 ตัวแปร ตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร ตัวแปรควบคุม 2 ตัวแปร

ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ (BSC) ประกอบด้วย (1) มุมมองด้านการเงิน (Financial) (2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer) (3) มุมมองด้านการกระบวนการภายใน (Internal Process) (4) มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth)

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย (1) ด้านการคำนวณต้นทุน (2) ด้านการวางแผนและควบคุม (3) ด้านการตัดสินใจ (4) ด้านการบัญชีคู่แข่ง (5) ด้านการบัญชีลูกค้า

ตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย (1) ขนาดหอพัก (2) ระยะเวลาดำเนินการของหอพัก

ตารางที่ 1

แสดงการวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การวัดค่าตัวแปรในการศึกษา	คำย่อ	การวัดค่า
ตัวแปรตาม		
ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ	Y	Likert Scale จำนวน 5 ระดับ

ตารางที่ 1

แสดงการวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (ต่อ)

การวัดค่าตัวแปรในการศึกษา	คำย่อ	การวัดค่า
ตัวแปรอิสระ		
ด้านการคำนวณต้นทุน	X ₁	Likert Scale จำนวน 5 ระดับ
ด้านการวางแผนและควบคุม	X ₂	Likert Scale จำนวน 5 ระดับ
ด้านการตัดสินใจ	X ₃	Likert Scale จำนวน 5 ระดับ
ด้านการบัญชีคู่แข่ง	X ₄	Likert Scale จำนวน 5 ระดับ
ด้านการบัญชีลูกค้า	X ₅	Likert Scale จำนวน 5 ระดับ
ตัวแปรควบคุม		
ขนาดห้องพัก	X ₆	จำนวนพนักงาน 0 = น้อยกว่า 5 คน 1 = มากกว่า 5 คนขึ้นไป
ระยะเวลาดำเนินการของห้องพัก	X ₇	จำนวนระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ 0 = น้อยกว่า 5 ปี 1 = มากกว่า 5 ปีขึ้นไป

ผลการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากธุรกิจห้องพักในพื้นที่จังหวัดสงขลาตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือน มีนาคม 2563 และได้รับคืน จำนวน 300 ฉบับ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา จะแสดงข้อมูลในรูปแบบความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
ปริมาณระดับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์				
ด้านต้นทุนเฉลี่ย	1.00	5.00	3.4017	0.74083
ด้านการวางแผนและควบคุมเฉลี่ย	1.25	5.00	3.2192	0.76837
ด้านการตัดสินใจเฉลี่ย	1.00	5.00	3.1525	0.75422
ด้านการบัญชีคู่แข่งเฉลี่ย	1.00	5.00	3.3633	0.89175

ตารางที่ 2

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
ด้านการบัญชีลูกค้าเฉลี่ย	1.00	5.00	3.5858	0.88437
ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเฉลี่ย	1.44	5.00	3.2891	0.70508
ตัวแปรควบคุม				
ขนาดของหอพัก (จำนวนพนักงาน)	0	15	2.71	1.923
อายุของกิจการ	1	28	7.4633	4.33335

ทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ดังแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3

แสดงการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇
Y	1	.679**	.744**	.753**	.788**	.807**	.022	.311**
X ₁		1	.709**	.616**	.699**	.640**	.094	.299**
X ₂			1	.826**	.757**	.717**	.049	.273**
X ₃				1	.734**	.717**	-.014	.231**
X ₄					1	.771**	.073	.286**
X ₅						1	.161**	.213**
X ₆							1	-.026
X ₇								1
VIF		2.374	4.229	3.710	3.498	3.037	1.070	1.121

จากตารางที่ 3 ทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ขนาดกิจการ (จำนวนพนักงาน) และอายุของกิจการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับ 0.01 และระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ เมื่อกิจการมีขอบเขตและระดับในการใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการบริหารกิจการมากเท่าใด ก็จะทำให้ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน

ซึ่งผู้บริหารสามารถนำข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในเรื่องของการบริหารจัดการที่ช่วยนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติงานจริง โดยอาศัยการกำหนดตัวชี้วัดเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้องค์กรเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยมุ่งเน้นในเรื่องของความสำเร็จขององค์กร เพราะจะมีประโยชน์กับผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นของกิจการ (กฤษณี มหาวิรุฬห์, 2547) สำหรับการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) และ Tolerance พบว่า ค่า VID ของตัวแปรมีค่าระหว่าง 1.070 – 4.229 ซึ่งมิต้าน้อยกว่า 10 และค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่าระหว่าง .236 - .934 จึงทำให้สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรทุกตัวมีความเป็นอิสระต่อกันและไม่มีปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 4

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงพหุคูณ

ตัวแปร	Model1		Model2	
	B	t(sig)	B	t(sig)
(Constant)	0.480	4.639**	0.543	5.149**
ด้านต้นทุนเฉลี่ย	0.113	2.694**	0.105	2.501*
ด้านการวางแผนและควบคุมเฉลี่ย	0.048	0.884	0.044	0.816
ด้านการตัดสินใจเฉลี่ย	0.188	3.645**	0.171	3.331**
ด้านการบัญชีคู่แข่งเฉลี่ย	0.183	4.285**	0.171	4.045**
ด้านการบัญชีลูกค้าเฉลี่ย	0.296	7.506**	0.319	8.053**
ขนาดของหอพัก (จำนวนพนักงาน)			0.027	2.467*
อายุของกิจการ			-.011	-2.264*
R Square	.753		.763	
Adj. R Square	.749		.757	
F-value (sig)	179.304**		134.033**	

** ระดับความสำคัญที่ 0.01, * ระดับความสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยในโมเดลที่ 1 พบว่าการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ด้านต้นทุนเฉลี่ย ด้านการตัดสินใจเฉลี่ย ด้านการบัญชีคู่แข่งเฉลี่ย ด้านการบัญชีลูกค้าเฉลี่ย มีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความผันแปรอยู่ที่ .753 แต่ผลวิจัยในโมเดลที่ 2 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ด้านต้นทุนเฉลี่ย ด้านการตัดสินใจเฉลี่ย ด้านการบัญชีคู่แข่งเฉลี่ย ด้านการบัญชีลูกค้าเฉลี่ย มีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบอีกว่าการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในด้านต้นทุนเฉลี่ย ขนาดของหอพักและอายุของ

กิจกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงแสดงให้เห็นได้ว่า เมื่อมีการนำขนาดของหอพักและอายุของกิจการมาใช้เป็นตัวแปรควบคุมในการทดสอบผลการวิจัยจะทำให้ค่าความผันแปรเพิ่มสูงขึ้นเป็น .763 นอกจากนี้ยังพบว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการวางแผนและควบคุมเฉลี่ยไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจหอพัก

สรุปและอภิปรายผล

บทสรุปผลการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ และอภิปรายผลการศึกษากับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาขอบเขตและระดับการบริหารเชิงกลยุทธ์ พบว่า ข้อมูลจากธุรกิจหอพักในพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอหาดใหญ่ในจังหวัดสงขลา จากการใช้แบบสอบถามจำนวน 300 ฉบับ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่ ด้านการบัญชีลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5858 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88437 รองลงมาได้แก่ ด้านการคำนวณต้นทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.4017 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74083 ด้านการบัญชีคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.3633 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89175 ด้านการวางแผนและควบคุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.2192 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76837 และด้านการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1525 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75422 ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพเฉลี่ยที่ 3.2891 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7058 สอดคล้องกับ รัชनिया บังเมฆ (2552) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ธุรกิจเทคนิคทางการบัญชีบริหารและการวัดผลการปฏิบัติงานของบริษัทในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า บริษัทที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการบริหารด้านลูกค้าและปรับเปลี่ยนการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าจากการประยุกต์ใช้ดังกล่าวทำให้รับรู้ถึงประโยชน์และผลกระทบที่มีต่อกำไรสุทธิจากการประยุกต์ใช้และการวัดผลการปฏิบัติงานทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงิน จึงสามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจบริการที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งได้แก่หอพักในจังหวัดสงขลาให้ความสำคัญกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการบัญชีลูกค้าในระดับมากที่สุด

ด้านการคำนวณต้นทุน ด้านการวางแผนและควบคุม ด้านการตัดสินใจ ด้านการบัญชีคู่แข่ง ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ เต็มศิริ ไกรลาศ (2560) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการประยุกต์เทคนิคการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย พบว่า การใช้เทคนิคการบัญชีบริหารในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย เทคนิคการบริหารต้นทุน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน การบริหารค่าตอบแทน และการบริหารความเสี่ยงองค์กร ซึ่งเปรียบเสมือนบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการวางแผนและควบคุม ด้านการตัดสินใจ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานและมีความสำคัญในการดำเนินงานของกิจการ จึงสามารถสรุปได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ของธุรกิจบริการ : กรณีศึกษาหอพักในจังหวัดสงขลา ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ด้านการคำนวณต้นทุน ด้านการวางแผนและควบคุม ด้านการตัดสินใจ ด้านการบัญชีคู่แข่ง

2. สรุปผลการศึกษาเพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านต้นทุน การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการวางแผนและควบคุม การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านบัญชีคู่แข่งและการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านบัญชีลูกค้า โดยมากมามีอิทธิพลเชิงบวกและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เป็นการยอมรับสมมติฐาน ยกเว้นตัวแปรอิสระด้านการวางแผนและควบคุม ขนาดหอพักที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เป็นความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สอดคล้องกับ สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนาน และคณะ (2555) ศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของการปฏิบัติทางบัญชีบริหารและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเซรามิกในจังหวัดลำปาง พบว่า ความสำเร็จของการปฏิบัติทางการบัญชีบริหารมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ของวิสาหกิจ และส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จ รวมถึงสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต จึงสามารถนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5

สรุปการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁ : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านต้นทุนมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในด้านผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา	ยอมรับ
H ₂ : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการวางแผนและควบคุมมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในด้านผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา	ปฏิเสธ
H ₃ : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในด้านผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา	ยอมรับ
H ₄ : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านบัญชีคู่แข่งมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในด้านผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา	ยอมรับ
H ₅ : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านบัญชีลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในด้านผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของหอพักในจังหวัดสงขลา	ยอมรับ

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในงานวิจัย

ประชากรของการวิจัย คือ เจ้าของหรือผู้บริหารของธุรกิจหอพักที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดสงขลา ที่ประกอบกิจการหอพักในปี 2562 ซึ่งมีพื้นที่อยู่ในอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่เท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มผู้วิจัยเลือกสุ่มจากภูมิลำเนาของผู้วิจัย

ดังนั้นข้อเสนอแนะงานวิจัย คือ การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ แต่เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรในอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่เท่านั้น ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ส่วนอื่นเพิ่มขึ้น และการศึกษาในครั้งต่อไปไม่ควรศึกษาการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์จากแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุของการบริหารกิจการที่ไม่มีประสิทธิภาพที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น อาจจะมีการเก็บข้อมูลจากสื่ออื่นๆ หรือหาสาเหตุจากการบริหารงานจากการใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กชกร สันตินาราพันธ์. (2553). *การนำบัญชีบริหารไปใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กนกวรรณ แสนสุรินทร์. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคนิคการบัญชีบริหารกับผลการดำเนินงาน:กรณีศึกษาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*. (บัญชีมหาบัณฑิต) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น.
- กฤษณี มหาวีรพท์. (2547). *แนวความคิดการบริหารแบบ Balanced Scorecard*. บทความจากวารสารจดหมายข่าว สป.มท., 16(155), 28 – 33.
- จุฑามน สิทธิผลวนิชกุล. (2553). *วิวัฒนาการของการบัญชีบริหารสู่การเปลี่ยนแปลงในมุมมองสำหรับผู้บริหาร*. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 6(17), 90-97.
- เต็มศิริ ไกรลาศ. (2560). *อิทธิพลของการประยุกต์เทคนิคการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย*. (บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.
- เบญจมาศ อภิสัทธีภิญโญ. (2552). *การวัดผลเชิงคุณภาพ (Balance Scorecard)*. เอกสารภาชีอากร, 54:58.
- ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ. (2559). *การกำกับดูแลกิจการและการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์: ทฤษฎีรากฐานการกำกับดูแลกิจการและการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์: ทฤษฎีรากฐาน*. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 12(35), 34-47.

ปติดา ลิ้มชัยเจริญ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้การบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับความสำเร็จขององค์กร การตรวจสอบเชิงประจักษ์บริษัทผลิตอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 12(1). 61-74.

พสุ เดชะรินทร์. (2562). *กลยุทธ์. สืบค้นจาก*

<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=>

<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B9%8C>

รัชเนีย บังเมฆ. (2552). *ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ธุรกิจเทคนิคทางการบัญชีบริหารและการวัดผลการปฏิบัติงานของบริษัทในจังหวัดเชียงใหม่. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่.*

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2563). *รายงานธุรกิจและอุตสาหกรรมเด่น-เสี่ยง ปี 2563. สืบค้นจาก*

https://www.gsbresearch.or.th/wpcontent/uploads/2020/01/IN_Sunrise_Overall_63_ppt.pdf

สมหวัง สีหะ. (2557). *การใช้เทคนิคทางการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดขอนแก่น. (บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น.*

สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนาน และคณะ. (2555). *ความสำเร็จของการปฏิบัติทางบัญชีบริหารและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเซรามิกในจังหวัดลำปาง. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 1(1): 1-11.*

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2562). *แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับ Balanced Scorecard. ค้นจาก* www.km.moc.go.th

Oboh. S., & Ajibolsde. O., (2017). Strategic management accounting and decision making: A survey of the Nigerian Banks. *Future Business Journal* 3, 119-137.

ผลกระทบของปัจจัยศักยภาพธุรกิจต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ ร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ต

Impact of Business Potential Factors on Financial Performance of Local and Franchise Bakery Shops in Phuket Province

สุคนธา ยุคคุณธ

Sukontha Eukuntorn¹

มัทนชัย สุทธิพันธ์

Muttanachai Suttipun²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของปัจจัยศักยภาพธุรกิจที่ส่งผลต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานทางการเงิน และวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน การตัดสินใจในการลงทุนของธุรกิจเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในเขตจังหวัดภูเก็ต ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามส่งให้ประชากร 135 ร้านค้า และวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาโดยใช้ การวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์แบบความถดถอยเชิงพหุและการวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยศักยภาพธุรกิจที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ การศึกษา ประสบการณ์ทำธุรกิจ การเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และจากการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนและการตัดสินใจในการลงทุนพบว่า มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 22.17-82.46 อัตรากำไรจากการดำเนินงานและอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 16.26-82.43 อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยร้อยละ 9.13-1,690.68 อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 7.53-61.29 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ยอมรับโครงการ 20 ราย เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 112.00-6,464.17 บาท ดัชนีกำไร ยอมรับโครงการ 25 ราย เนื่องจากมีดัชนีกำไร 1.00 เท่า ระยะเวลาคืนทุน กำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ 1 ปี ยอมรับโครงการ 55 ราย เนื่องจากระยะเวลาคืนทุนไม่เกินกว่าที่กำหนด 0.12 - 0.92 ปี

คำสำคัญ: ปัจจัยศักยภาพธุรกิจ ผลการดำเนินงานทางการเงิน ธุรกิจเบเกอรี่ จังหวัดภูเก็ต

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: Sukontha1013@gmail.com

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: muttanachai.s@psu.ac.th

Abstract

The objectives of this research are to test the impact of business potential factors on financial performance, and to analyze the return on investment and investment decisions of local and franchise bakery shops in Phuket Province. Data were collected by questionnaires sending to the population of 135 stores. Descriptive analysis, correlation matrix and multiple regression were used to analyze the data. As the results, business potential factors that positively affect the financial performance of local bakery brands and franchises in Phuket are business experience, being a franchise business, and customer management at the significance level of 0.01. The product variety has a positive relationship with performance at the significance level of 0.05. From the analysis of return on investment and investment decisions, it found gross profit margin as 22.17-82.46 percent, operating profit margin and net profit margin as 16.26-82.43 percent, average return rate per percentage as 9.13-1,690.68, Internal rate of return as 7.53-61.29 percent. Furthermore, net present value accepted 20 projects due to having net present value 112.00-6,464.17 baht. The profit index accepted 25 projects because the profit index is 1.00 times. The payback period in 1 year accepted are 55 projects because the payback period is not more than 0.12 - 0.92 years.

Keywords: Business Potential Factors, Financial Performance, Bakery Business, Phuket Province

บทนำ

ธุรกิจเบเกอรี่เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของยูโรมอนิเตอร์อินเตอร์เนชันแนล (2560) พบว่าปี 2554-2559 ตลาดธุรกิจเบเกอรี่มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.6 ต่อปี ในปี 2559 ตลาดเบเกอรี่ในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 27,758 ล้านบาท เพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา 1,949 ล้านบาทหรือร้อยละ 7.6 และคาดว่าในปี 2564 มูลค่าตลาดธุรกิจเบเกอรี่จะเติบโตถึง 42,245 ล้านบาท สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคเบเกอรี่ของคนไทยที่นิยมบริโภคเบเกอรี่มากขึ้นจากการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการบริโภคตามชาวตะวันตก จากการสำรวจของสถาบันอาหาร (2559) พบว่าคนไทยบริโภคขนมปังโดยเฉลี่ย 2-3 กิโลกรัมต่อปี เทียบกับประเทศรัสเซียและญี่ปุ่นที่มีการบริโภคขนมปังเฉลี่ย 80-90 กิโลกรัมต่อปีและ 10-15 กิโลกรัมต่อปี ตามลำดับ อัตราการบริโภคนั้นต่ำกว่าแสดงให้เห็นโอกาสเติบโตของตลาดในประเทศซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.8-6.5 ต่อปี โดยเฉพาะร้านเบเกอรี่ในชุมชนเมืองพบว่าตลาดมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ต่อปี ล่าสุดจากการรวบรวม

ข้อมูลมูลค่าตลาดของประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2562) พบว่า แม้ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศจะชะลอตัว ในทางกลับกันธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่ที่มีมูลค่าประมาณ 420,000 ล้านบาท มีแนวโน้มการเติบโตกว่าร้อยละ 4-5 ต่อปี ปัจจุบันผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยเข้ามาทำธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันสูงทั้งในด้านราคา โปรโมชัน และการจัดแคมเปญส่งเสริมการขายเพื่อเรียกลูกค้าเข้าร้านอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลการสำรวจของไทยโพสต์ (2562) พบว่าการใช้ชีวิตของคนไทยได้เปลี่ยนไปมีการบริโภคกาแฟ เบเกอรี่และไอศกรีมมากขึ้น ส่งผลให้ร้านกาแฟพรีเมียมและร้านเบรนต์ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

การเข้ามาของผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจเบเกอรี่ส่วนหนึ่งเนื่องจากความไม่ซับซ้อนของการประกอบธุรกิจและใช้เงินลงทุนไม่มากเมื่อเทียบกับการเริ่มธุรกิจประเภทอื่น ต้นทุนในการประกอบธุรกิจประกอบด้วยการลงทุนสำหรับเครื่องมือ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ดังนั้นต้นทุนในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการจะมีความแตกต่างกันไม่มากนักขึ้นอยู่กับสูตรเบเกอรี่และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนค่าตกแต่งสถานที่เป็นอีกกลุ่มค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับเงินลงทุนระยะยาวประเภทอื่น ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้านิยมใช้บริการร้านเบเกอรี่ที่มีความสวยงาม มีบริการที่นั่งและบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต รวมถึงมีบริการที่มีจิตวิทยา ด้านการบริการ ดังนั้นธุรกิจเบเกอรี่ที่มีศักยภาพธุรกิจและสามารถแข่งขันในตลาดได้ต้องมีความพร้อมด้านเงินลงทุน ความเชี่ยวชาญในการทำขนมของผู้ประกอบการหรือลูกจ้าง ทักษะการให้บริการอย่างมืออาชีพ (ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์, 2559) และการจัดร้านมีความสวยงามเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการสำรวจของกนิษฐ์กานต์ พรหมราษฎร์ (2552) พบว่าปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าประทับใจและยินดีกลับมาใช้บริการร้านเบเกอรี่ คือ การสร้างตราสินค้าให้โดดเด่นสามารถจดจำได้เป็นที่รู้จักผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและรักษาคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ มีการตกแต่งร้านและบรรยากาศที่ดี รวมทั้งต้องปรับปรุงแบบสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด

จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายของการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวตะวันตกเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) พบว่าปี 2561 มีนักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดภูเก็ต 14,383,348 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 370,485 คน หรือร้อยละ 2.64 ส่งผลให้มีธุรกิจต่างๆ ในจังหวัดขยายตัวเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ร้านเบเกอรี่เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการเจริญเติบโตอย่างมากโดยเฉพาะในเขตย่านการค้า สามารถแบ่งออกเป็นร้านเบเกอรี่แบรนด์ของคนในท้องถิ่นและร้านเบเกอรี่พรีเมียมไฮสจากจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าในระยะทางประมาณ 1 ตารางกิโลเมตร มีร้านเบเกอรี่ตั้งอยู่จำนวนมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากอัตราผลตอบแทนที่สูงใจ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง เงินลงทุนเริ่มแรกไม่มากและประสบการณ์ด้านการทำเบเกอรี่ของเจ้าของผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม การทำร้านเบรนต์ท้องถิ่นที่เจ้าของเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเองจะมีข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การจัดการฐานข้อมูล ความสัมพันธ์กับลูกค้า และความได้เปรียบเชิงขนาดด้านต้นทุน เมื่อเปรียบเทียบ

กับการเปิดธุรกิจร้านเบเกอรี่แฟรนไชส์ที่มีฐานลูกค้าและความมีชื่อเสียงของแบรนด์ ตลอดจนมีสูตรขนมที่เป็นที่ยอมรับ ผ่านมาตรฐานที่มีสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) รับรองอยู่แล้ว ดังนั้นจากปัจจัยข้างต้นคาดว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภทจะมีศักยภาพธุรกิจ รายได้และผลตอบแทนในการทำธุรกิจที่แตกต่างกันและเป็นประเด็นที่ควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกต่อไป

งานวิจัยในอดีตด้านการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจะมุ่งเน้นไปตามลักษณะจำเพาะของธุรกิจ เช่น คอนกรีตอัดแรง (วศิวัฒน์ วศินสมบัติ, 2559) เค้กกล้วย (ชลธิชา สถิตวงศ์, 2554) ในขณะที่ยังไม่มีการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจเปรียบเทียบการประกอบธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นกับแบรนด์แฟรนไชส์ และไม่มีการศึกษาเชิงพื้นที่ในจังหวัดภูเก็ตซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยศักยภาพธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานทางการของธุรกิจเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในเขตจังหวัดภูเก็ต ข้อมูลที่ได้รับจากการวิเคราะห์ด้านผลตอบแทนทางบัญชีและข้อมูลมิใช่การเงินจะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบในอนาคตในการประกอบธุรกิจ

วัตถุประสงค์

1. ทดสอบผลกระทบของปัจจัยศักยภาพธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในเขตจังหวัดภูเก็ต
2. วิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนและการตัดสินใจในการลงทุนของธุรกิจเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในเขตจังหวัดภูเก็ต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี เพื่อให้ผู้สนใจหรือนักลงทุนทราบถึงปัจจัยศักยภาพทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานทางการเงิน ผลตอบแทนจากการลงทุนและการตัดสินใจในการลงทุนของธุรกิจเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในเขตจังหวัดภูเก็ต และเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่นำมาอธิบายถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค และทฤษฎีการวิเคราะห์การลงทุนในการอธิบายถึงการวัดระดับการตัดสินใจในการลงทุนของธุรกิจที่ผู้สนใจหรือนักลงทุนมีความสนใจ
2. ประโยชน์เชิงการปฏิบัติ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจเริ่มกิจการของผู้ประกอบการใหม่และยังเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในเขตจังหวัดภูเก็ตเดิมทราบถึงปัจจัยศักยภาพทางธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน ผลตอบแทนที่

ได้รับจากการลงทุน รวมถึงข้อมูลทั่วไปต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวันและเวลาส่วนใหญ่ที่ขายดีหรือเมนูต่างๆ ที่ขายดี เป็นต้น เพื่อนำไปพัฒนาประกอบการธุรกิจของตนให้มีผลการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial analysis) การวิเคราะห์ทางการเงินจะแสดงให้เห็น เหตุการณ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นมาแล้วในอดีตและเป็นแนวทางที่จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มทางการเงินในอนาคตของกิจการเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ดังนั้นการวิเคราะห์ทางการเงินจะทำให้กิจการทราบถึง จุดอ่อนและจุดแข็งของกิจการเพื่อใช้ในการวางแผนและควบคุมทางการเงินของกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ (เทิดศักดิ์ ทีวีธีระธรรม, 2558) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือในการคำนวณเพื่อการวิเคราะห์ถึงผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจและประกอบการตัดสินใจในการลงทุน คือ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และ วิเคราะห์การตัดสินใจในการลงทุนของธุรกิจโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์การลงทุนในบัญชีบริหาร คือ อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย อัตราผลตอบแทนภายใน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และระยะเวลาคืนทุน ซึ่งเป็นไปตามงานวิจัยของชลธิชา สถิตวงศ์ (2554)

ปัจจัยศักยภาพธุรกิจ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงทั้งสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ทำให้การรับรู้ข้อมูลและใช้ตัวชี้วัดด้านผลการดำเนินงานทางการเงินเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอสำหรับผู้บริหารในการสร้างความสำเร็จแก่องค์กร รวมทั้งไม่สามารถทำการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ผู้บริหารจำเป็นต้องมีข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินเพื่อสะท้อนความสามารถขององค์กรในด้านที่สำคัญต่อความสำเร็จรวมกับการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางการเงินเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและครอบคลุมทั้งในปัจจุบันและอนาคตเพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนดำเนินงาน (กศน.จังหวัดกำแพงเพชร, 2559) โดยจากการศึกษาของปภพพล เต็มธีรภัก (2555) Hoque, Z (2004) สุวิทย์ อินเขียน (2559) สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง (2559) จิตภาภา แจ่มจันทร์ชนก (2554) กรวิภา ตระการวิจิตร (2560) ดาเรศ รังสีธรรมปัญญา (2559) ณัฐ อมรภิญโญ (2556) ศิริพงษ์ รักใหม่ (2552) สุทธิลักษณ์ ชีพสัตยากร (2553) แสงทิพ โอฬารฤทธิพันธ์ (2557) ฝนทิพย์ ฆารไสว (2554) ศิริประภา นพชัยยา (2558) วรพงษ์ ลาภสถาพร (2558) อัญชลี อัมรานนท์ (2558) และ จุฬาลักษณ์ พูรูณะ (2557) พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างปัจจัยศักยภาพธุรกิจและผลการดำเนินงานทางการเงิน ได้แก่ ปัจจัยขนาดกิจการโดยการเป็นกิจการที่มีขนาดใหญ่กว่าจะมีความได้เปรียบในการกู้เงินมาบริหารกิจการของผู้ประกอบการที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าส่งผลให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่

มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่า ปัจจัยการศึกษาของผู้ประกอบการที่จบการศึกษาตามหลักสูตรการทำอาหารจากสถาบันการศึกษามาโดยตรงจะมีทักษะมีความชำนาญเฉพาะทางในสูตรของการทำอาหาร การเลือกวัตถุดิบและการหาวัตถุดิบทดแทนที่มากกว่าส่งผลต่อต้นทุนที่ต่ำลง ปัจจัยประสบการณ์ทำธุรกิจของผู้ประกอบการโดยผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ทำธุรกิจจะมีความได้เปรียบในการบริหาร การจัดการและการแก้ไขปัญหาได้มากกว่า ปัจจัยแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการซึ่งแหล่งเงินทุนภายใน จะมีสภาพคล่องที่สูงและต้นทุนที่ต่ำกว่าแหล่งเงินทุนจากภายนอก ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ซึ่งการมีเมนูอาหารและเครื่องดื่มให้เลือกหลากหลายจะช่วยเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าและทำให้ร้านค้ามีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น ปัจจัยทำเลที่ตั้งคือร้านค้าที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองจะมีความได้เปรียบของการเดินทางที่จะอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้กว่าการตั้งอยู่นอกเมือง ปัจจัยการเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ซึ่งผู้ประกอบการจะเลือกลงทุนในแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคจึงทำให้มีความได้เปรียบจากการเลือกอุดหนุนหรือเลือกใช้บริการของผู้บริโภค และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ถือเป็นเครื่องมือสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อสร้างหลักประกันในความจงรักภักดีของลูกค้าต่อร้านค้าในระยะยาว จากข้อมูลปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าทุกปัจจัยมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการทั้งสิ้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวถือเป็นข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงินที่สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อโดยในมุมมองของผู้บริโภคนั้นนอกจากเรื่องรสชาติของอาหารที่เป็นสิ่งสำคัญแล้วการได้รับบริการที่ดีและภาพลักษณ์ของร้านค้าล้วนแต่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคทั้งสิ้น งานวิจัยนี้จึงนำผลการดำเนินงานทางการเงินหรือข้อมูลทางการเงินของการทำธุรกิจมาเป็นตัวชี้วัดกับข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงินเพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนดำเนินงาน ส่งเสริมการได้เปรียบทางการแข่งขัน และนำเสนอหลักการที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการ

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารคาดเดากลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด (ราช ศิริวัฒน์, 2562)

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ต โดยเลือกจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 135 ร้านค้า

การเก็บข้อมูล ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในเขตจังหวัดภูเก็ตด้วยตนเองตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2562 จนถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2563 และได้รับคืน จำนวน 100 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 74.07 สำหรับการวัดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวัดค่าตัวแปรของปัจจัยศักยภาพธุรกิจทั้ง 8 ปัจจัย และผลการดำเนินงานทางการเงิน ดังนี้ ปัจจัยขนาดกิจการโดยวัดจากขนาดพื้นที่ของร้าน ปัจจัยการศึกษาวัดจากจบการศึกษาจากสถาบันการศึกษาเกี่ยวกับการทำอาหารหรือไม่ ปัจจัยประสบการณ์ในการทำธุรกิจวัดจากการมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจแล้วหรือไม่ ปัจจัยแหล่งเงินทุนวัดจากการเงินลงทุนที่ใช้เป็นของตนเองหรือเงินกู้ ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์วัดจากจำนวนเมนูที่ทางร้านมีจำหน่าย ปัจจัยทำเลที่ตั้งธุรกิจวัดจากที่ตั้งของร้านอยู่ในอำเภอเมืองหรือไม่ ปัจจัยการเป็นธุรกิจแฟรนไชส์วัดจากธุรกิจได้เป็นแฟรนไชส์หรือไม่ โดยทั้ง 7 ปัจจัย ข้างต้นจะวัดค่าด้วยตัวแปรหุ่น ส่วนปัจจัยการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์จะวัดค่าด้วยคะแนนที่ได้รับจากแบบสอบถาม และการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินจะนำข้อมูลรายได้ ต้นทุนการผลิต ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมาคำนวณหาอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยนำผลที่ได้ทั้งหมดมาเฉลี่ยหาค่าผลการดำเนินงานของธุรกิจ พร้อมทั้งนำไปคำนวณหาอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย อัตราผลตอบแทนภายใน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ดัชนีกำไร และระยะเวลาคืนทุนเพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจในการลงทุน

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะใช้สถิติค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ส่วนการวิเคราะห์ทางการเงินสถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาผลการดำเนินงานทางการเงินและวิเคราะห์การตัดสินใจในการลงทุนธุรกิจเบเกอรี่ในเขตจังหวัดภูเก็ต พบว่า

1. ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ขนาดย่อม มีรายได้ต่อปี 202,800.00-2,232,000.00 บาท ต้นทุนการผลิตต่อปี 240,999.96-1,171,200.00 บาท อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 22.17-60.53 อัตรากำไรจากการดำเนินงานและอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 35.79 - 55.30 อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยยอมรับโครงการ 30 ราย เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยร้อยละ 71.64-806.26 และปฏิเสธโครงการ 5 ราย เนื่องจากการดำเนินกิจการมีผลขาดทุน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการร้อยละ 35.13-47.07 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ยอมรับโครงการ 5 ราย เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

153.02–1,942.08 บาท ไม่ยอมรับโครงการ 10 ราย เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบ 5 ราย และกิจการมีผลขาดทุนอีก 5 ราย และมีโครงการ 20 ราย ที่ไม่สามารถคำนวณได้ ดัชนีกำไร ยอมรับโครงการ 10 ราย เนื่องจากมีดัชนีกำไร 1.00 เท่า ระยะเวลาคืนทุน กำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ 1 ปี ยอมรับโครงการ 15 ราย เนื่องจากระยะเวลาคืนทุนไม่เกินกว่าที่กำหนด 0.24-0.74 ปี ปฏิเสธโครงการ 15 ราย เนื่องจากระยะเวลาคืนทุนเกินกว่าที่กำหนด 1.26-2.57 ปฏิเสธโครงการ 5 ราย เนื่องจากการดำเนินกิจการมีผลขาดทุน และในส่วนของข้อมูลทั่วไปมีลักษณะการดำเนินการแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ดำเนินการมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป มีการเปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 06.00-19.00 น. ช่วงเวลาที่ขายดี คือ 10.30 น. วันที่ขายดี คือ วันเสาร์-อาทิตย์ มีหน้าร้านและรับสั่งทำในการจำหน่ายเบเกอรี่ โดยประเภทของเบเกอรี่ที่ขายดี ได้แก่ ขนมปัง เค้ก คุกกี้ ครั้วซ้อง พาย พิซซ่า

2. ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ขนาดกลาง มีรายได้ต่อปี 360,000.00-2,964,000.00 บาท ต้นทุนการผลิตต่อปี 350,200.08-1,570,590.00 บาท อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 29.21 - 66.54 อัตรากำไรจากการดำเนินงานและอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 21.43-49.42 อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยยอมรับโครงการ 35 ราย เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยร้อยละ 50.28-1,690.68 และปฏิเสธโครงการ 5 ราย เนื่องจากการดำเนินกิจการมีผลขาดทุน อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 19.04-61.29 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ยอมรับโครงการ 10 ราย เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 112.00-682.87 บาท ไม่ยอมรับโครงการ 5 ราย เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบ และมีโครงการ 25 ราย ที่ไม่สามารถคำนวณได้ ดัชนีกำไร มียอมรับโครงการ 10 ราย เนื่องจากมีดัชนีกำไร 1.00 เท่า ระยะเวลาคืนทุน กำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ 1 ปี มียอมรับโครงการ 25 ราย เนื่องจากระยะเวลาคืนทุนไม่เกินกว่าที่กำหนด 0.12-0.40 ปี และปฏิเสธโครงการ 10 ราย เนื่องจากระยะเวลาคืนทุนเกินกว่าที่กำหนด 5 ราย และมีผลขาดทุนอีก 5 ราย ในส่วนของข้อมูลทั่วไปมีลักษณะการดำเนินการแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ดำเนินการมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป มีการเปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 07.00-19.00 น. ช่วงเวลาที่ขายดี คือ 16.00 น. วันที่ขายดี คือ วันจันทร์ มีหน้าร้านและรับสั่งทำในการจำหน่ายเบเกอรี่ โดยประเภทของเบเกอรี่ที่ขายดี ได้แก่ ขนมปัง เค้ก คุกกี้ ครั้วซ้อง พิซซ่า

3. ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แฟรนไชส์ มีจำนวน 25 ราย มีรายได้ต่อปี 216,000.00-7,230,000.00 บาท ต้นทุนการผลิตต่อปี 101,600.04-1,268,400.00 บาท อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 36.21-82.46 อัตรากำไรจากการดำเนินงานร้อยละ 16.26-82.43 อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย มียอมรับโครงการ 20 ราย เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยร้อยละ 9.13-450.49 และปฏิเสธโครงการ 5 ราย เนื่องจากการดำเนินกิจการมีผลขาดทุน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการร้อยละ 7.53-60.22 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ยอมรับโครงการ 5 ราย เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 522.13-6,464.17 บาท และมีโครงการ 20 ราย ที่ไม่สามารถคำนวณได้ ดัชนีกำไร มียอมรับโครงการ 5 ราย เนื่องจากมีดัชนีกำไร 1.00 เท่า ระยะเวลาคืนทุน ในงานวิจัยได้กำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ 1 ปี มียอมรับโครงการ 10 ราย เนื่องจากระยะเวลาคืนทุนไม่เกินกว่าที่กำหนด 0.44-0.92 ปี และปฏิเสธโครงการ 15 ราย เนื่องจาก

ระยะเวลาคืนทุนเกินกว่าที่กำหนด 2.04-19.24 ปี และในส่วนข้อมูลทั่วไปมีลักษณะการดำเนินการแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ดำเนินการมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป มีการเปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-20.00 น. ช่วงเวลาที่ขายดี คือ 8.00 น. วันที่ขายดี คือ วันเสาร์ - อาทิตย์ ขนมปัง มีหน้าร้านและรับสั่งทำในการจำหน่ายเบเกอรี่ โดยประเภทของเบเกอรี่ที่ขายดี ได้แก่ ขนมปัง เค้ก คุกกี้ ครัวซอง พาย

ตารางที่ 1

การวัดผลการดำเนินงานทางการเงินและวิเคราะห์การตัดสินใจในการลงทุน

วัดผลการดำเนินงานทางการเงินและวิเคราะห์การตัดสินใจในการลงทุน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ธุรกิจเบเกอรี่ขนาดย่อย				
อัตรากำไรขั้นต้น	22.17	60.53	48.11	12.14
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	35.79	55.30	38.04	16.85
อัตรากำไรสุทธิ	35.79	55.30	38.04	16.85
อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น	0.00	0.01	0.00	0.00
อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย	71.64	806.26	226.10	255.47
อัตราผลตอบแทนภายใน	35.13	47.07	11.74	19.11
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	153.02	1,942.08	496.25	803.83
ดัชนีกำไร	0.00	1.00	0.29	0.46
ระยะเวลาคืนทุน	0.24	2.57	1.15	0.98
ธุรกิจเบเกอรี่ขนาดกลาง				
อัตรากำไรขั้นต้น	29.21	66.54	48.12	10.69
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	21.43	49.42	35.28	15.55
อัตรากำไรสุทธิ	21.43	49.42	35.28	15.55
อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น	0.00	0.04	0.01	0.01
อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย	50.28	1,690.68	532.83	543.95
อัตราผลตอบแทนภายใน	19.04	61.29	10.04	20.61
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	112.00	682.87	99.36	226.42
ดัชนีกำไร	0.00	1.00	0.25	0.44
ระยะเวลาคืนทุน	0.12	3.27	0.73	1.01
ธุรกิจเบเกอรี่แฟรนไชส์				
อัตรากำไรขั้นต้น	36.21	82.46	56.88	16.95
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	16.26	82.43	51.33	23.67
อัตรากำไรสุทธิ	16.26	82.43	51.33	23.67
อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น	0.00	0.34	0.08	0.13
อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย	9.13	450.49	153.77	163.71
อัตราผลตอบแทนภายใน	0.00	7.53	1.51	3.07
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	522.13	6,464.17	1,292.83	2,638.99
ดัชนีกำไร	0.00	1.00	0.20	0.41
ระยะเวลาคืนทุน	0.44	19.24	5.13	7.26

จากการศึกษาผลกระทบของปัจจัยศักยภาพธุรกิจและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่าง -0.192 ถึง 0.097 โดยขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจมากที่สุด $r = 0.097$ เมื่อตรวจสอบ Multicollinearity ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.34 ถึง 3.62 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 จึงแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์เป็นตัวแปรเดียวกันไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity และสามารถนำไปวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ซึ่งมีสมการดังนี้

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + \text{error}$$

โดยที่ Y	หมายถึง ผลการดำเนินงานทางการเงิน
X ₁	หมายถึง ขนาดกิจการ (0 = ขนาดย่อม, 1 = ขนาดกลางและแฟรนไชส์)
X ₂	หมายถึง การศึกษา (0 = อื่นๆ, 1 = จบการศึกษาเกี่ยวกับคหกรรม)
X ₃	หมายถึง ประสบการณ์ทำธุรกิจ (0 = ไม่มี, 1 = มี)
X ₄	หมายถึง แหล่งเงินทุน (0 = เงินกู้, 1 = เป็นของตนเอง)
X ₅	หมายถึง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (0 = ไม่มี, 1 = มี)
X ₆	หมายถึง ทำเลที่ตั้ง (0 = นอกอำเภอเมือง, 1 = ในอำเภอเมือง)
X ₇	หมายถึง การเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ (0 = ไม่เป็น, 1 = เป็น)
X ₈	หมายถึง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (วัดตามคะแนนจริงที่ได้)
error	หมายถึง ค่าความคาดเคลื่อน

ตารางที่ 2

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model)

Model	t	sig.
(Constant)	-3.065	.003
ขนาดกิจการ	1.917	.058
การศึกษา	3.072	.003**
ประสบการณ์ทำธุรกิจ	9.027	.000**
แหล่งเงินทุน	1.263	.210
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	2.451	.016*
ทำเลที่ตั้ง	-1.599	.113
การเป็นธุรกิจแฟรนไชส์	6.804	.000**
การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	6.537	.000**
R square		.906
Adjusted R Square		.897
F-Value (sig.)		109.305(.000**)

หมายเหตุ: **ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 *ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบของปัจจัยศักยภาพธุรกิจที่มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ การศึกษา ประสบการณ์ทำธุรกิจ การเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ และการบริหารลูกค้ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ส่วนความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และขนาดกิจการ แหล่งเงินทุน ท่าเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงาน

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้พบว่า ผลกระทบของปัจจัยศักยภาพธุรกิจที่มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ตมี 5 ปัจจัย ได้แก่

1. การศึกษา กล่าวคือ เมื่อจบการศึกษาเกี่ยวกับการทำอาหารจะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตาภา แจ่มจันทร์ชนก (2554) กรวิกา ตรีการวิจิตร (2560) และดาเรศ รังสีธรรมปัญญา (2559) เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับการทำอาหารมาโดยตรงจากสถาบันการศึกษาจะทำให้ผู้ประกอบการมีทักษะ ความรู้เฉพาะทาง มีความคิดที่โดดเด่นกว่าและยังมีความเชี่ยวชาญในการเลือกวัตถุดิบและการหาวัตถุดิบทดแทน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กิจการมีกำไร

2. ประสบการณ์ทำธุรกิจ กล่าวคือ เมื่อมีประสบการณ์ทำธุรกิจจะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตาภา แจ่มจันทร์ชนก (2554) และณัฐ อมรภิญโญ (2556) เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจจะมีการวางแผนกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่ดีกว่า มีสังคมที่กว้างขวางการขอคำปรึกษาหรือคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนธุรกิจและวางแผนการเงินจึงไม่ใช่เรื่องยาก ทำให้ธุรกิจเกิดข้อผิดพลาดน้อยลง ทั้งประสบการณ์ยังสามารถช่วยในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและทันท่วงทีต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น สอดรับกับทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ เมื่อมีประสบการณ์ทำธุรกิจจะทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจในพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น จึงส่งผลให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่าการที่ผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

3. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ เมื่อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเลือกมากจะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนายสุวิทย์ อินเขียน (2559) และแสงทิพ โอหารฤทธิพันธ์ (2557) เนื่องจากการมีเมนูอาหารและเครื่องดื่มให้เลือกหลากหลายจะช่วยเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าและทำให้ร้านมีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น

4. การเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ กล่าวคือ เมื่อเป็นธุรกิจแฟรนไชส์จะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจดีกว่าการเป็นแบรนด์ท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศิริประภา นพชัยยา (2558) วรพงษ์ ลากสถาพร (2558) และอัญชลี อัมรานนท์ (2558) เนื่องจากผู้ประกอบการจะเลือกลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว จึงทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการก่อสร้างธุรกิจ

ใหม่ ยิ่งถ้าเป็นแฟรนไชส์ที่รู้จักของผู้บริโภคแล้วจะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการซึ่งกิจการไม่จำเป็นต้องเสียค่าโฆษณาใดๆ ยังสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ จะเลือกซื้อหรือใช้บริการในแบรนด์ที่ตนรู้จักและคุ้นเคย เพราะมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานไม่ว่าจะเป็นรสชาติที่สม่ำเสมอในแต่ละครั้งหรือว่าราคาที่ได้กำหนดเป็นมาตรฐานเดียวกัน ยังรวมถึงคุณภาพและความสะอาดที่ผ่านมาตรฐานสากลจนเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ

5. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุวิทย์ อินเขียน (2559) จุฬาลักษณ์ พูรูโนะ (2557) และสว่างพงษ์ แซ่จิ่ง (2559) เนื่องจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นเครื่องมือการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อสร้างหลักประกันในความจงรักภักดีของลูกค้าในระยะยาว การบริหารความสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จจึงนำมาซึ่งผลกำไรในระยะยาวถือได้ว่าเป็นเป้าหมายสำคัญของการตลาดที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ว่า การทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญเพราะจะทำให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคและกลับมาบริโภคหรือซื้อซ้ำอีก หลักการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคนั้นจึงมีผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

ในส่วนของปัจจัยศักยภาพธุรกิจที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจร้านเบเกอรี่แบรนด์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ในจังหวัดภูเก็ตมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยขนาดของกิจการ เช่นเดียวกับปัจจัยแหล่งเงินทุนที่ เนื่องจากกิจการร้านค้าไม่ว่าจะมีขนาดกิจการอย่างไรหรือมีแหล่งเงินทุนจากไหน หากสามารถทำให้เกิดความโดดเด่นเป็นที่นิยมในการบริโภคได้นั้น จะนำมาซึ่งกระแสนิยมของผู้บริโภคที่มีความต้องการในการบริโภคไปเอง ส่งผลต่อผลการดำเนินงานและสภาพคล่องของกิจการที่มีเงินทุนหมุนเวียนภายในที่ดี และสำหรับปัจจัยทำเลที่ตั้ง ที่พบว่าไม่มีความสัมพันธ์นั้น เนื่องจาก จังหวัดภูเก็ตมีพื้นที่ของจังหวัดขนาดเล็กที่สามารถเดินทางได้ทั่วถึงโดยใช้ระยะเวลาไม่นาน แสดงให้เห็นว่าไม่ว่าร้านค้าจะมีทำเลที่ตั้งอยู่ที่ใดการเดินทางจึงไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อผู้บริโภค อีกทั้งจังหวัดภูเก็ตไม่ว่าจะในอำเภอเมืองหรือนอกอำเภอเมืองก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญตั้งอยู่ทุกพื้นที่จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวอยู่ทั่วจังหวัด ทำเลที่ตั้งจึงไม่มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน

จากการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนและการตัดสินใจในการลงทุนในภาพรวม พบว่า อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 22.17-82.46 อัตรากำไรจากการดำเนินงานและอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 16.26-82.43 อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยร้อยละ 9.13-1,690.68 อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 7.53-61.29 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ยอมรับโครงการ 20 ราย เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 112.00-6,464.17 บาท ดัชนีกำไร ยอมรับโครงการ 25 ราย เนื่องจากมีดัชนีกำไร 1.00 เท่า ระยะเวลาคืนทุน กำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ 1 ปี ยอมรับโครงการ 55 ราย เนื่องจากระยะเวลาคืนทุนไม่เกินกว่าที่กำหนด 0.12-0.92 ปี

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการประกอบการทำธุรกิจเบเกอรี่ ดังนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการศึกษาเรียนรู้ในการทำเบเกอรี่ ประสบการณ์ ความหลากหลาย ในผลิตภัณฑ์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และควรเลือกลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียง ส่วนการลงทุน และผลตอบแทนควรเตรียมเงินลงทุนโดยประมาณ 91,200 บาท และหากต้องการได้รับผลตอบแทนที่สูงสุดของผลวิจัยครั้งนี้ กิจการควรมีความสามารถในการทำกำไรให้ได้ปีละ 770,949.96 บาท ส่วนการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างประชากร เพื่อให้ข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น และควรให้มีตัวชี้วัดปัจจัยศักยภาพธุรกิจรวมถึงตัวชี้วัดด้านผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น และเพื่อทราบแนวโน้มหรือผลประโยชน์เชิงประจักษ์ในระยะยาวของปัจจัยศักยภาพธุรกิจ การวิจัยแบบระยะยาวอาจเพิ่มช่วงเวลาเป็น 5 ปี จะช่วยเพิ่มการวัดปัจจัยศักยภาพธุรกิจได้อย่างแม่นยำขึ้น ทำให้การเปรียบเทียบชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนิษฐ์กานต์ พรหมราชฤทธิ์. (2552). กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับธุรกิจเบเกอรี่. *สุทธิปริทัศน์*, 58-75.
- กรวิกา ตระการวิจิตร. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟแมวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*(วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชามหาบัณฑิตคณะการบัญชี). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต*. สืบค้น 17 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.mots.go.th>
- กศน.จังหวัดกำแพงเพชร. (2559). *ศักยภาพธุรกิจ*. สืบค้น 12 กันยายน 2562, จาก <http://lkbfnfe-op31003.blogspot.com>
- จิตาภา แจ่มจันทร์ชนก. (2554). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าปลีกเสื้อผ้าผู้หญิงในตลาดนัดจตุจักร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จุฬาลักษณ์ พูรูโนะ. (2557). ปัจจัยเหตุที่มีผลต่อความสามารถการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพของธุรกิจเสริมความงาม. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*. 4(2), 13-24.
- ชลธิชา สถิตวงศ์. (2554). *ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำเค้กไล่ไสสีทองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนห้วยกานเบเกอรี่ ตำบลบ้านโฮ้ง อำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐ อมรภิญโญ. (2556). รูปแบบการประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการรายย่อยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประเทศไทย. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 57-66.
- ดาเรศ รังสีธรรมปัญญา. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการกาแฟแมว*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชามหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เทิดศักดิ์ ทวีธีระธรรม. (2558). *การวิเคราะห์ทางการเงิน*. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.set.or.th>

- ไทยโพสต์. (2562). *การกลับมาอีกครั้งอย่างยิ่งใหญ่ งาน Thailand Coffee Bakery & Ice-cream 2019*. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.ryt9.com>
- ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์. (2559). *หลักการบริหารธุรกิจ*. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2562, จาก [http:// thaismescenter.com](http://thaismescenter.com)
- ภพพล เต็มธีรกิจ. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษา อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาตรี บัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). *การตลาด*. สืบค้น 10 กันยายน 2562, จาก <https://www.prachachat.net>
- ผนทิพย์ ชวโรไสว. (2554). *การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือของไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ยูโรมอนิเตอร์อินเตอร์เนชันแนล. (2560). *ตลาดธุรกิจเบเกอรี่*. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2562, จาก <https://thestandard.com>
- ราช ศิริวัฒน์. (2562). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค*. สืบค้น 16 กรกฎาคม 2562, จาก <https://doctemple.wordpress.com>
- วรพงษ์ ลาภสถาพร. (2558). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารแฟรนไชส์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*. 41-52.
- วศิวัฒน์ วศิสมบัติ. (2559). *การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตอัดแรง จังหวัดนครปฐม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริประภา นพชัยยา. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญา บัณฑิตมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริพงศ์ รักใหม่. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร: กรณีศึกษาผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารในเขตประเวศและพระโขนง กรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 3(1), 1-24.
- สถาบันอาหาร. (2559). *แนวโน้มอุตสาหกรรมเบเกอรี่ไทย*. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2562, จาก <http://fic.nfi.or.th>
- สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง. (2559). *ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารไทย ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวจังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุทธิลักษณ์ ชีพสัตยากร. 2553. *แผนธุรกิจ โดนีส เบเกอรี่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุวิทย์ อินเขียน. (2559). *กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

แสงทิพ โอบารุทธีนนท์. (2557). *แผนธุรกิจจำหน่ายสบู่สมุนไพร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อัญชลี อัมรานนท์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์เครื่องดื่มและไอศกรีม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Hoque, Z. (2004). Linking environmental uncertainty to non-financial performance measures and performance: a research note. *The British Accounting Review*. 37, 471-481.

การควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Cost Control of the Construction Contractors in Hatyai District, Songkhla Province

กนกวรรณ บิลอาหวัง Kanokwan Binarvang¹

กุลวดี ลิ้มอุสันโน Kulwadee Limusanno²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และเพื่อทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 255 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการทดสอบความสัมพันธ์เชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง คือ ขนาดของกิจการ และประสบการณ์ในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม การศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจการ มูลค่างานปีที่ผ่านมา ผลการดำเนินงานและการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: การควบคุมต้นทุน ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ลักษณะองค์กร

Abstract

The objectives of study are to investigate the cost control model of construction contractors in Hatyai District at Songkhla Province, and to test for factors influencing level of cost control of construction contractors. The sample study included 255 construction contractor firms based in the Hat Yai District, Songkhla Province. Using questionnaire, descriptive analysis and multiple regression are used to analyze the data. Study results

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kanokwan.bin@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kulwadee.l@psu.ac.th

found the size of business and experience of business influencing cost control of construction contractors. As a result, there is no relationship among business type, work type, performance and cost control of construction contractors.

Keywords: Cost Control, Construction Contractors, Organization Characteristic

บทนำ

อุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศ โดยธุรกิจรับเหมาก่อสร้างเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมและให้ความสนใจแก่นักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการลงทุนทำธุรกิจก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น งานรับเหมาก่อสร้างเป็นงานที่หลายๆ ฝ่ายต้องทำงานร่วมกัน ซึ่งผู้รับเหมาก่อสร้างจะต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน ทั้งบริหารคน บริหารเวลา เลือกว่าวัสดุก่อสร้าง ควบคุมงานที่หน้างาน ประสานงานกับเจ้าของโครงการ และบริหารต้นทุนก่อสร้างโดยจะมีการประเมินต้นทุนค่าแรงงานและค่าวัสดุไว้ล่วงหน้า ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจก่อสร้างมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง อีกทั้งยังมีราคาค่าวัสดุก่อสร้างและค่าแรงงานที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการทางด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ การดำเนินงานในธุรกิจก่อสร้างมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ผลการดำเนินงานนั้นก่ออรรถประโยชน์สูงสุดแก่เจ้าของงาน และสร้างผลกำไรสูงสุดแก่ผู้ประกอบการโดยลดต้นทุนให้ต่ำที่สุด (ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา, 2555) ซึ่งจุดประสงค์หลักของธุรกิจก่อสร้างก็คือ ต้องทำงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา โดยมีต้นทุนในการดำเนินโครงการอยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้กำหนดเอาไว้ ดังนั้นถ้าเรือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพิจารณาความสำเร็จของโครงการนอกเหนือจากผลงานที่แล้วเสร็จ โดยในธุรกิจก่อสร้างทั่วไปที่มีการใช้ระบบบัญชีในการควบคุมค่าใช้จ่ายจะไม่มีภาระบูรยายละเอียดค่าใช้จ่ายของงานต่างๆ ในแต่ละงาน ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายค่าแรงงาน ค่าวัสดุ ค่าเครื่องมือเครื่องจักร ค่าผู้รับเหมาช่วง และค่าบริหารจัดการที่เกิดขึ้นจริงเท่าใด ดังนั้นเมื่อพบว่ามีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงเกินงบประมาณที่กำหนดไว้ ซึ่งไม่สามารถระบุให้เห็นอย่างชัดเจนว่าจุดไหนของงานที่มีปัญหาและต้องการดำเนินแก้ไขในเวลาอันรวดเร็วได้ แต่ต้องใช้เวลาในการสืบหาสาเหตุและเมื่อทราบถึงจุดที่เกิดปัญหาแล้วก็อาจจะไม่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ทันเวลา เพราะงานในจุดนั้นได้ทำเสร็จ หรืออาจจะสืบหาสาเหตุมาผิดๆ ทำให้ไปแก้ไขปัญหาไม่ตรงจุด เป็นการสูญเสียทั้งเวลา และค่าใช้จ่ายไปโดยเปล่าประโยชน์ (อัมภิกา ศรีบุญเรือง, 2559)

หากธุรกิจก่อสร้างขาดการบริหารจัดการและวางแผน ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริงเป็นปัญหาที่สำคัญต่อธุรกิจในการวางแผนและตัดสินใจที่จะดำเนินงาน ซึ่งจะไม่สามารถทราบว่ต้นทุนด้านไหนเกิดค่าใช้จ่ายมากที่สุด และสามารถลดต้นทุนด้านไหนได้บ้าง หรือควรที่จะตั้งค่าบริการเท่าไร หากมีลูกค้าขอลดค่าบริการ จะสามารถลดให้ได้มากที่สุดเท่าไร และควรจะทำงานเองหรือควร

จ้างบริษัทภายนอกจึงจะมีต้นทุนต่ำกว่า หากมีข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้องของกิจกรรมและข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจสามารถทำได้ด้วยการพัฒนาระบบต้นทุนกิจกรรม (Activity-based Costing) ซึ่งการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ทำให้การควบคุมต้นทุนเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา, 2555)

ผู้วิจัยเห็นว่าหากผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างขาดการบริหารจัดการและวางแผนในการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง จากแนวทางและปัญหาดังกล่าว จึงได้ศึกษาเกี่ยวกับการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาจะทำให้ได้ข้อมูลด้านการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง อันจะเป็นแนวทางในการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นอกจากนี้การปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยอาศัยการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง ทำให้ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยมีต้นทุนต่ำ มีบริการที่รวดเร็ว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการทั่วไปอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และเป็นประโยชน์ต่อการประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการควบคุมต้นทุนของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุง เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการในการควบคุมต้นทุนของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
2. เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในการบริหารต้นทุน

การทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory) ของ Fiedler (1967) อธิบายถึงแนวความคิดการบริหารเชิงสถานการณ์ ถือเป็นทฤษฎีการบริหารที่ขึ้นอยู่กับสภาพข้อเท็จจริงด้วยแนวคิดที่ว่าทางเลือกทางออกที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาทางการบริหารถือว่า ไม่มีวิธีใดที่ดีที่สุด หากแต่สถานการณ์นั้นจะเป็นตัวกำหนดว่าควรจะใช้การบริหารแบบใดในสถานการณ์เช่นนั้น ถือว่าการบริหารจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ซึ่งสถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจ และรูปแบบการบริหารที่เหมาะสม และผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด มุ่งเน้นความสัมพันธ์

ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมขององค์กร ผู้นำควรพิจารณาความแตกต่างระหว่างบุคคล ระเบียบกฎเกณฑ์วิธีการ กระบวนการและการควบคุมงาน ความแตกต่างระหว่าง ความสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กร หรือความแตกต่างระหว่างเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กร (ปัญญา ศรีชนาพันธ์, 2555)

ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์มีความเกี่ยวข้องกับการควบคุมต้นทุน เนื่องจากทุกองค์กรย่อมมีเป้าหมายในการดำเนินกิจการให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ โดยต้องเน้นการควบคุมต้นทุนให้ประหยัดที่สุด เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานสูงสุด ซึ่งการควบคุมต้นทุนขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของแต่ละองค์กร โดยแต่ละองค์กรมีวิธีการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน โดยการควบคุมต้นทุนจะต้องดูแนวทางในการบริหารจัดการของผู้บริหาร และการกำหนดโครงสร้างองค์กรให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ โดยต้องเน้นการแก้ปัญหาและตัดสินใจอย่างเฉียบขาดในสถานการณ์นั้นๆ ในขณะที่ Preston และ Karahanna (2009) ศึกษาตัวแปรก่อนเกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์ระบบข้อมูลพบว่า ตัวแปรผู้บริหารสูงสุดเป็นปัจจัยสำคัญในบทบาทการตัดสินใจเกี่ยวกับข้อมูลที่ใช้ภายในองค์กร สอดคล้องกับ Choe (2004) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลการบัญชีบริหาร การเรียนรู้ในองค์กร และผลการดำเนินงานการเพิ่มผลผลิต พบว่าการใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารในการวางแผนควบคุม และวัดผลการดำเนินงานที่ใช้ตัวเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มผลการดำเนินงาน คือ ถ้ามีการใช้ข้อมูลบัญชีบริหาร สามารถปรับปรุงผลการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ แสนสุรินทร์ (2559) ที่พบว่า เทคนิคด้านต้นทุน การคิดต้นทุนของสินค้าโดยใช้รวมต้นทุนในการจัดจำหน่ายสินค้า ต้นทุนในการให้บริการหลังการขาย ต้นทุนการขนส่งหรือการส่งมอบเข้าไปในราคาสินค้า เป็นเทคนิคการกำหนดราคาขาย หรือการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยใช้ข้อมูลด้านต้นทุนต่าง ๆ ของกิจการที่ได้บันทึกไว้เพื่อกำหนดราคาขายสินค้าด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจประกอบกับการพิจารณาราคาของคู่แข่ง เพื่อกำหนดราคาขายแบบยืดหยุ่นตามสถานการณ์ของตลาด หรือนำทฤษฎีสถานการณ์มาใช้ในการกำหนดราคาสินค้า กำหนดต้นทุนของสินค้า ณ ช่วงเวลาดังกล่าว

การพัฒนาสมมติฐานการศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยของ ศรีณยู ปริมาณ และฉัตรธาร ล้อมอุปถัมภ์ (2562) พบว่า ปัจจัยลักษณะองค์กร ด้านรูปแบบการจัดตั้งองค์กร ด้านลักษณะงานที่รับเหมาเป็นหลักและด้านประเภทของหน่วยงานที่รับเหมาเป็นหลักมีความสัมพันธ์ต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างขนาดกลาง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) ทำการศึกษาเรื่องการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมในการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านที่สามารถควบคุมต้นทุนได้มากที่สุด คือ ต้นทุนการดำเนินการ รองลงมา คือ ต้นทุนผู้รับเหมาช่วง ต้นทุนวัสดุ ต้นทุนแรงงาน และต้นทุนเครื่องจักร ตามลำดับ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมภิกา ศรีบุญเรือง (2559)

พบว่า ประเภทของธุรกิจมีการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง โดยรวมรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นในการศึกษาในครั้งนี้จะตั้งสมมติฐานไว้ว่าดังนี้

H_1 : รูปแบบของกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกกับต้นทุนก่อสร้าง

จากการศึกษางานวิจัยของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) พบว่า ขนาดธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุวธิดา กันธวัง และคณะ (2562) พบว่า ขนาดของบริษัท วัดค่าโดยด้วยมูลค่าสินทรัพย์รวม พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ และจากงานวิจัยของ อัมภิกา ศรีบุญเรือง (2559) พบว่า การควบคุมต้นทุนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างขนาดเล็กมีการควบคุมต้นทุนแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างขนาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนคู่อื่นมีการควบคุมต้นทุนไม่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญฤทธิ์ วัตรภูเดช (2553) วิจัยเรื่อง กรณีศึกษาการจัดการในบริษัทก่อสร้างขนาดเล็กที่จัดตั้งใหม่ พบว่า ผู้บริหารของบริษัทก่อสร้างขนาดเล็กที่จัดตั้งใหม่ มีวิธีการในการบริหารงานภายในบริษัท และการบริหารงานก่อสร้างรวมทั้งการควบคุมต้นทุนที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาในครั้งนี้จะตั้งสมมติฐานไว้ว่าดังนี้

H_2 : ขนาดของกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกกับต้นทุนก่อสร้าง

จากการศึกษางานวิจัยของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) พบว่า ประสบการณ์ในการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง และจากงานวิจัยของ อินท์ชลิตา สุวรรณรังสิมา และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ (2560) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานในบริษัทรับเหมาก่อสร้าง และมีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้างหลายปี โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ล้วนมีประสบการณ์จากการทำงานในด้านธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจากบริษัทเอกชน แล้วจึงตัดสินใจประกอบธุรกิจในด้านที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ ซึ่งมีทั้งลักษณะการลงทุนดำเนินธุรกิจเองคนเดียวและการลงทุนหุ้นกับเพื่อนที่มีประสบการณ์ในด้านเดียวกัน ลักษณะของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลาง รับเหมางานจากภาคเอกชนในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี โดยลักษณะงานที่ทำก็มีหลากหลาย เช่น งานอาคาร สำนักงาน ตึกแถว โรงงาน อีกทั้งยังรับ งานด้านอุตสาหกรรม ซึ่งได้แก่ งานก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับงานด้านอุตสาหกรรม ออกแบบการติดตั้งเครื่องมือเครื่องจักรและงานด้านสาธารณูปโภค ดังนั้นในการศึกษาในครั้งนี้จะตั้งสมมติฐานไว้ว่าดังนี้

H_3 : ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลเชิงบวกกับต้นทุนก่อสร้าง

จากการศึกษางานวิจัยของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) พบว่า ลักษณะงานที่รับเหมามีความสัมพันธ์เชิงลบกับการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง และจากงานวิจัยของ อัมภิกา ศรีบุญเรือง (2559) พบว่า การควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มี

นัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ พนม ภัยหน่าย (2538: 24) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ไม่ว่าจะทำงานในลักษณะใดก็ตามมีจุดประสงค์จะให้ตนได้รับผลกำไรจากงานที่ทำอย่างสูงสุด จึงต้องมีการบริหารจัดการในส่วนต่างๆ ของการดำเนินงานทุกขั้นตอนอย่างมีระบบ รวมทั้งขั้นตอนในการควบคุมต้นทุนของโครงการก่อสร้างที่ดำเนินการ มีการวางแผนงานที่ดีมีรูปแบบ เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ และวิชัย ศรีสะอาด (2544: 22) กล่าวว่า ผู้ก่อสร้างต้องผลิตหรือดำเนินการ ตามที่เจ้าของงานระบุมาอย่างเคร่งครัดตั้งแต่เริ่มงานไม่ว่าจะเป็นงานก่อสร้างลักษณะใดก็ตาม ผู้ก่อสร้างจึงต้องมีการจัดการงานก่อสร้างอย่างดี และครอบคลุมถึงการจัดการด้านต้นทุนในงานก่อสร้างด้วย ดังนั้นในการศึกษาในครั้งนี้จะตั้งสมมติฐานไว้ว่าดังนี้

H_4 : ลักษณะงานที่รับเหมามีอิทธิพลเชิงลบกับต้นทุนก่อสร้าง

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตของ กุลจิรา สมวงศ์ (2550) พบว่า ผลการดำเนินงานที่วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหาร แสดงให้เห็นว่า หากบริหารจัดการสินทรัพย์แล้วก่อให้เกิดกำไร ผู้บริหารก็จะได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้นตามไปด้วย เช่นเดียวกับอัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก แสดงให้เห็นว่าผลตอบแทนในส่วนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้น ผู้บริหารก็จะได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น และงานวิจัยของ ปัทมา วรรณะ (2554) พบว่ากำไรสุทธิมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหารอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าการกำหนดค่าตอบแทนผู้บริหารจะขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของบริษัท แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) พบว่า ผลการดำเนินงานไม่มีความสัมพันธ์กับการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง ดังนั้นในการศึกษาในครั้งนี้จะตั้งสมมติฐานไว้ว่าดังนี้

H_5 : ผลการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับต้นทุนก่อสร้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ดำเนินธุรกิจ จำนวน 698 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งถูกประยุกต์มาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 255 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้จัดส่งและรวบรวมแบบสอบถามที่มีการตอบกลับมายังผู้วิจัย และทำการประเมินแบบสอบถามว่ามีความสมบูรณ์ครบถ้วนที่จะสามารถใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างได้จนครบ 255 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ ประชากร โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้การวิเคราะห์เชิงอนุมาน จะวิเคราะห์ค่าความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาลักษณะองค์ประกอบของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งเก็บข้อมูลจากรูจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยโดยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง N = 255

ข้อมูลทั่วไปผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบของกิจการ		
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	111	43.53
บริษัทจำกัด	144	56.47
2. มูลค่างานที่รับเหมาในรอบปีที่ผ่านมา		
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	5	1.96
1,000,001 – 5,000,000 บาท	73	28.63
5,000,001 – 10,000,000 บาท	69	27.06
มากกว่า 10,000,000 บาท	108	42.35
3. ประสบการณ์ในการดำเนินงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	88	34.51
5 – 10 ปี	95	37.25
มากกว่า 10 ปี	72	28.24
4. ลักษณะงานที่รับเหมา		
รับเหมางานประเภทเดียว	32	12.55
รับเหมางานหลายประเภท	223	87.45
5. อัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุนเฉลี่ย		
น้อยกว่า ร้อยละ 10	121	47.45
ร้อยละ 10 - 20	84	32.94
ร้อยละ 21 - 30	50	19.61

ตารางที่ 2

แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการควบคุมต้นทุนด้านต่างๆ

การควบคุมต้นทุน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับปฏิบัติ
1. ต้นทุนกิจกรรม	3.79	0.42	มาก
2. ต้นทุนแรงงาน	3.91	0.34	มาก
3. ต้นทุนวัสดุ	3.89	0.27	มาก
4. ต้นทุนเครื่องมือเครื่องจักร	3.90	0.30	มาก
5. ต้นทุนผู้รับเหมาช่าง	4.14	0.29	มาก
6. ต้นทุนการดำเนินการ	4.00	0.29	มาก
ภาพรวม	3.94	0.21	มาก

2. ทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ดังแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3

แสดงการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient)

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
Y	1					
X ₁	-.022	1				
X ₂	.409**	.045	1			
X ₃	.349**	-.167**	.033	1		
X ₄	.083	.242**	.128*	.084	1	
X ₅	-.034	.115	.023	-.090	.002	1
VIF		1.116	1.018	1.052	1.096	1.020

หมายเหตุ: *ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.05, **ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.01

จากตัวแปรข้างต้น ผู้วิจัยทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนก่อสร้างของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ โดยมีสมการดังนี้

$$\text{โดย} \quad \text{สูตร} \quad Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \text{error}$$

เมื่อ	$Y =$ การควบคุมต้นทุนก่อสร้าง
	$X_1 =$ รูปแบบของกิจการ
	$X_2 =$ ขนาดของกิจการ
	$X_3 =$ ประสบการณ์ในการดำเนินงาน
	$X_4 =$ ลักษณะงานที่รับเหมา
	$X_5 =$ ผลการดำเนินงาน
	error = ค่าของความคาดเคลื่อน

จากตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบของกิจการ ขนาดของกิจการ ประสบการณ์ในการดำเนินงาน ลักษณะงานที่รับเหมา และผลการดำเนินงาน ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีค่าสหสัมพันธ์ - 0.090 - 0.409 และตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ Variance Inflation Factors (VIF) ซึ่งปกติค่า VIF จะไม่เกิน 10 หากมากกว่า แสดงว่ามีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจากการตรวจสอบพบว่า ค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.018 – 1.116 ค่า VIF ดังนั้น ตัวแปรแต่ละตัวที่นำมาศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่เกิดปัญหา Multicollinearity มีความเป็นอิสระต่อกัน

ตารางที่ 4

แสดงผลการทดสอบความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	Beta	t
(Constant)		160.333
รูปแบบกิจการ	.018	.323
มูลค่างานปีที่ผ่าน	.397	7.325
ประสบการณ์ในการดำเนินงาน	.338	6.123
ลักษณะงานที่รับเหมา	.000	-.004
ผลการดำเนินงาน	-.015	-.268
R Square		.280
Adjusted R Square		.266
F-Value (Sig)		19.403

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

บทสรุปผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ และอภิปรายผลการศึกษากับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. ลักษณะองค์กรของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่มีรูปแบบของบริษัทจำกัด (ร้อยละ 56.47) รองลงมา คือ รูปแบบของห้างหุ้นส่วนจำกัด (ร้อยละ 43.53) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีมูลค่างานที่รับเหมาในรอบปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่มีมูลค่างานมากกว่า 10 ล้าน (ร้อยละ 42.35) รองลงมา คือมีมูลค่างานอยู่ระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท (ร้อยละ 28.63) และมูลค่างานอยู่ระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท (ร้อยละ 27.05) และต่ำกว่า 1,000,000 บาท (ร้อยละ 1.96) ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานอยู่ในระหว่าง 5 – 10 ปี (ร้อยละ 37.25) รองลงมา คือ น้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 34.51) และมากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 28.24) ตามลำดับ ส่วนลักษณะงานที่รับเหมาส่วนใหญ่จะมีการดำเนินธุรกิจหลายประเภทของงานก่อสร้าง เช่น งานอาคารที่พักอาศัย, งานอาคารที่ไม่ใช่ที่พักอาศัย และงานทางหลวง (ร้อยละ 87.45) รองลงมา คือ ดำเนินธุรกิจประเภทเดียว (ร้อยละ 12.55) และมีอัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุนเฉลี่ยน้อยกว่าร้อยละ 10 (ร้อยละ 47.45) รองลงมา คือ ร้อยละ 10 – 20 (ร้อยละ 32.94) และร้อยละ 21 – 30 (ร้อยละ 19.61) ตามลำดับ

ส่วนรูปแบบการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมมีการควบคุมต้นทุนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมีการควบคุมต้นทุนในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ต้นทุนผู้รับเหมาช่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา คือ ต้นทุนการดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ต้นทุนแรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ต้นทุนเครื่องมือเครื่องจักร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ต้นทุนวัสดุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และต้นทุนกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษางานของ เอกมล ปราบแสนพ่าย (2553) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการควบคุมต้นทุนในการรับเหมาก่อสร้าง งานอาคารสูง เขตกรุงเทพฯ ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมปัจจัยที่มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลกระทบเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การควบคุมต้นทุนมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านต้นทุนแรงงานและปัจจัยด้านต้นทุนวัสดุ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งข้อเสนอแนะแนวทางในการควบคุมต้นทุนของปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ ควรมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับแรงงานที่ชัดเจนในเรื่องของเวลาการทำงานและมีการสร้างระบบการจัดซื้อจัดหาวัสดุที่มีคุณภาพให้มากขึ้น นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อัมภิกา ศรีบุญเรือง (2559) ทำการศึกษาเรื่องการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า การควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดมหาสารคาม ในด้าน

ต้นทุนวัสดุ ด้านต้นทุนแรงงาน ด้านต้นทุนเครื่องมือเครื่องจักร ด้านต้นทุนผู้รับเหมาช่วง และด้านต้นทุนดำเนินการ โดยรวมและรายด้านเป็นแนวทางที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดมหาสารคามที่มีขนาดของธุรกิจต่างกันมีการควบคุมต้นทุนโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ขนาดของกิจการ และประสบการณ์ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการควบคุมต้นทุนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่า รูปแบบกิจการลักษณะงานที่รับเหมา และผลการดำเนินงานไม่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของดิษฐ์พงศ์ รัตนโอภา (2555) ทำการศึกษาเรื่องการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา พบว่า การควบคุมต้นทุนได้มากที่สุด คือ การควบคุมต้นทุนการดำเนินการ รองลงมา คือ การควบคุมต้นทุนผู้รับเหมาช่วง และการควบคุมต้นทุนวัสดุ ตามลำดับ ดังนั้นการควบคุมต้นทุนขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของแต่ละองค์กร โดยผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด จะต้องเน้นการควบคุมต้นทุนให้ประหยัดที่สุด เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานให้กับองค์กร โดยแต่ละองค์กรมีวิธีการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน โดยการควบคุมต้นทุนจะเป็นแนวทางในการบริหารจัดการของผู้บริหาร และการกำหนดโครงสร้างองค์กรให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ ผลการศึกษาและอภิปรายผลแยกตามสมมติฐาน สรุปได้ดังตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5

สรุปผลการศึกษาแยกตามสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ผลลัพธ์	ผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษา
H ₁	รูปแบบของกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการควบคุมต้นทุน	ปฏิเสธ	เนื่องจากรูปแบบของกิจการไม่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมภิกา ศรีบุญเรือง (2559) ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีณยู ปริมาณ และฉัตรธาร ลี้มอปลัมภ์ (2562), สุธิรา จันทร์ (2556) และดิษฐ์พงศ์ รัตนโอภา (2555)

ตารางที่ 5

สรุปผลการศึกษาแยกตามสมมติฐาน (ต่อ)

	สมมติฐาน	ผลลัพธ์	ผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษา
H ₂	ขนาดของกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการควบคุมต้นทุน	ยอมรับ	เนื่องจากขนาดของกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการควบคุมต้นทุน สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555), ยุวธิดา กันธวัง และคณะ (2562) และ อัมภิกา ศรีบุญเรือง (2559)
H ₃	ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการควบคุม	ยอมรับ	เนื่องจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการควบคุมต้นทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) และอินทร์ชลิตา สุวรรณรังสีมา และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2560)
H ₄	ลักษณะงานที่รับเหมามีอิทธิพลเชิงลบต่อการควบคุมต้นทุน	ปฏิเสธ	เนื่องจากลักษณะงานที่รับเหมาไม่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ อัมภิกา ศรีบุญเรือง (2559) และพนม ภัยหน่าย (2538) แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) และ วิชัย ศรีสะอาด (2544)
H ₅	ผลการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการควบคุมต้นทุน	ปฏิเสธ	เนื่องจากผลการดำเนินงานไม่มีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลจิรา สมวงศ์ (2550) และปัทมา วรรณะ (2554)

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1. การทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มุมมองหรือข้อมูลเชิงลึกที่นำมาใช้ในการควบคุมต้นทุนได้ง่ายและชัดเจนยิ่งขึ้น โดยการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์
2. การทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวทางการปฏิบัติในการทำงานของพนักงานในบริษัททุกแผนก ทั้งระดับผู้จัดการ หัวหน้างาน และพนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลวิจัยที่กว้างและชัดเจนขึ้น

3. การทำวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เช่น การเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ดิษฐพงศ์ รัตน์โอภา. (2555). *การควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- บุญฤทธิ์ วัตรภูเตช. (2537). *การศึกษาการจัดการในบริษัทก่อสร้างขนาดเล็กที่จัดตั้งใหม่*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญาพร ศรีชนาพันธ์. (2555). รูปแบบความเป็นผู้นำ ระบบการบัญชีบริหารกับผลการดำเนินงานการบริหารจัดการ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 1(1), 37-48.
- พนม ภัยหน่าย. (2538). *การบริหารงานก่อสร้าง*, กรุงเทพฯ: ส. เอเชียเพรส (1989) จำกัด.
- สุธิดา จันทรา. (2556). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในงานก่อสร้าง พ.ศ. 2550 - พ.ศ. 2556 กรณีศึกษา บริษัท อุดมกิจวิศวกรรม จำกัด*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้าง มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิชัย ศรีสะอาด. (2544). *การวางแผนงานก่อสร้าง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศรัณยู ปริมาณ และฉัตรธาร ลิ้มอุบลรัตน์ (2562). *ปัจจัยลักษณะองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อการควบคุมต้นทุนงานก่อสร้างของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างขนาดกลางในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี.
- อัมภิกา ศรีบุญเรือง. (2559). *การควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดมหาสารคาม*. *วารสารการวิจัยบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 6(1), 16-29.
- Clough and Sears, Glenn A. (1990). *Construction Project Management, 2 ed.* New York: John Wiley.
- Keith, Collier. (1995). *Fundamentals of Construction Estimating and Cost Accounting* New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Pillcher, Roy. (1996). *Principles of Construction Management. 2 ed.* London: Mc Graw Hill Book Co.

ห้องนำเสนอ 3

การตลาด และการจัดการโลจิสติกส์

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า

Consumers' Attitude to Celebrity Gay Influencers Influencing Brand Image

เอกพันธ์ ศรีเจริญ

Eakkapun Sricharoen¹

ศศิวิมล สุขขบท

Sasiwemon Sukahbot²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บรวบรวมข้อมูลแบบเจาะจงจากผู้บริโภคในประเทศไทยทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศที่สาม ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และรู้จักกับเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า จำนวน 385 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าอยู่ในระดับดีมาก และมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าอยู่ในระดับดี โดยทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า

คำสำคัญ: ทัศนคติ ภาพลักษณ์ตราสินค้า ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า

Abstract

The main objective of this research was to study the influence of consumers' attitude to celebrity gay influencers toward brand image. An online questionnaire was used as an instrument for collecting data. The participants consisted of 385 male, female, and third gender consumers aged 20 years and over who have known celebrity gay influencers. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, and simple regression analysis.

The research revealed that consumers' attitude to celebrity gay influencers showed at an excellent level while brand image showed at a good level. The attitude to celebrity gay influencers of consumers had significantly positive impact on brand image.

Keywords: Attitude, Brand Image, Brand Influencer

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: eakkapan.sricharoen@ktb.co.th

² รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: sasiwemon.s@psu.ac.th

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันที่สูงมาก รูปแบบของการสื่อสารทางการตลาด การโฆษณา และการนำเสนอตราสินค้าให้ผู้บริโภคจดจำและคล้อยตามให้มากที่สุด จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญและมีบทบาทในการช่วยส่งเสริมการตลาด ดังนั้นการนำเสนอตราสินค้าจึงจำเป็นต้องสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจแก่ผู้บริโภค ทำให้การใช้ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า (Brand Influencer) กลายเป็นสิ่งที่นักการตลาดนำมาใช้ในการนำเสนอตราสินค้า เพื่อการสื่อสารทางการตลาด เพราะความมีชื่อเสียงของบุคคลเหล่านี้จะสร้างอิทธิพลเรียกความสนใจจากผู้บริโภค สร้างความจดจำ และง่ายสำหรับการนำเสนอตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในระยะเวลาอันสั้น (Stein, 2016)

ในอดีตที่ผ่านมาตราสินค้าที่เป็นผู้นำทางการตลาดในประเทศไทย ประสบความสำเร็จจากการนำบุคคลผู้มีชื่อเสียงมาเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า แต่ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่เป็นเพศชายหรือเพศหญิงเท่านั้น แต่ปัจจุบันพบว่า ตราสินค้าต่าง ๆ เริ่มหันมาทำการตลาดโดยใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามากขึ้น เช่น ตราสินค้ามิสทีน (Mistine) เลือกใช้ผู้ทรงอิทธิพลตราสินค้า คือ คุณอ๊อฟ ปองศักดิ์ รัตนพงษ์ บุคคลผู้มีชื่อเสียงและเปิดตัวว่าเป็นเกย์ เป็นผู้ถ่ายทอดหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ดินสอเขียนคิ้วของตราสินค้า หรือตราสินค้าโคเรียคิง (Korea King) เลือกใช้คุณวูดดี้ วุฒิชัย มิวสิคจินดา พิธีกรเกย์ชื่อดังเป็นผู้ถ่ายทอดหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์กระเพาะของตราสินค้า หรือการใช้คุณป้อมแป้ม นิติ ชัยชิตาทร หรือป้อมแป้ม เทยเทียวไทย เป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์น้ำยาบ้วนปากของตราสินค้าลิสเตอร์ีน (Listerine) หรือการใช้คุณเบน ชลาทิศ นักร้องเกย์ชื่อดังเป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของตราสินค้าวีโอ (Veo) เป็นต้น ซึ่งสามารถสร้างความน่าสนใจและเกิดกระแสใหม่ในสังคมได้เป็นอย่างมาก (มาร์เก็ตติ้งอัพ, 2559)

ผู้บริโภคกลุ่มเกย์เป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง และกล้าที่จะจับจ่ายใช้สอยเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านสังคมของตนเอง ทำให้นักการตลาดพยายามที่จะทำการตลาดเพื่อเข้าหากลุ่มเป้าหมายนี้มากขึ้น การใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า สามารถสร้างความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ดี นอกจากนี้การใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ายังมีอิทธิพลในการเรียกความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มเพศชายและเพศหญิงด้วยเช่นกัน เพราะด้วยรูปร่างหน้าตาและบุคลิกภาพที่ดีของเกย์ ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดความประทับใจ มองว่าเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ และมีการรับรู้ที่ดีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Eisend & Hermann, 2019)

การทำการตลาดโดยใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จเพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคเกย์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง รวมทั้งกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปได้นั้น จำเป็นต้องทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้านั้นไปในทิศทางที่ดี เพื่อให้มีความต้องการอยากซื้อตราสินค้ามากขึ้น (Vien, Yun, & Fai, 2017; Hermanda, Sumarwan, & Tinapriilla, 2019) โดยจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าไปในทิศทางที่ดีและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า คือ ทักษะติดต่อผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า ดังการศึกษาของ Vien et al. (2017) พบว่า ทักษะติดต่อของผู้ทรงอิทธิพลที่เป็นผู้ถ่ายทอดหรือนำเสนอตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า หรือการศึกษาของ Hermanda et al. (2019) พบว่า ทักษะติดต่อผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า และความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม แม้ผลการวิจัยที่ผ่านมาจะพบว่าทัศนคติต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค แต่การศึกษาถึงประเด็นดังกล่าวยังมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ได้รับคำตอบที่ไม่สมบูรณ์ เช่น งานวิจัยส่วนใหญ่เลือกศึกษาผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่เป็นเพศชายหรือเพศหญิงเท่านั้น (Sambath & Jeng, 2011; Mishra, Roy, & Bailey, 2015; Vien et al., 2017) โดยการศึกษาผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าในบริบทของเพศชายหรือเพศหญิง อาจส่งผลต่อทัศนคติต่อตัวผู้ทรงอิทธิพลตราสินค้า และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่แตกต่างจากการใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าได้ เป็นต้น

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า เพื่อเป็นประโยชน์แก่เจ้าของตราสินค้าในการนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนเลือกผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่เหมาะสม และนำไปใช้ในการวางแผนดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้มีอิทธิพลตราสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้า
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า

สมมติฐานการวิจัย

H₁: ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านคุณลักษณะของตราสินค้า (Attributes)

H₂: ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านคุณประโยชน์ของตราสินค้า (Benefits)

H₃: ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านทัศนคติต่อตราสินค้า (Brand Attitude)

H₄: ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยรวม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เจ้าของตราสินค้า สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการเลือกผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่เหมาะสม และใช้ในการวางแผนดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้มีอิทธิพลตราสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. นิสิต นักศึกษา นักการตลาด และผู้ที่สนใจศึกษาในประเด็นที่ใกล้เคียงกัน สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ เป็นแนวทางในการเพิ่มเติมหรือขยายองค์ความรู้ต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า (Brand Influencer)

ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดหรือนำเสนอสินค้าของตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง แล้วสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้ติดตามเกิดทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าและเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ และเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สามารถกระจายข้อมูลแก่ผู้บริโภคได้ในวงกว้างได้ (Schiffman & Kanuk, 2007; Brown & Fiorella, 2013)

สำหรับความสำคัญของการใช้ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้านั้น ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลสินค้าจากผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าและจะนำคำแนะนำนั้นมาประกอบการตัดสินใจซื้อ ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าจึงมีประโยชน์สำหรับตราสินค้าในการสร้างการตระหนักรู้ให้กับผู้บริโภค โดยตราสินค้าส่วนใหญ่มักเลือกใช้ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าในช่วงการแนะนำสินค้าของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตระหนักรู้และเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ (Ryan & Zabin, 2010; Brown & Fiorella, 2013)

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ หมายถึง ความเชื่อหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยออกมาในรูปแบบของการประเมินค่า อันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งตามมา (Kotler & Keller, 2012; Solomon, 2015)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ทัศนคติต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ดังการศึกษาของ Vien et al. (2017) ได้ศึกษาผลของการใช้ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้อุบัติหรือแนะนำตราสินค้าที่มีต่อทัศนคติต่อตราสินค้าและความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่า ทัศนคติต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้อุบัติหรือแนะนำตราสินค้า มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติต่อตราสินค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้า หรือการศึกษาของ Hermanda et al. (2019) ได้ศึกษาผลของการใช้ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มโนภาพแห่งตน และความตั้งใจซื้อสินค้า พบว่า ทัศนคติต่อตัวผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า และความตั้งใจซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การวัดทัศนคติของผู้บริโภคต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า สามารถประยุกต์ใช้ข้อคำถามจากงานวิจัยของ Gato, Fontaine, and Carneiro (2012) ที่ได้พัฒนามาตรวัดทัศนคติที่มีต่อเลสเบี้ยนและเกย์ในมิติที่หลากหลาย (Multidimensional Scale of Attitudes toward Lesbians and Gay Men) โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้ข้อคำถามจำนวน 30 ข้อ อาทิ การไม่รังเกียจบริษัทที่ใช้เกย์ที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า การไม่ลังเลที่จะสนับสนุนเกย์เพราะกลัวจะถูกมองว่าเป็นพวกเดียวกัน ฯลฯ มาตรวัดนี้มีความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.91 โดยมีหลายงานวิจัยที่นำมาตราวัดนี้มาใช้วัดทัศนคติต่อเกย์ โดยได้เลือกข้อคำถามที่เหมาะสมกับบริบทของเรื่องที่ศึกษา (Grabovac, Abramovic, Komlenovic, Milosevic, & Mustajbegovic, 2014; Lopes, Gato, & Esteves, 2016)

สำหรับงานวิจัยนี้ได้วัดทัศนคติของผู้บริโภคต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าโดยประยุกต์ใช้ข้อคำถามจากงานวิจัยของ Gato et al. (2012) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ (1) การไม่รังเกียจหากบริษัทจะใช้เกย์ที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า (2) เป็นเรื่องน่ายินดีที่คนเป็นเกย์มีการ

เปิดเผยตัวในสังคมมากขึ้น (3) ผู้ทรงอิทธิพลตราสินค้าจะเป็นเกย์หรือไม่เป็นเกย์ไม่ใช่เรื่องสำคัญ (4) การไม่ลี้เลืงที่จะสนับสนุนเกย์ในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า แม้กลัวจะถูกมองว่าเป็นพวกเดียวกันก็ตาม และ (5) สามารถเชื่อถือเกย์ที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าได้

ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image)

ภาพลักษณ์ตราสินค้า หมายถึง ภาพที่เกิดจากการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าที่อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า จะทำให้เกิดภาพลักษณ์และเข้าใจในสินค้ามากขึ้น (Keller, 2009; Sagar, Khandelwal, Mittal, & Singh, 2011)

การเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าที่มีอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคให้เกิดภาพลักษณ์ตราสินค้าขึ้นมานั้น สามารถเชื่อมโยงจากสิ่งต่าง ๆ ของตราสินค้า 3 ประการ ดังนี้ (1) คุณลักษณะของตราสินค้า (Attributes) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้นว่าคือสินค้าอะไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง และเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือการบริโภคอย่างไร (2) คุณประโยชน์ของตราสินค้า (Benefits) เป็นคุณค่าที่ผู้บริโภคคาดหวังจะได้รับจากคุณลักษณะต่าง ๆ ของตราสินค้านั้น ทั้งคุณประโยชน์ที่เกิดจากคุณสมบัติโดยตรงของสินค้า และคุณประโยชน์ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผู้บริโภคในเรื่องการยอมรับจากสังคม หรือเป็นการบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของผู้บริโภคไปสู่สายตาผู้อื่น และ (3) ทศนคติที่มีต่อตราสินค้า (Brand Attitude) เป็นการประเมินภาพรวมของตราสินค้า ซึ่งเป็นตัวกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้า (Keller, 2009)

การวัดภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า สามารถประยุกต์ใช้มาตรวัดของ Sultana and Shahriar (2017) ที่ได้วัดภาพลักษณ์ตราสินค้าจากการเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า ได้แก่ (1) คุณลักษณะของตราสินค้า อาทิ ตราสินค้านั้นมีความแตกต่างจากตราสินค้าอื่น ตราสินค้านั้นง่ายต่อการจดจำ ฯลฯ (2) คุณประโยชน์ของตราสินค้า อาทิ ตราสินค้านั้นเหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเอง การใช้ตราสินค้านั้นทำให้เป็นที่ดึงดูดใจของผู้อื่น ฯลฯ และ (3) ทศนคติที่มีต่อตราสินค้า อาทิ การมีความรู้สึกส่วนตัวในแง่ดีกับตราสินค้านั้น ความเชื่อว่าตราสินค้านั้นจะไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ฯลฯ มาตรวัดนี้มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.83

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ปัจจุบันตราสินค้าต่าง ๆ เริ่มหันมาทำการตลาดโดยใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามากขึ้น อย่างไรก็ตามการทำตลาดโดยใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้านั้นไปในทิศทางที่ดี เพื่อให้มีความต้องการอยากซื้อตราสินค้ามากขึ้น โดยจากการทบทวนวรรณกรรม พบปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าไปในทิศทางที่ดีและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า คือ ทศนคติต่อผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า หากผู้บริโภคมีทศนคติที่ดีต่อผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า จะเป็นตัวสนับสนุนให้มีการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีขึ้น (Vien et al., 2017; Hermanda et al., 2019) ซึ่งการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าที่มีอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคให้เกิดภาพลักษณ์ตราสินค้าขึ้นมานั้น สามารถเชื่อมโยงจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

คุณลักษณะของตราสินค้า เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้นว่าคือสินค้าอะไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง และเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือการบริโภคอย่างไร จากการศึกษาของ Manu (2016) และการศึกษาของ Johansson and Bozan (2017) พบว่า ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผู้มี

ชื่อเสียงในฐานะผู้รับรองตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านคุณลักษณะของตราสินค้า จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H₁: ทศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านคุณลักษณะของตราสินค้า (Attributes)

คุณประโยชน์ของตราสินค้า เป็นคุณค่าที่ผู้บริโภคคาดหวังจะได้รับจากคุณลักษณะต่าง ๆ ของตราสินค้านั้น จากการศึกษาของ Manu (2016) และ Johansson and Bozan (2017) พบว่า ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้รับรองตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านคุณประโยชน์ของตราสินค้า จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

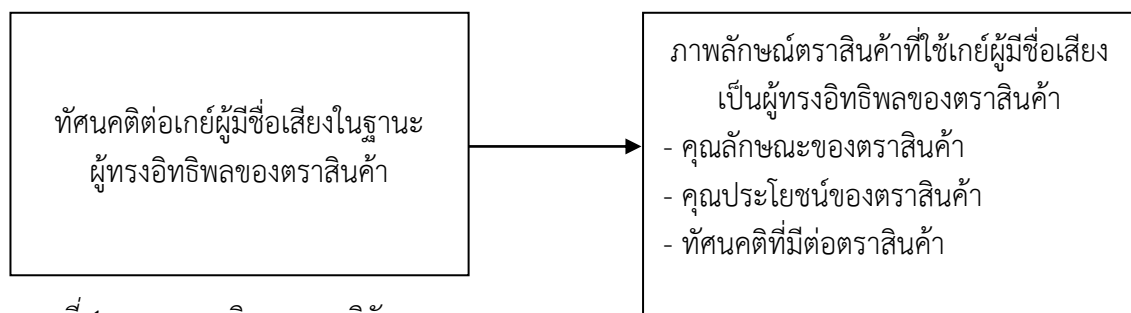
H₂: ทศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านคุณประโยชน์ของตราสินค้า (Benefits)

ทศนคติที่มีต่อตราสินค้า เป็นการประเมินภาพรวมของตราสินค้า ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้า จากการศึกษาของ Mishra et al. (2017) และการศึกษาของ Wang, Kao, and Ngamsiriudom (2017) พบว่า ทศนคติของผู้บริโภคต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้รับรองตราสินค้า จะเป็นตัวส่งเสริมทศนคติที่ดีต่อตราสินค้า จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H₃: ทศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านทศนคติต่อตราสินค้า (Brand Attitude)

ภาพลักษณ์ตราสินค้า เป็นภาพที่เกิดจากการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าที่มีอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค จากการศึกษาของ Vien et al. (2017) และการศึกษาของ Hermanda et al. (2019) พบว่า ทศนคติต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ถ่ายทอดหรือนำเสนอตราสินค้า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์ตราสินค้า จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H₄: ทศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยรวม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้บริโภคในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป และรู้จักกับเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ได้จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเงื่อนไขในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (1) เป็นผู้บริโภคทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศที่สาม ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถทำนิติกรรมการซื้อขายสินค้าได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องให้ผู้ปกครอง

ยินยอม และ (2) รู้จักกับเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าอย่างน้อย 1 คน ซึ่งเป็นสินค้าประเภทใดก็ได้ เพื่อสามารถสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้าได้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง (2) ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า และ (3) ภาพลักษณ์ตราสินค้า แบบสอบถามทุกส่วนมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.67 ทุกข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า เท่ากับ 0.863 และแบบสอบถามภาพลักษณ์ตราสินค้า เท่ากับ 0.924 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย

ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริโภคในประเทศไทยทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศที่สาม ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป และรู้จักกับเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าอย่างน้อย 1 คน ซึ่งเป็นสินค้าประเภทใดก็ได้ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.65 และเพศที่สาม คิดเป็นร้อยละ 14.55 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.66 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.55 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 43.38 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.81

ระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า และภาพลักษณ์ตราสินค้า

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.23$) โดยผู้บริโภคไม่รังเกียจหากบริษัทจะใช้เกย์ที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้าสูงที่สุด ซึ่งมีทัศนคติอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.45$) ส่วนทัศนคติที่ต่ำสุด คือ ความรู้สึกที่สามารถเชื่อถือเกย์ที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าได้ โดยมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.95$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า

ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. การไม่รังเกียจหากบริษัทจะใช้เกย์ที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า	4.45	0.83	ดีมาก
2. เป็นเรื่องน่ายินดีที่คนเป็นเกย์มีการเปิดเผยตัวในสังคมมากขึ้น	4.38	0.85	ดีมาก
3. ผู้ทรงอิทธิพลตราสินค้าจะเป็นเกย์หรือไม่เป็นเกย์ไม่ใช่เรื่องสำคัญ	4.35	0.92	ดีมาก
4. การไม่ลังเลที่จะสนับสนุนเกย์ในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า แม้กลัวจะถูกมองว่าเป็นพวกเดียวกันก็ตาม	4.16	0.96	ดี
5. สามารถเชื่อถือเกย์ที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าได้	3.95	0.93	ดี
รวม	4.23	0.76	ดีมาก

ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.57$) โดยคุณลักษณะของตราสินค้า ($\bar{X} = 3.72$) และทัศนคติต่อตราสินค้า ($\bar{X} = 3.70$) อยู่ในระดับดี และคุณประโยชน์ของตราสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีมากที่สุด คือ ตราสินค้านั้นง่ายต่อการจดจำ ($\bar{X} = 3.91$) และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่น้อยที่สุด คือ การใช้ตราสินค้านั้นทำให้เข้ากลุ่มสังคมได้ดี ($\bar{X} = 3.16$) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า

ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพล ของตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ภาพลักษณ์
คุณลักษณะของตราสินค้า	3.72	0.84	ดี
1. ตราสินค้านั้นง่ายต่อการจดจำ	3.91	0.96	ดี
2. ตราสินค้านั้นบ่งบอกภาพลักษณ์ของกลุ่มผู้ใช้ที่ชัดเจน	3.82	1.08	ดี
3. ตราสินค้านั้นมีความแตกต่างจากตราสินค้าอื่น	3.61	0.98	ดี
4. ตราสินค้านั้นบ่งบอกถึงคุณภาพสูง	3.54	1.02	ดี
ทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า	3.70	0.85	ดี
1. การมีความรู้สึกส่วนตัวในแง่ดีกับตราสินค้านั้น	3.86	0.87	ดี
2. ความเชื่อว่าตราสินค้านั้นจะไม่เอาเปรียบผู้บริโภค	3.65	1.06	ดี
3. ความภูมิใจที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้านั้น	3.60	0.93	ดี
คุณประโยชน์ของตราสินค้า	3.28	0.97	ปานกลาง
1. ตราสินค้านั้นเหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเอง	3.50	0.97	ดี
2. การใช้ตราสินค้านั้นทำให้ตนเองเป็นที่ดึงดูดใจของผู้อื่น	3.27	1.03	ปานกลาง
3. การใช้ตราสินค้านั้นทำให้ตนเองดูดี	3.17	1.08	ปานกลาง
4. การใช้ตราสินค้านั้นทำให้ตนเองเข้ากลุ่มสังคมได้ดีขึ้น	3.16	1.05	ปานกลาง
รวม	3.57	0.78	ดี

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า

ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถทำนายความแปรปรวนของภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยภาพรวมได้ร้อยละ 17.6 ($R^2 = 0.176$) และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าเพิ่มขึ้น 1 ระดับ ทำให้มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของตราสินค้า ($B = 0.454$) คุณประโยชน์ของตราสินค้า ($B = 0.357$) และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ($B = 0.489$) ดีขึ้น 0.454, 0.357 และ 0.489 ระดับ ตามลำดับ ซึ่งทัศนคติของผู้บริโภคสามารถทำนายความ

แปรปรวนของคุณลักษณะของตราสินค้า ($R^2 = 0.167$) คุณประโยชน์ของตราสินค้า ($R^2 = 0.078$) และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ($R^2 = 0.188$) ได้ร้อยละ 16.7, 7.8 และ 18.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์การถดถอยทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า

ตัวพยากรณ์	ภาพลักษณ์ตราสินค้า				
	B	S.E.	β	t	Sig.
คุณลักษณะของตราสินค้า					
ค่าคงที่	1.785	0.224		7.965	0.000**
ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียง	0.454	0.052	0.409	8.766	0.000**
$R^2 = 0.167$, $F = 76.847$, $Sig. = 0.000$ **					
คุณประโยชน์ของตราสินค้า					
ค่าคงที่	1.754	0.271		6.473	0.000**
ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียง	0.357	0.063	0.280	5.701	0.000**
$R^2 = 0.078$, $F = 32.501$, $Sig. = 0.000$ **					
ทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า					
ค่าคงที่	1.622	0.225		7.213	0.000**
ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียง	0.489	0.052	0.433	9.408	0.000**
$R^2 = 0.188$, $F = 88.505$, $Sig. = 0.000$ **					
โดยภาพรวม					
ค่าคงที่	1.720	0.207		8.304	0.000**
ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียง	0.434	0.048	0.420	9.050	0.000**
$R^2 = 0.176$, $F = 81.909$, $Sig. = 0.000$ **					

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปและอภิปรายผล

ระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า และภาพลักษณ์ตราสินค้า

ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าอยู่ในระดับดีมาก โดยไม่รังเกียจหากบริษัทจะใช้เกย์ที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้าสูงที่สุด อาจเนื่องมาจากปัจจุบันผู้บริโภคมีการยอมรับบุคคลที่เป็นเกย์มากขึ้น เพราะกลุ่มบุคคลดังกล่าวเป็นกลุ่มแห่งผู้นำทางความคิด โดยเฉพาะการเป็นผู้นำด้านแฟชั่น เป็นกลุ่มที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่โฉบเฉี่ยว หูหิ้ว และมุ่งเน้นภาพลักษณ์ที่ดูดีอยู่เสมอ ทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อกลุ่มคนดังกล่าว (เร็กซ์พัศ ภาสกรณ์, 2554) ดังจะเห็นได้จากหลาย ๆ ตราสินค้า ได้เลือกใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เช่น ตราสินค้ามิสทิน (Mistine) ได้ใช้ผู้ทรงอิทธิพลตราสินค้า คือ คุณอ้อฟ

ปองศักดิ์ รัตนพงษ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ดินสอเขียนคิ้ว ซึ่งได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก (มาร์เก็ตติ้งอัป, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ที่ได้ทำการสำรวจระดับชาติเกี่ยวกับทัศนคติของสังคมที่มีต่อคนที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2562 ซึ่งมีคนไทยอายุ 18-57 ปี จำนวน 2,210 คน จากทั่วประเทศเข้าร่วมทำแบบสำรวจ ซึ่งหนึ่งในข้อค้นพบที่สำคัญ คือ ร้อยละ 69 ของคนไทยที่ไม่ได้ระบุว่าตนเองเป็นผู้มีความหลากหลายทางเพศที่ร่วมตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติที่ดีต่อคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (เดอะโมเมนต์誌, 2562)

ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยเห็นว่าตราสินค้านั้นง่ายต่อการจดจำสูงที่สุด อาจเนื่องมาจากการนำเสนอตราสินค้าโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่เป็นเกย์ที่มีชื่อเสียง ทำให้การนำเสนอตราสินค้านั้นแตกต่างจากผู้หญิงหรือผู้ชายทั่วไป ทำให้ตราสินค้าดูน่าสนใจ และทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้านั้นได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้การใช้บุคคลที่เป็นเกย์ที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้ทรงอิทธิพลในตราสินค้าต่าง ๆ จะมีความดึงดูดใจและสร้างความน่าสนใจให้แก่ผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างการจดจำและการรับรู้ต่อตราสินค้าในระยะเวลาอันสั้น ด้วยรูปร่างหน้าตาและบุคลิกภาพที่ดีของเกย์ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ และมีการรับรู้ที่ดีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้า (Eisend & Erik Hermann, 2019) สอดคล้องกับการศึกษาของรัตนา ทรรศยวง และดุขฎิ เจริญสุข (2554) ที่ได้ศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มชายรักชายในสายตานิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ชายรักชายว่า เกย์เป็นผู้ที่โดดเด่น มีความแตกต่าง ทำให้ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าดูแตกต่างจากตราสินค้าอื่น ๆ

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า

ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยภาพรวม แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า จะเป็นตัวส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ผู้บริโภคมองภาพลักษณ์ตราสินค้านั้นไปในทิศทางที่ดีขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Vien et al. (2017) พบว่า ทัศนคติต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ถ่ายทอดหรือนำเสนอตราสินค้า มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติต่อตราสินค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยงานวิจัยนี้ไม่ได้ระบุประเภทของสินค้าที่ทำการศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของ Hermanda et al. (2019) พบว่า ทัศนคติต่อตัวผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยศึกษาในสินค้าเครื่องสำอาง

เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในทุกด้าน ทั้งคุณลักษณะของตราสินค้า คุณประโยชน์ของตราสินค้า และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ Mishra et al. (2017) พบว่า ทัศนคติต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้รับรองตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยศึกษาในสินค้าอุตสาหกรรมการบิน การศึกษาของ Um (2016) ที่ได้ศึกษาการตอบสนองของผู้บริโภคต่อโฆษณาเกี่ยวกับเกย์โดยนัยและเกย์โดยแจ้ง (Implicit and Explicit Gay-Themed Advertising) ตามสื่อกระแสหลัก พบว่า ทัศนคติต่อเกย์ในโฆษณา มีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อตราสินค้า โดยศึกษาในสินค้าประเภทแมกกาซีน และการศึกษาของ

Manu (2016) พบว่า ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้รับรองตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ทั้งคุณลักษณะของตราสินค้า คุณประโยชน์ของตราสินค้า และทักษะคติที่มีต่อตราสินค้า

ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบของงานวิจัย ทักษะคติต่อเกย์ผู้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าไปในทิศทางที่ดี และมีความต้องการอยากซื้อตราสินค้ามากขึ้น ทางเจ้าของตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าควรดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีทักษะคติที่ดีต่อผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า โดยจากการสอบถามทักษะคติของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภครู้สึกว่าสามารถเชื่อถือเกย์ที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าได้ต่ำที่สุด ทางเจ้าของตราสินค้าจึงควรเลือกเกย์ผู้มีชื่อเสียงมาเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่เป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะดูน่าเชื่อถือ ในขณะที่เดียวกันก็ควรให้ความสำคัญกับวิธีการนำเสนอสินค้าผ่านผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า เช่น ผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าไม่ควรนำเสนอแต่ข้อดีของสินค้าจนดูเป็นการโอ้อวดเกินไป โดยเน้นการนำเสนอถึงข้อเท็จจริง สามารถพิสูจน์ได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตราสินค้า และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าด้วยเช่นกัน

สำหรับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า พบว่า ผู้บริโภคยังมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในประเด็นการใช้ตราสินค้านั้นทำให้ตนเองเข้ากลุ่มสังคมได้ดีที่สุด ดังนั้นทางเจ้าของตราสินค้าควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ตราสินค้า โดยการสื่อสารให้ผู้บริโภคเห็นว่าการซื้อหรือการใช้ตราสินค้าที่มีเกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้านั้นไม่ใช่เรื่องน่าแปลกและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป เพราะเป็นการส่งเสริมสิทธิความเท่าเทียมกันในสังคม ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้ากลุ่มสังคมได้โดยไม่มี ความแปลกแยก

เนื่องจากงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคทุกกลุ่มทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศที่สาม และไม่ได้ระบุประเภทของสินค้าอย่างเฉพาะเจาะจง ดังนั้นข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับสินค้าทั่วไป และกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม เพราะการใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้านั้น ไม่ได้เป็นการทำการตลาดเฉพาะกลุ่มเกย์หรือเพศที่สามเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลในการเรียกความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มเพศชายและเพศหญิงด้วยเช่นกัน

สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่การศึกษาเชิงปริมาณไม่สามารถอธิบายได้ และเพื่อให้ได้คำตอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ใช้เกย์ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้าที่ครอบคลุมขึ้น ควรศึกษาถึงตัวแปรอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้ศึกษาในงานวิจัยนี้ เช่น บุคลิกภาพภาพของตราสินค้า หรือบุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลของตราสินค้า เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- เดอะโมเมนต์ัม. (2562). ผลสำรวจล่าสุดเผย คนไทยคิดบวกต่อกลุ่ม LGBT แต่ยังมีตีตรา เลือกปฏิบัติ ใช้ความรุนแรง และแบ่งแยก. ค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2562, จาก <https://themomentum.com>
- มาร์เก็ตติ้งอ็อปส์. (2559). โดนใจซะนี่แก๊งกว้าง! อีฟ ปองคักดี ฟรีเซ็นเตอร์คนใหม่ Mistine กับการขายสู่โปรดัคส์ Unisex. ค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2562, จาก <https://www.marketingoops.com>

-
- รัตนา ทรัพย์สงวน และดุขฎิ์ เจริญสุข. (2554). ภาพลักษณ์ของกลุ่มชายรักชายในสายตาของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 37(1), 133-143.
- เรชฌนพัศ ภาสกรณ. (2554). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และการเปิดรับสื่อของชายรักชายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Brown, D., and Fiorella, S. (2013). *Influence marketing: How to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing*. US: Que Publishing.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques* (3rded.). New York: Wiley.
- Eisend, M., and Hermann, E. (2019). Consumer response to homosexual imagery in advertising: A meta-analysis. *Journal of Advertising*, 48(4), 380-400.
- Gato, J., Fontaine, A.M., and Carneiro, N.S. (2012). Multidimensional scale of attitudes toward lesbians and gay men: Construction and preliminary validation. *Paidéia*, 22(51), 11-20.
- Grabovac, I., Abramovic, M., Komlenovic, G., Milošević, M., and Mustajbegovic, J. (2014). Attitudes towards and knowledge about homosexuality among medical students in Zagreb, *Collegium Antropologicum*, 38(1), 39-45.
- Hermenda, A., Sumarwan, U., and Tinaprilla, N. (2019). The effect of social media influencer on brand image, self-concept, and purchase intention. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2), 76-89.
- Johansson, M., and Bozan, O. (2017). *How does celebrity endorsement affect consumers' perception on brand image and purchase intention*. Luleå: Luleå University of Technology.
- Keller, K.L. (2009). Building strong brands in a modern marketing communications environment. *Journal of Marketing Communications*, 15(2-3), 139-155.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2012). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Lopes, L., Gato, J., and Esteves, M. (2016). Portuguese medical students' knowledge and attitudes towards homosexuality. *Acta Médica Portuguesa*, 29(11), 684-693.
- Manu, C.N. (2016). *The role of the celebrity endorsement on brand image in the telecommunication industry*. Master's Thesis in Business Administration, College of Humanities and Social Science.
- Mishra, A.S., Roy, S., and Bailey, A.A. (2015). Exploring brand personality-celebrity endorser personality congruence in celebrity endorsements in the Indian context. *Psychology & Marketing*, 32(12), 1158-1174.
- Ryan, K.S., and Zabin, J. (2010). Gleaner: Social media marketing. *Gleanster LCC*, 1-21.

- Sagar, M., Khandelwal, R., Mittal, A., Singh, D. (2011). Ethical positioning index (EPI): An innovative tool for differential brand positioning. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(2), 124-138.
- Sambath, P., and Jeng, D.J. (2014). The effects of celebrity endorsers on brand personality, brand trust, brand preference and purchase intention. *The Sustainable Global Marketplace*, 22(1), 435-439.
- Schiffman, L.G., and Kanuk, L.L. (2007). *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Solomon, M.R. (2015). *Consumer behavior* (11thed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Stein, L. (2016). *One in four influencers: Asked not to disclose paid promotion*. Retrieved October 28, 2019, from <https://adage.com>.
- Sultana, N., and Shahriar, H. (2017). *Understanding the impact of gender neutral communication on brand image*. Master's Thesis in International Marketing and Brand Management, Lund University School of Economics and Management.
- Um, N.H. (2016). Consumers' responses to implicit and explicit gay-themed advertising in gay vs. mainstream media. *Journal of Promotion Management*, 22(3), 461-477.
- Vien, C.V., Yun, C.T., and Fai, P.L. (2017). The effect of celebrity endorsement on brand attitude and purchase intention. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1(4), 141-150.
- Wang, S.W., Kao, G.H.Y., and Ngamsiriudom, W. (2017). Consumers' attitude of endorser credibility, brand and intention with respect to celebrity endorsement of the airline sector. *Journal of Air Transport Management*, 60(1), 10-17.

ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย

Attitude Towards Online Video Advertising That Affects The Brand Attitude of Thai Consumers

พัชราภรณ์ กล่อมเกลี้ยง

Patcharaporn Klomkliang¹

ศศิวิมล สุขบท

Sasiwemon Sukahbot²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาอิทธิพลของการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามออนไลน์ กับประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย ร้อยละ 38 โดยที่ด้านพรีเซนเตอร์หรือผู้มีชื่อเสียงมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการนำเสนอ ด้านเสียง และด้านระยะเวลา

คำสำคัญ: วิดีโอโฆษณาออนไลน์ ทัศนคติ ตราสินค้า ผู้บริโภคชาวไทย

Abstract

This research is a study of the attitudes towards online video advertisements that affect the attitudes towards the brand of Thai consumers with quantitative research. The objectives of the research was to study the influence of the attitude on online video advertising on the brand's attitude towards Thai consumers. The instrument was an online survey questionnaire with 400 internet users in Thailand. The statistics used in the data analysis consisted of descriptive statistics such as frequency, average, percentage and standard deviation. Inferential statistics are multiple regression analysis. The results of the research revealed that the attitude towards online video advertising affects the brand's attitude towards Thai consumers 38 percent. The presenter or celebrity is the variable that has the most influence on brand attitudes, follow by is the presentation, audio and duration.

Keywords: Online Video Advertising, Attitude, Branding, Thai Consumers

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: klomkliangp@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: sasiwemon.s@psu.ac.th

บทนำ

การก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีทิศทางการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี เมื่อพิจารณาข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) จากรายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยปี 2561 พบว่าประเทศไทยมีมูลค่า E-Commerce จำนวนทั้งสิ้น 3,150,232.96 ล้านบาท ซึ่งเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 14.04 และคาดว่ามูลค่า E-Commerce ในปี 2562 จะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ผ่านทางอุปกรณ์สื่อสารไร้สายที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมหรือรูปแบบการอุปโภคและบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของโลก อันส่งผลต่อการผลักดันการทำธุรกรรมทางออนไลน์ภายในประเทศให้เติบโตมากยิ่งขึ้น (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561)

นอกจากนี้เมื่อศึกษาข้อมูลจากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 พบว่า ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์/ชุมชนออนไลน์ของคนไทย ที่มีผู้ใช้จำนวนมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ อันดับที่ 1 YouTube ร้อยละ 98.8 อันดับที่ 2 Line ร้อยละ 98.6 และอันดับที่ 3 Facebook ร้อยละ 96.0 ซึ่งเมื่อพิจารณาจะเห็นได้ว่ามูลค่าการลงทุนของโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลที่ได้รับความนิยมมีความสอดคล้องกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยให้ความสนใจสูงสุด โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่ขายสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ ร้อยละ 55.9 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มาจากการเห็นโฆษณาจากเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ แล้วเกิดความสนใจในตัวสินค้า (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561)

จากการมีผู้เข้าชมวิดีโอบน YouTube เป็นจำนวนมาก ทำให้นักการตลาดมีการโฆษณาสินค้าและบริการบนสื่อออนไลน์อย่างหลากหลาย แต่ถึงอย่างไรก็ตามการที่นักการตลาดได้ให้ความสำคัญกับการลงทุน และสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อวิดีโอโฆษณาออนไลน์เพื่อให้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคนั้นก็เพื่อการสร้างแบรนด์และคาดหวังยอดขายจากผู้บริโภค แต่ปรากฏว่า ในรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 พบว่า ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาสำคัญอันดับ 1 ร้อยละ 80 คือ ปริมาณโฆษณาที่มารบกวนในขณะที่กำลังใช้งานอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกรำคาญ และมีความรู้สึกว่าเป็นการก่อกวนประสบการณ์รับชมเนื้อหาวิดีโอ ซึ่งอาจทำให้ภาพลักษณ์และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคเป็นเชิงลบได้ (ปัญญพนต์ พูนสวัสดิ์, 2558)

ดังนั้น จากการที่มีผู้เข้าชมวิดีโอเป็นจำนวนมากทำให้มีการโฆษณาสินค้าและบริการเกิดขึ้นบนออนไลน์มากมาย และการโฆษณามีผลอย่างมากต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการ (รัฐพงศ์ จิวแจ่มใส, 2560) โดยรูปแบบของโฆษณาออนไลน์ที่เป็นภาพเคลื่อนไหวผ่านการแนะนำผลิตภัณฑ์โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นดารานักแสดง จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคที่ได้รับข้อมูลจากบุคคลที่มีชื่อเสียงประเภทดารา นักแสดงที่เคยใช้หรือคุ้นเคยกับสินค้านั้น ๆ เป็นอย่างดี จะมีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อโฆษณาได้มากกว่าการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ไม่สามารถเชื่อมโยงกับตราสินค้าได้ ซึ่งการมีปุ่มให้ข้ามโฆษณาหลังชมไปแล้ว 5 วินาทีนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่าแบบเดิม และทำให้ผู้ชมไม่รู้สึกรำคาญ แต่เป็นความพอใจ และลดทัศนคติในแง่ลบต่อการโฆษณา (Pashkevich et al., 2012; Yang, An, Kafai & Bhanu, 2014; Illicic & Webster, 2012)

ซึ่งจะเห็นได้ว่าการศึกษาที่ผ่านมาได้มีการศึกษาเพียงเรื่องการจดจำ ความสนใจ และทัศนคติต่อการชมโฆษณาสดริบบนยูทูปเท่านั้น โดยการศึกษาทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่

ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้ามีค่อนข้างน้อย แต่เนื่องจากตราสินค้ามีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผนการตลาด โดยตราสินค้าที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความชื่นชอบจะสามารถเพิ่มอำนาจการต่อรองให้เจ้าของสินค้าในการเจรจาต่อรองกับร้านค้าปลีกได้ ทำให้สินค้าภายใต้ตราสินค้านี้สามารถกระจายไปยังผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง สะดวกสำหรับผู้บริโภค เพราะหาซื้อได้ง่าย ทำให้สินค้าภายใต้สินค้านี้สามารถขายได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติต่อการชื้อวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เจ้าของสินค้าหรือตราสินค้า สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อเป็นการสร้างยอดขายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น รวมทั้งการสื่อสารการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีในการตั้งใจชื้อวิดีโอโฆษณาออนไลน์ ซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตั้งใจชื้อสินค้า
2. ผู้ให้บริการวิดีโอออนไลน์ สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อวิดีโอโฆษณาออนไลน์ อันจะเป็นช่องทางสร้างรายได้แก่ผู้ให้บริการ อันส่งผลให้มีผลประกอบการของธุรกิจสูงขึ้นในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Triandis (2014) และ ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2558) กล่าวว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับ การแสดงออกทางความรู้สึกที่อยู่ภายใน เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มในทางใดทางหนึ่งของบุคคล เช่น การแสดงออกว่าชอบหรือไม่ชอบในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ก็อาจจะเป็นเพียงแง่คิดของบุคคลหนึ่ง ๆ ทั้งแง่คิดและแนวโน้มดังกล่าวสามารถแสดงให้เห็นถึงความคิด

ด้าน Cheah & Phau (2005) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติที่มีความสอดคล้องกับ นพมาศ ธีรเวคิน (2557) ที่กล่าวว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ ด้านความเข้าใจหรือความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม คือ

1. องค์ประกอบด้านความเข้าใจหรือความรู้ เป็นองค์ประกอบด้านความเชื่อ ความรู้ ความคิด และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายของทัศนคติที่มาจากการประเมิน โดยมีขอบเขตครอบคลุมถึงข่าวสารข้อมูลและความเชื่อที่มีต่อสิ่งของ หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ จากอดีต
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ดี ไม่ดี ที่มีต่อเป้าหมายของทัศนคติ จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงความรู้สึกต่าง ๆ ตลอดทั้งอารมณ์ ความรู้สึกเหล่านี้จะเกิดขึ้นจากสาเหตุหลายทาง เช่น บุคลิก ท่าทาง อุปนิสัย และสิ่งจูงใจ
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เป็นองค์ประกอบด้านความพร้อมหรือแนวโน้มที่บุคคลจะปฏิบัติต่อเป้าหมายของทัศนคติ ซึ่งหมายถึงแนวโน้มของการประพฤติหรือการกระทำซึ่งเป็นไปในทาง

ใดทางหนึ่งและจะกลับกลายมาเป็นการเรียนรู้ในสิ่งที่ได้ปฏิบัติตอบ และเก็บสะสมไว้ในความทรงจำโดยผ่านส่วนของประสบการณ์ที่ได้รับมาในอดีต

จากคำจำกัดความต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ทักษะคติ ประกอบด้วย ความเข้าใจหรือความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม โดยมีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ 1) ความรู้สึกภายใน และ 2) ความพร้อม หรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับวิดีโอโฆษณาออนไลน์

เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทมากกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้น การสื่อสารการตลาดผ่านออนไลน์ในยุคปัจจุบันจึงกลายเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค (จิตติมา จารุวรรณ และอรกัญญา โฆษิตานนท์, 2557) อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการนำเสนอสินค้าสำหรับธุรกิจต่าง ๆ และเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่นักการตลาดจำนวนมากหันไปให้ความสนใจก็คือ วิดีโอออนไลน์ (Video Online) แทนการโฆษณาผ่านสื่อแบบดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ โดยสาเหตุสำคัญที่ทำให้นักการตลาดให้ความสนใจไปที่วิดีโอออนไลน์มากขึ้นมาจากความเชื่อมั่นถึงประสิทธิภาพของการทำงานของวิดีโอออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าช่องทางอื่น ๆ (ณัฐธิดา รัฐธนาวุฒิ, 2559)

ปรีดา ศิริชัยวัฒนานันท์ (2560) ได้กล่าวว่า วิดีโอโฆษณาคือเป็นสื่อดิจิทัลที่เติบโตอย่างมากพร้อมกับความแพร่หลายของการใช้ Youtube และ Facebook Video ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของตราสินค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีวิดีโอโฆษณาใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี วิดีโอโฆษณาก็ควรมีความสร้างสรรค์มากขึ้นเพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

กระบวนการสร้างสรรค์โฆษณานั้นมีจุดประสงค์หลักคือจะต้องสามารถทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคได้ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคสามารถเข้าถึง และรับรู้สื่อได้หลายช่องทางอย่างรวดเร็ว การนำกระบวนการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับการสร้างสื่อวิดีโอโฆษณาออนไลน์ด้วยการสื่อสารผ่านเนื้อหาต่าง ๆ ในรูปแบบที่น่าสนใจก็สามารถสร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจได้ ดังนั้นการสร้างเนื้อหาวิดีโอ (Video Content) ผ่านวิดีโอโฆษณาออนไลน์ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงเพื่อให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ในหลาย ๆ ด้านจากเนื้อหาที่ปรากฏในวิดีโอโฆษณาออนไลน์ ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค สร้างความรู้สึกดีต่อตราสินค้า อันนำไปสู่การรับรู้ถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2558) รวมถึงการสร้างสรรค์วิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่ดีควรมีเทคนิคการนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำตราสินค้าได้ง่ายขึ้น (นิวัฒน์ ชาตะวิทยากุล, 2554)

ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่ผ่านมา พบว่าประเด็นสำคัญในการวัดทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ ได้แก่ ด้านระยะเวลา ด้านการนำเสนอ ด้านเสียง ด้านฟรีเซนต์หรือผู้มีชื่อเสียง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลา

Pashkevich และ Zigmond (2012) ได้ศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบการมีปุ่มให้ข้ามวิดีโอในโฆษณาสตรีมแบบทิววิวกับแบบเดิมที่ไม่อนุญาตให้ข้ามโฆษณาบนยูทูป ซึ่งผู้ชมต้องชมโฆษณาจนจบก่อนได้ข้ามวิดีโอ ผลจากการศึกษาพบว่า การมีปุ่มให้ข้ามโฆษณาหลังชมไปแล้ว 5 วินาที มีประสิทธิภาพมากกว่าแบบเดิม และทำให้ผู้ชมไม่รู้สึกรำคาญ แต่เป็นความพอใจ และลดทัศนคติในแง่ลบต่อการโฆษณา Sandi และ Fachira (2014) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้วิดีโอโฆษณาที่มีปุ่มให้ข้ามหลังจากชมไปแล้ว 5 วินาที พบว่าทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อโฆษณา จะได้รับอิทธิพลจากความรำคาญโฆษณา ความน่าเชื่อถือ และความเกี่ยวข้องของสินค้ากับลักษณะส่วนบุคคล โดยที่ความรำคาญมีอิทธิพลในทางลบและร้อยละ 96.7 ของนักศึกษาจะกดปุ่มข้ามโฆษณา ทั้งนี้ Yang, An, Kafai และ Bhanu (2014) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมในการชมโฆษณาสตรีมแบบทิววิวก่อนยูทูป เพื่อป้องกันการกดข้าม พบว่ารูปแบบโฆษณาวิดีโอออนไลน์อย่างโฆษณาแบบ TrueView บน YouTube ได้สร้างมิติที่ต่างไปจากเดิมให้กับนักการตลาด โดยลบข้อจำกัดเวลา 30 วินาทีแบบเดิม ๆ และทำให้แบรนด์ต่างๆ มีเวลาบอกเล่าเรื่องราวของตนมากขึ้น และยังพบว่าการนำเสนอปุ่ม "ข้าม" หลังจากผ่านไป 5 วินาทีสั้นๆ ยังหมายความว่าผู้ลงโฆษณาจะต้องสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจมากขึ้น

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอ

อมรธิดา การุณยธร (2559) ศึกษาทัศนคติต่อองค์ประกอบตราสินค้าที่มีผลต่อการสร้างความตระหนักรู้ในตราสินค้ากลุ่มโทรคมนาคมภายใต้บริบทของการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน : กรณีศึกษาสติ๊กเกอร์ LINE ของ Official Account ผลการวิจัยพบว่า ภาพกราฟฟิก และมัลติมีเดียแบบต่างๆ สามารถพิสูจน์ได้ว่ามีส่วนช่วยในการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ให้บริษัทหรือตราสินค้าได้ผลดี และทำให้ผู้ใช้เกิดความตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ได้ สอดคล้องกับการศึกษารูปแบบของโฆษณาออนไลน์มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่า เป็นภาพของสินค้ามีสีสันเป็นโทนเย็น ภาพประกอบการโฆษณาส่วนใหญ่จะเป็นภาพเคลื่อนไหวขนาดของภาพประกอบการโฆษณาส่วนใหญ่จะเป็นภาพขนาดปานกลาง (Ilicic and Webster, 2012) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Goldsmith et al. (2002) พบว่า ภาพในสื่อโฆษณามีอิทธิพลที่สูงสุดต่อโฆษณามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติที่มีต่อการโฆษณา และจากการศึกษาของ สหเทพ เพ็ชรเกลี้ยง (2554) ศึกษาการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่งผลกระทบต่อรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภค ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการใช้รูปภาพเคลื่อนไหวในการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าทำให้โฆษณานั้นมีความน่าดึงดูดมากขึ้น

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านเสียง

สหเทพ เพ็ชรเกลี้ยง (2554) ศึกษาการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่งผลกระทบต่อรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภค ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเสียงที่ใช้ในการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sakara & Alhassan (2014) พบว่าการโฆษณาที่ใช้เสียงเพลงดึงดูดหู ทำให้โฆษณานั้นมีความน่าสนใจ เช่นเดียวกับ Bruner & Kumar (2000) พบว่าเสียงเพลงประกอบโฆษณาที่กำลังดังอยู่ จะช่วยทำให้จดจำโฆษณาได้ โดยผู้บริโภคจะให้ความสนใจกับโฆษณาที่ใช้เสียงดนตรีที่มีความตื่นเต้น รวมถึงมีความหมายเข้ากับสินค้า ทำให้จดจำได้ง่าย

(Kim & Kolm, 2010) อีกทั้งผู้ชมจะให้ความสนใจต่อโฆษณาที่ใช้เสียงดนตรีที่ฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลาย (Lau & Lee, 2013) การที่แบรนด์หนึ่ง ๆ สามารถกำหนด Brand Voice ที่ชัดเจนและสามารถสื่อสารด้วย Voice เดียวกันอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาช้านาน นอกจากจะทำให้แบรนด์มีเอกลักษณ์ที่เด่นชัดแล้วยังทำให้แบรนด์มีความน่าเชื่อถือในความรู้สึกของผู้บริโภค (วารสารผู้ส่งออก, 2558)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านพรีเซนเตอร์หรือผู้มีชื่อเสียง

การแนะนำผลิตภัณฑ์โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นดารานักแสดง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค โดยพบว่าผู้บริโภคที่ได้รับข้อมูลจากบุคคลที่มีชื่อเสียงประเภทดารานักแสดงที่เคยใช้หรือคุ้นเคยกับสินค้าตรา นั้น ๆ เป็นอย่างดี จะมีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อโฆษณาได้มากกว่าการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ไม่สามารถเชื่อมโยงกับตราสินค้าได้ (Ilicic and Webster, 2012) ขณะที่รัฐพงศ์ จั้วแจ่มใส (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวโน้มในการรับชมโฆษณาทีวีในสตรีมบนวิดีโอออนไลน์ผ่านทัศนคติ คือ ปัจจัยด้านพรีเซนเตอร์ และเนื้อหาการโฆษณา พบว่า มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อแนวโน้มในการรับชมโฆษณา

Diallo (2012) พบว่า กลุ่มเป้าหมายจะจดจำโฆษณาที่ใช้ภาพถ่ายของผู้มีชื่อเสียงที่มาเป็นพรีเซนเตอร์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ohanian (2013) ที่พบว่า ความน่าเชื่อถือของบุคคลที่ทำการรับรองผลิตภัณฑ์ (source credibility) คือ ลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ส่งสารที่จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อ ผู้รับรองผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ (credibility endorser) คือ บุคคลที่คนทั่วไปยอมรับและเชื่อว่าสิ่งที่เขาบอกกล่าวนั้นจะฝังอยู่ในใจของผู้รับสาร ส่งผลถึงความเชื่อถือในตัวผู้ส่งสาร และเชื่อมโยงไปถึงการก่อตัวทัศนคติของผู้รับสาร เช่นเดียวกับ มนตรี พิริยะกุล (2560) ทำการศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อการโฆษณาสินค้าในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่ถ่ายทอดอิทธิพลขององค์ประกอบของการรับรองผลิตภัณฑ์โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงสู่ความตั้งใจซื้อ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงที่รับรองผลิตภัณฑ์ด้านความเชี่ยวชาญ และความน่าไว้วางใจเป็นตัวแปรที่ถ่ายทอดอิทธิพลบางส่วนผ่านทัศนคติที่มีต่อการโฆษณาสู่ความตั้งใจซื้อ ขณะที่ความดึงดูดใจถ่ายทอดอิทธิพลทั้งหมดผ่านทัศนคติที่มีต่อการโฆษณาสู่ความตั้งใจซื้อ

ทัศนคติต่อตราสินค้า

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่อตราสินค้าที่ผ่านมา พบว่าประเด็นสำคัญในการวัดทัศนคติต่อตราสินค้า ได้แก่ เครื่องหมายตราสินค้าหรือโลโก้และองค์ประกอบด้านสโลแกน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

งานวิจัยของ Miguel (2013) พบว่าสโลแกนเป็นหนึ่งในอีกองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้าง Brand Identity ภาระหน้าที่สำคัญของสโลแกนคือการเข้าไปเชื่อมต่อกับจิตใต้สำนึกของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้ผู้บริโภคจำสโลแกนได้และระลึกถึงแบรนด์ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Sakara & Alhassan (2014) พบว่าการคิดค้นสโลแกนที่ดีมีความสำคัญต่อ Brand Identity เป็นอย่างมาก โดยสโลแกนที่ดีจะต้อง สั้น กระชับ และได้ใจความ สามารถทำให้ผู้อ่าน หรือลูกค้า เข้าใจและเกิดความสนใจภายในข้อความไม่กี่พยางค์

ขณะเดียวกัน การศึกษาถึงองค์ประกอบตราสินค้าด้านรูปแบบโลโก้ พบว่าเกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่เริ่มเห็นความสำคัญของการมีสัญลักษณ์

ที่เป็นตัวแทนของห้าง เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นและจำได้ในระยะไกล ๆ (Sakara & Alhassan, 2014) โดยงานวิจัยของ Pashkevich และ Zigmond (2012) พบว่า การที่โลโก้มีความเรียบง่าย ไม่ได้หมายความว่าทำให้แบรนด์มีความน่าเชื่อถือ ความเรียบง่ายของโลโก้ยังสามารถสะท้อนความเป็นผู้มีรสนิยมและความเป็นมืออาชีพได้ ในขณะที่เดียวกันโลโก้ที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น จะสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการจำได้ง่ายขึ้น

สรุปได้ว่า การเลือกองค์ประกอบตราสินค้าที่ดี จะส่งผลให้ตราสินค้าเป็นที่รับรู้และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่าย ซึ่งมีประโยชน์ในด้านการควบคุมตลาดสินค้า ช่วยเพิ่มยอดขาย ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขาย เนื่องจากเมื่อตราสินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางของผู้บริโภค จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นจากตราสินค้า เป็นการลดเวลาและความพยายามในการขายสินค้าให้กับลูกค้าแต่ละราย และลดการเปรียบเทียบด้านราคาสินค้า เพราะผู้บริโภคยอมรับในราคาสูงกว่าด้วยความเชื่อว่า สินค้าที่มีตราสินค้าเป็นที่นิยมแพร่หลายจะมีคุณภาพดีกว่าสินค้าที่ตราสินค้าเป็นที่ไม่รู้จัก และยังช่วยให้ผู้ผลิตตราสินค้าสามารถแนะนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดได้ง่ายขึ้น หากนำออกจากรายการได้ตราสินค้าที่ยอมรับ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารังนี้ คือ ประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน 47,535,410 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) ผู้วิจัยได้นำมาคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973) ได้จำนวน 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผ่านการตรวจสอบเครื่องมือเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ การวิจัยกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เมื่อนำมาสรุปผลเป็นค่าเฉลี่ยเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้ค่าเท่ากับ 0.85 จึงสรุปว่าแบบสอบถาม มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ อีกทั้งผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ช อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละประเด็น โดยสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่าคะแนนค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.925 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.70 ทุกด้าน จึงถือว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ และมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้เพื่อการวิจัยต่อไป สำหรับสถิติที่ใช้ผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.3 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 33.8 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.3 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 39.8 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 54.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 44.8

ทัศนคติต่อการชมนิตีไอโฆษณาออนไลน์

ทัศนคติต่อการชมนิตีไอโฆษณาออนไลน์ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ลำดับแรก

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านระยะเวลาของวิดีโอโฆษณาออนไลน์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.67) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านการนำเสนอของวิดีโอโฆษณาออนไลน์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.70) ตามด้วยการให้ความสำคัญกับด้านเสียงของวิดีโอโฆษณาออนไลน์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.74) และให้ความสำคัญกับด้านพรีเซนเตอร์หรือผู้มีชื่อเสียงในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อตราสินค้า

ทัศนคติต่อตราสินค้าในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ลำดับแรกพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านสโลแกนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.61) และให้ความสำคัญกับด้านเครื่องหมายตราสินค้าหรือโลโก้ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.59) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple linear regression analysis พบว่า ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ ด้านระยะเวลา ด้านการนำเสนอ ด้านเสียง และด้านพรีเซนเตอร์หรือผู้มีชื่อเสียง ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตัวเอง (Multicollinearity) เนื่องจากค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Tolerance) ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 (คืออยู่ระหว่าง 0.482 ถึง 0.694) และค่าที่สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลร่วมของตัวแปรทำนาย (VIF) ทุกตัวแปร มีค่าน้อยกว่า 10 (คืออยู่ระหว่าง 1.442 ถึง 2.073) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (ยูทอ โภยวรรณ, 2557) ผู้วิจัยจึงทำการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตารางที่ 1

อิทธิพลของทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.767	0.154		11.475	0.00*
TIME	0.125	0.037	0.159	3.357	0.00*
PS	0.153	0.042	0.205	3.609	0.00*
AUD	0.127	0.039	0.180	3.293	0.00*
PST	0.174	0.043	0.216	4.015	0.00*

R = 0.618; R² = 0.383; Adjusted R² = 0.376; SEE = 0.415; Durbin-Watson = 1.743 F = 61.174

หมายเหตุ: TIME = ด้านระยะเวลา, PS = ด้านการนำเสนอ, AUD = ด้านเสียง, PST = ด้านพรีเซนเตอร์หรือผู้มีชื่อเสียง

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ “ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์” และตัวแปรตาม “ทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย” ซึ่งมีค่าเท่ากับ

0.61 ดังนั้นทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ ด้านระยะเวลา ด้านการนำเสนอ ด้านเสียง และด้านฟรีเซนต์หรือผู้มีชื่อเสียงมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย โดยมีค่าความผันแปรของตัวแปรตอบสนอง (R Squared) เท่ากับ 0.38 หรือสามารถร่วมกันทำนายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 38 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Coefficients) พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทยมากที่สุด คือ ด้านฟรีเซนต์หรือผู้มีชื่อเสียง (0.216) รองลงมาคือ ด้านการนำเสนอ (0.205) ด้านเสียง (0.180) และด้านระยะเวลา (0.159)

สรุปและอภิปรายผล

อิทธิพลของทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย

ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย ร้อยละ 38 โดยที่ด้านฟรีเซนต์หรือผู้มีชื่อเสียงมีอิทธิพลมากที่สุด (Beta = 0.216) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Diallo (2012) พบว่า กลุ่มเป้าหมายจะจดจำโฆษณาที่ใช้ภาพถ่ายของผู้มีชื่อเสียงที่มาเป็นฟรีเซนต์ และสอดคล้องกับวาทีนิ เจริญสุขสุจิตต์ (2552) และ Ilicic and Webster (2012) โดยพบว่าผู้บริโภคที่ได้รับข้อมูลจากบุคคลที่มีชื่อเสียงประเภทดารานักแสดงที่เคยใช้หรือคุ้นเคยกับสินค้าตราสินค้านั้น ๆ เป็นอย่างดี จะมีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อโฆษณาได้มากกว่าการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ไม่สามารถเชื่อมโยงกับตราสินค้าได้

ตัวแปรที่มีระดับอิทธิพลรองลงมาคือ ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ด้านการนำเสนอ ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย (Beta = 0.205) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษารูปแบบของโฆษณาออนไลน์มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่า เป็นภาพของสินค้ามีสีสันเป็นโทนเย็น ภาพประกอบการโฆษณาส่วนใหญ่จะเป็นภาพเคลื่อนไหวขนาดของภาพประกอบในการโฆษณา ส่วนใหญ่จะเป็นภาพขนาดปานกลาง (Ilicic and Webster, 2012) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Goldsmith et al. (2002) พบว่า ภาพในสื่อโฆษณามีอิทธิพลที่สุดต่อโฆษณามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติที่มีต่อการโฆษณา และจากการศึกษาของสหเทพ เพ็ชรเกลี้ยง (2554) ศึกษาการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภค ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการใช้รูปภาพเคลื่อนไหวในการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าทำให้โฆษณานั้นมีความน่าดึงดูดมากขึ้น

ตัวแปรที่มีระดับอิทธิพลถัดมาคือ ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ด้านเสียงส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย (Beta = 0.180) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sakara & Alhassan (2014) พบว่าการโฆษณาที่ใช้เสียงเพลงดังติดหู ทำให้โฆษณานั้นมีความน่าสนใจ เช่นเดียวกับ Bruner & Kumar (2000) พบว่าเสียงเพลงประกอบโฆษณาที่กำลังดังอยู่ จะช่วยทำให้จดจำโฆษณาได้ โดยผู้บริโภคจะให้ความสนใจกับโฆษณาที่ใช้เสียงดนตรีที่มีความตื่นเต้น รวมถึงมีความหมายเข้ากับสินค้า ทำให้จดจำได้ง่าย (Kim & Kolm, 2010) อีกทั้งผู้ชมจะให้ความสนใจต่อโฆษณาที่ใช้เสียงดนตรีที่ฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลาย อีกทั้งผลการศึกษาของสหเทพ เพ็ชรเกลี้ยง (2554) ยังพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเสียงที่ใช้ในการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

รวมทั้งทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ด้านระยะเวลาส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย (Beta = 0.159) เป็นอันดับสุดท้าย โดย Pashkevich และ Zigmond (2012) พบว่าการมีปุ่มให้ข้ามโฆษณาหลังชมไปแล้ว 5 วินาที มีประสิทธิภาพมากกว่าแบบเดิม และทำให้ผู้ชมไม่รู้สึกรำคาญ แต่เป็นความพอใจ และลดทัศนคติในแง่ลบต่อการโฆษณา อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Sandi และ Fachira (2014) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมวิดีโอโฆษณาที่มีปุ่มให้ข้ามหลังจากชมไปแล้ว 5 วินาที พบว่าทัศนคติของผู้ซื้อที่มีต่อโฆษณา จะได้รับอิทธิพลจากความรำคาญโฆษณา ความน่าเชื่อถือและความเกี่ยวข้องของสินค้ากับลักษณะส่วนบุคคล โดยที่ความรำคาญมีอิทธิพลในทางลบและร้อยละ 96.7 ของนักศึกษาจะกดปุ่มข้ามโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย ร้อยละ 38 โดยที่ด้านฟรีเซนต์หรือผู้มีชื่อเสียงมีอิทธิพลมากที่สุด ดังนั้นเจ้าของสินค้าหรือผู้ให้บริการวิดีโอออนไลน์ ควรคัดสรรฟรีเซนต์ที่มีคาเรคเตอร์หรือไลฟ์สไตล์ที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้ชมกับฟรีเซนต์มีความรู้สึกใกล้ชิดกันมากขึ้น (Ohanian, 2013) ทั้งนี้ควรระวังการเลือกใช้ฟรีเซนต์ที่หน้าซ้ำกัน เนื่องจากรับฟรีเซนต์หลายแบรนด์ ทำให้คนจดจำแบรนด์ไม่ได้ หรือไม่เกิดการเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์กับฟรีเซนต์ เจ้าของสินค้าหรือผู้ให้บริการวิดีโอออนไลน์จึงต้องทำให้ฟรีเซนต์ที่เลือกมีความโดดเด่นและประกบกับแบรนด์อย่างเด่นชัด (นลินทิพย์ ภัคศรีกุลกำธร, 2563)

2. จากการศึกษาทัศนคติต่อการชมวิดีโอโฆษณา ผู้บริโภคชาวไทยให้ความสำคัญกับเรื่องระยะเวลาการนำเสนอของวิดีโอโฆษณาออนไลน์ที่ผู้ลงโฆษณาสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจต่าง ๆ ก่อน 5 วินาที ทำให้ไม่กดข้ามวิดีโอโฆษณาออนไลน์มากที่สุด ดังนั้นเจ้าของสินค้าหรือผู้ให้บริการวิดีโอออนไลน์ ควรเล่าประเด็นสำคัญของสินค้าให้ครบถ้วนและมีความน่าสนใจภายใน 5 วินาทีแรก ซึ่งเป็น “ช่วงต้น” ของคอนเทนต์อยู่แล้ว ซึ่งแนวคิดเบื้องต้นคือการทำ 5 วินาทีแรกก่อนที่คนจะกด SKIP นั้น “น่าสนใจ” หรือ “น่าดึงดูด” เพียงพอที่จะทำให้คนอยากดูต่อ โดยการสร้างสรรค์คอนเทนต์วิดีโอหรือเรื่องราวที่สร้างให้ผู้ชมมีประสบการณ์ร่วมในวิดีโอโฆษณาออนไลน์ เพื่อที่จะทำให้นักชมนั้นชมต่อไป และจับความสนใจของคนจะทะลุความสนใจ 5 วินาทีนั้นขึ้นมา

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาเรื่องการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นฟรีเซนต์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค โดยสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทาง ในการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้าได้

2. ในการศึกษาครั้งถัดไปควรมีการเปรียบเทียบรูปแบบวิดีโอโฆษณาออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบวิดีโอโฆษณาออนไลน์ให้มีความสอดคล้องกับความตั้งใจชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์และความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งถัดไปควรระบุประเภทผู้ชมวิดีโอโฆษณาออนไลน์ให้มีความชัดเจน เช่น ระบุจังหวัดหรือประเภทของสินค้าและบริการ เพื่อจะได้มีข้อมูลที่สามารถอธิบายผลกระทบที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). *การทำธุรกรรมทางออนไลน์ภายในประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

จิตติมา จารุวรรณ และอรกัญญา โฆษิตานนท์. (2557). พฤติกรรมและปัจจัยสำคัญจากการสื่อสารการตลาดที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจากการสื่อสารการตลาดในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 38-49.

ณัฐธิดา รัฐธนาวุฒิ. (2559). *ทำไม Online Video Advertising ถึงสำคัญสำหรับการทำโฆษณาออนไลน์*. จาก <https://www.marketingoops.com/media-ads/video/why-online-video-advertising/>. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2561.

ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). *Digital Marketing : Concept and Case Study อัพเดท 2015* พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: บริษัท ไอทีซี พรีเมียร์ จำกัด.

นพมาศ ธีรเวคิน. (2557). *จิตวิทยาสังคมกับชีวิต* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นลินทิพย์ ภัคศรีกุลกำธร. (2563). *ทำไมต้องใช้ฟรีเซ็นเตอร์*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/11525>. สืบค้นเมื่อ 14 เมษายน 2563.

นิวัฒน์ ชาตะวิทยากุล. (2554). *iMarketing 10.0 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก* พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท โปรวีชั่น จำกัด.

ปัญญาพนต์ พูนสวัสดิ์. (2558). *EdTech นวัตกรรมการสอนยุคดิจิทัล*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ปรีดา ศิริชัยวัฒนานันท์. (2560). *เครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์*.

จาก <https://sirichaiwatt.com/บทความการตลาด/สอนการตลาดออนไลน์/เครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์1>. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2561.

มนตรี พิริยะกุล. (2560). อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อการโฆษณาสินค้าในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่ถ่ายทอดอิทธิพลขององค์ประกอบของการรับรองผลิตภัณฑ์โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงสู่ความตั้งใจซื้อ.

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, 7(13), 31-50.

ยุทธ ไกยวรรณ. (2557). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัฐพงศ์ จำเริญใส. (2560). การศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มของผู้บริโภคสื่อโฆษณาในสตรีมบนกลุ่มวิดีโอออนไลน์. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 6(1), 9-24.

วารสารผู้ส่งออก. (2558). การกำกับดูแลแบรนด์. *ผู้ส่งออก*, 18(423), 51-53.

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2558). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ศรัณย์ อมาตยกุล. (2559). บุคลิกภาพตราสินค้า. *วารสารนักบริหาร*, 36(2), 89-101.

-
- สหเทพ เพ็ชรเกลี้ยง. (2554). *การโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภคในประเทศไทย*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *ประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Bruner, G. C. & Kumar, A. (2000). Web Commercials and Advertising Hierarchy of Effects. *Journal of Advertising Research*, 40(1-2), 35-44.
- Cheah and Phau. (2005). Attitudes towards environmentally friendly products: the influence of ecoliteracy, interpersonal influence and value orientation. *Marketing Intelligence and Planning*, 29 (5): 452-472.
- Diallo, M.F. (2012). Effects of store image and store brand price-image on store brand purchase intention: Application to an emerging market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19, 360-367.
- Goldsmith, R. E. (2002). Explaining and predicting consumer intention to Purchase over the internet: an exploratory study. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 22-28.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer behavior* (6th ed.). Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Kim, A.J., & Kolm, E. (2010). Pacts of luxury fashion brand's social media marketing on customer relationship and purchase intention. *J Global Fashion Market*, 1(3), 164-171.
- Lau, G. T., & Lee, L.G. (2013). Customer's Trust in Brand Image and The Link to Brand Equity. *Journal of Market Focused Management*, 4(3), 341-370.
- Limbu, Y. B., Huhmann, B. A., Peterson, R. T. (2012). An examination of humor and endorser effects on consumers' responses to direct-to-consumer advertising: The moderating role of product involvement. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 6(1), 23-38.
- Ilicic, J. & Webster, C. M. (2012). Effects of multiple endorsements and consumercelebrity attachment on attitude and purchase intention. *Australasian Marketing Journal*, 19 (4), 230-237.
- Miguel, R.S. (2013). Axe's Brand Personality and Brand Equity: Consumers' Perspectives on The Brand's Personality and Brand Equity. *Journal of Advertising Research*, 32(4), 11-33.
- Nicosia, F. (2006). *Consumer decision processes: Marketing and advertising implications*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ohanian, R. (2013). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39-52.

- Pashkevich, M. & Zigmond, D. (2012). Empowering online advertisements by empowering viewers with the right to choose the relative effectiveness of shippable video advertisements on YouTube. *Journal of Advertisement Research*, 52 (4), 451-457.
- Sakara, A., & Alhassan, F. (2014). An Assessment of Brand Equity and Brand Image Influences The Purchase Behavior of Female Cosmetic Consumers: A Case of Career Women in Ghana. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(10), 1-14.
- Sandi, T., & Fachira, I. (2014). User'Attitude Towards Skippable Ads on Youtube Trueview In-Stream-An Empirical Study among College Students in Bundung, *Journal of Business and Management*, 3 (8), 850-859.
- Subhadip, R., Jain, V., and Rana, P. (2013). The moderating role of consumer personality and source credibility in celebrity endorsements. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 5(1), 72-88.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* 3rdEd. New York: Harper and Row. Publications.
- Triandis, H. C. (2014). *Attitude and Change*. New York: Wiley.
- Yang, S., An, L., Kafai, M., and Bhanu, B. (2014). To Skip or not to Skip? A Dataset of Spontaneous Affective Response of Online Advertising (SARA) for Audience Behavior Analysis. *Automatic Face and Gesture Recognition (FG), 2015 11th IEEE International Conference and Workshops*.
- Yuhmiin, C. & Thorson, E. (2004). Television and Web Advertising Synergies. *Journal of Advertising*, 33(2), 75-84.

การเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ

Choices of Thai Outbound Tourists on Sharing Economy Accommodation through the Agency

ชาญวิทย์ ชินกิจการ

Chanvit Chinkitjakarn¹

วารางคณา ตันทสันติสกุล

Warangkana Tantasuntisakul²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน ตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (2) ศึกษาปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการห้องพักในต่างประเทศผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ภายในระยะเวลา 6 เดือน ที่ผ่านมาเท่านั้น โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาความแตกต่างของค่าที (t-test) และทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ (1) ด้านการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.75$) (2) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ($\bar{X} = 3.73$) (3) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.72$) (4) ด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.72$) (5) ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X} = 3.26$) ตามลำดับ และยังพบว่าปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพต่างกัน มีส่งผลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การเลือกใช้บริการ เศรษฐกิจแบ่งปัน นักท่องเที่ยวไทย

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: seasunz.c@hotmail.com

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
E-mail: warangkana.t@psu.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to investigate the choices on Sharing Economy accommodation through the Agency and to compare the choices on Sharing Economy accommodation through the Agency of Thai outbound tourists to its demographic characteristic. Samples selected through purposive sampling, were 400 Thai outbound tourists who made an accommodation reservation via the Agency in the past six months. The research instrument used online questionnaire surveys. In this quantitative research, frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test with One-Way ANOVA were taken into the analysis. The findings revealed that the samples highly relied and decided to reserve Sharing Economy accommodation through Agency ($\bar{X} = 3.64$). In-depth study found that the most influenced factors were Evaluation of Alternative ($\bar{X} = 3.75$), Need Recognition ($\bar{X} = 3.73$), Purchase Decision ($\bar{X} = 3.72$), Information Search ($\bar{X} = 3.72$), and Post Purchase Behavior ($\bar{X} = 3.26$), respectively. Moreover, the differences of the demographic factors namely: age, marital status, monthly income, and occupation affected the level of purchase decision on reserving sharing economy accommodation through agency at the statistically significant level .05.

Keywords: Consumer's Decision Making, Sharing Economy, Thai Tourist

บทนำ

ผลสำรวจเกี่ยวกับแผนการท่องเที่ยวระดับโลกของวีซ่าเผยให้เห็นว่าในปีพ.ศ. 2560 นักเดินทางชาวไทยเดินทางไปต่างประเทศบ่อยที่สุด (Visa Global Travel Intentions Study, 2018 อ้างถึงใน อรรถา รอดพันธุ์, 2555) สอดคล้องกับสถิติการเดินทางออกนอกประเทศของคนไทยที่เพิ่มขึ้นทุกปี จากปีพ.ศ. 2557 คนไทยเดินทางไปยังต่างประเทศ 8,488,609 คนปีพ.ศ. 2558 จำนวน 9,170,938 คน ปีพ.ศ. 2559 จำนวน 10,482,416 คน และปีพ.ศ. 2560 จำนวน 5,392,574 คนสำรวจจากเดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน (สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง, 2561) ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2559 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เฉลี่ย 5.49 วัน ต่อ 1 ทริป มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ วันละ 5,592.15 บาทและคนไทยมีการใช้จ่ายในต่างประเทศรวมทั้งหมด 251,885.24 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศ อาทิ ค่าตัวสำหรับการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าตัวชมสถานที่ต่าง ๆ หรือค่าของฝาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

นักท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเข้าถึงที่พัก การค้นหาแหล่งที่พัก ณ จุดหมายปลายทางนั้น ๆ การให้บริการจองห้องพัก แบบออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดธุรกิจคนกลางในการรับจองที่พักโรงแรมที่ เรียกว่า Online Travel Agent (OTA) ซึ่งเป็นธุรกิจตัวกลางออนไลน์ เชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่พักกับนักท่องเที่ยวโดยรวมที่พักหลาย ๆ แห่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถ

เปรียบเทียบราคาและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ความต้องการ ทำการจอง ตลอดจนจ่ายเงิน เพื่อพร้อมเข้าพักได้ในที่เดียว (อารยา จันทรสกุล, 2560)

ระบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปันที่เติบโตขึ้นภายใต้ช่องทางในการติดต่อ สื่อสารที่สะดวก ระหว่างบุคคลสู่บุคคลผ่านการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เป็นการเติมเต็มข้อจำกัดในการติดต่อสื่อสารและการตอบสนองต่อผู้ใช้งาน (Daunoriene, 2015) ในการเข้าถึงทั้งสินค้าและบริการ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น ผ่านการให้บริการบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟน ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในการทำให้การเชื่อมโยงบุคคลให้เกิดเป็นชุมชน (Matzler, Veider, & Kathan, 2015) Airbnb เป็นบริการที่พักสำหรับผู้เดินทางทั่วโลกที่ต้องการหาที่พักราคาประหยัดหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยเจ้าของที่พักคือคนในท้องถิ่นที่มีห้องหรือบ้านเกินความต้องการใช้ (วิระวุฒิ จงวัฒนมนตรี, 2560)

จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เศรษฐกิจแบ่งปันได้เข้ามามีบทบาท ทำให้ธุรกิจจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปันเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้รับความสนใจอย่างมากจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่า ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ของผู้ประกอบการด้านที่พัก เพื่อให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้มากขึ้น และรองรับความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการท่องเที่ยว รวมทั้งพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการจองที่พักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศได้มากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

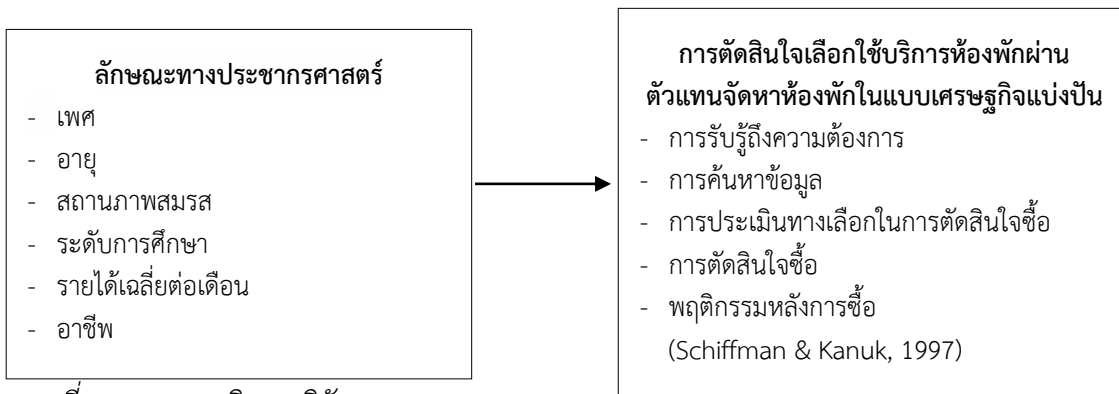
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งสามารถเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการห้องพักนำไปใช้พัฒนาให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
2. ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งเจ้าของห้องพัก บ้านพักหรือผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงแผนธุรกิจการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการห้องพักแก่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปยังต่างประเทศของลูกค้านักท่องเที่ยวต่าง ๆ

การทบทวนวรรณกรรม

อรภา รอดพันธ์ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ผ่าน website agoda.com ของผู้บริโภคชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ผ่าน website agoda.com ของผู้บริโภคชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ผ่าน website agoda.com ไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวม และรายด้านย่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การทดสอบสมมติฐาน พบว่าราคาเหมาะสม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ผ่าน website agoda.com มีค่ามากกว่า 0.05

พรกมล ลิ้มโรจน์นุกูล (2560) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ ผลงานวิจัย พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ไม่แตกต่างกัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ภายในระยะเวลา 6 เดือน ที่ผ่านมา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ภายในระยะเวลา 6 เดือน ที่ผ่านมา ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบประชากร โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1977 อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา, 2558) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่เกิดความผิดพลาด ผู้วิจัยจึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 4% เท่ากับ 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการห้องพักในต่างประเทศผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ภายในระยะเวลา 6 เดือน ที่ผ่านมาเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีของ Kotler and Armstrong (2013) ซึ่งเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้

2. นำแบบสอบถามที่สร้างไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดออนไลน์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อมาวิเคราะห์หาความเที่ยง ตรงเชิงเนื้อหาและภาษา ซึ่งได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 จะถือเป็นที่ยอมรับได้ (Rovinelli and Hambleton, 1977 อ้างถึงใน กัลยา วาณิชย์บัญชา และจิตตา วาณิชย์บัญชา, 2558)

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ไปทำการทดลองใช้ กับกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่เคยใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (α -Coefficient) จะต้องได้ค่าดัชนีมากกว่า .7 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2550) ซึ่งจากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน α -Coefficient เท่ากับ .901 โดยถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยผ่าน Survey Monkey ผู้วิจัยได้นำลิงค์ของแบบสอบถามแหวนไว้ตามเว็บไซต์ยอดนิยม เช่น เว็บไซต์ pantip เว็บไซต์ Chillpainai เป็นต้น เพราะเป็นเว็บไซต์ที่ผู้บริโภคโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวนิยมใช้ในการเพื่อการค้นหาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งจะระบุไว้ว่าผู้ที่สามารถตอบแบบสอบถามได้จะต้องเป็นผู้ที่เคยใช้บริการห้องพักรในต่างประเทศผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ภายในระยะเวลา 6 เดือน ที่ผ่านมาเท่านั้น โดยใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2563 จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. ประเมินระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน วิเคราะห์โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. ปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน วิเคราะห์โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-Test) และทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.75 ซึ่งมีสถานภาพสมรส/ อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 53.25 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.00 ซึ่งมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 36.50 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (n=400)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	190	47.50
หญิง	210	52.50
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	27	6.75
20 - 29 ปี	81	20.25
30 - 39 ปี	102	25.50
40 - 49 ปี	119	29.75
50 ปีขึ้นไป	71	17.75
สถานภาพ		
โสด	148	37.00
สมรส/ อยู่ด้วยกัน	213	53.25
หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	39	9.75
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	43	10.75
ปวช./ ปวส.	87	21.75
ปริญญาตรี	206	51.50
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	64	16.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	42	10.50
15,001 - 20,000 บาท	44	11.00
20,001 - 25,000 บาท	34	8.50
25,001 - 30,000 บาท	55	13.75
30,001 - 35,000 บาท	88	22.00
40,001 - 45,000 บาท	87	21.75
45,001 - 50,000 บาท	39	9.75
มากกว่า 50,000 บาท	11	2.75

ตารางที่ 1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (n=400) (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	37	9.25
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	84	21.00
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	146	36.5
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	113	28.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	20	5.00
รวม	400	100.00

2. กลุ่มตัวอย่าง มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1. ด้านการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ 2. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ 3. ด้านการตัดสินใจซื้อ 4. ด้านการค้นหาข้อมูล และระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่าน ตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	3.73	0.72	มาก
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.72	0.72	มาก
3. ด้านการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ	3.75	0.68	มาก
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.72	0.69	มาก
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	3.26	0.69	ปานกลาง
โดยรวม	3.64	0.70	มาก

3. ปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	การตัดสินใจใช้บริการห้องพักรผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน					โดยรวม
	การรับรู้ถึง ความต้องการ	การค้นหา ข้อมูล	การประเมิน ทางเลือกใน การตัดสินใจซื้อ	การตัดสินใจ ซื้อ	พฤติกรรม หลังการซื้อ	
1. เพศ	.574	.047*	.787	.034*	.029*	.251
2. อายุ	.002*	.000*	.000*	.000*	.015*	.000*
3. สถานภาพ	.019*	.042*	.000*	.000*	.003*	.000*
4. ระดับการศึกษา	.790	.646	.748	.074	.941	.511
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.000*	.000*	.000*	.000*	.000*	.000*

ตารางที่ 3

ปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	การตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน					
	การรับรู้ถึงความต้องการ	การค้นหาข้อมูล	การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ	การตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมหลังการซื้อ	โดยรวม
6. อาชีพ	.717	.004*	.420	.001*	.506	.017*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อแตกต่างกัน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผล

ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของเกศกานจน์ ชันอ้วน (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านสื่อออนไลน์ ของธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวม และรายด้าน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่

1. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน อยู่ในระดับมาก เพราะการได้รับการบริการที่ไม่ประทับใจในอดีตจึงต้องหาบริการอื่นมาทดแทน การรับรู้การส่งเสริมการตลาดมีการโฆษณาสด แลก แจก แถม ทำให้เกิดความต้องการ และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้จ่ายหรือใช้บริการในครั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของฐิตาภัทร์ ททรัพย์เจริญกุล (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่จองห้องพักผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ การให้บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก

2. ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน มีระดับการตัดสินใจเลือก ใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน อยู่ในระดับมาก โดยมีการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ทราบข้อมูลจากกลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก และการสอบถามจากสื่อมวลชน สอดคล้องกับการศึกษาของอรอมล ศรีจาด (2560) ศึกษา อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อทัศนคติและการตัดสินใจจองที่พัก ผ่านแอปพลิเคชัน Booking.com ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจจองที่พัก ด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

3. ด้านการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน อยู่ในระดับมาก โดยมีการเปรียบเทียบราคาห้องพักกับที่อื่น เลือกจากความศรัทธาในแบรนด์ของสินค้า และประเมินทางเลือกขึ้นพื้นฐานจาก ความโดดเด่น สอดคล้องกับการศึกษาของอรอมล ศรีจาด (2560) ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อทัศนคติและการตัดสินใจจองที่พัก ผ่านแอปพลิเคชัน Booking.com ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจจองที่พัก ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

4. ด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน ตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีการเปรียบเทียบทำเลที่ตั้งของห้องพักกับห้องพักแห่งอื่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน และราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่น สอดคล้องกับการศึกษาของจตุพร รัตน์เถลิงศักดิ์ (2555) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการระบบจองห้องพักออนไลน์ของธุรกิจที่พักในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ มีผลในการเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก

5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน อยู่ในระดับมาก เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากบริการก็จะแชร์ประสบการณ์ให้คนรอบข้าง ถ้าพอใจก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ ถ้าหากไม่พอใจบริการที่ได้รับก็อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีก สอดคล้องกับ

การศึกษาของอรภา รอดพันธ์ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ผ่าน website agoda.com ของผู้บริโภครชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ในอนาคตคาดว่าจะใช้บริการ website agoda.com

สรุปได้ว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ประกอบด้วย การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ การรับรู้ถึงความต้องการ การตัดสินใจซื้อ การค้นหาข้อมูล พฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ที่มีเพศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของวีระวุฒิ จงวัฒนมนตร์ (2560) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB) ผลการวิจัย พบว่า พบว่าปัจจัยทางด้านเพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของที่ ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ที่มีอายุ ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของวีระวุฒิ จงวัฒนมนตร์ (2560) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB) ผลการวิจัย พบว่า พบว่าปัจจัยทาง ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของที่ แตกต่างกัน

สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของกฤษฎี เทียนชนะไชยา (2557) ทำการศึกษา ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับการศึกษาของภูษณิษา ปิงชามาตย์ (2560) ศึกษาความคิดเห็นและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในการเลือกจองโรงแรมผ่านออนไลน์เอเจนซี่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นและความเชื่อมั่นในการเลือกจองโรงแรมผ่านออนไลน์เอเจนซี่ แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศโดยเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของพรกมล ลีมีโรจน์นุกูล (2560) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ ผลงานวิจัย พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการเลือกห้องพัก เป็นอย่างมาก จึงเป็นโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจเศรษฐกิจแบ่งปัน ด้านห้องพักที่จะส่งเสริมการขายได้ง่ายและสะดวกขึ้น ดังนั้น ด้านห้องพัก จึงต้องให้ความสำคัญกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอนของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว โดยในขั้นตอนด้านการรับรู้ถึงความต้องการนั้น ควรให้ความสำคัญต่อการให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ให้รู้สึกว่าได้รับประโยชน์สูงสุดในการเข้ามาใช้บริการ และอาจทำการส่งเสริมการตลาดมีการโฆษณา ลด แลก แจกแถมทำให้เกิดความต้องการ ขั้นตอนด้าน การค้นหาข้อมูล ควรให้ความสำคัญต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ให้มากที่สุดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักและรายละเอียดของการให้บริการห้องพักได้สะดวก ขั้นตอนด้านการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ ควรสร้างความโดดเด่นของห้องพักว่ามีความแตกต่างจากห้องพักอื่น ๆ อย่างไร ทั้งในด้านภาพลักษณ์ของการให้บริการ ราคาห้องพัก ตลอดจนการสร้างแบรนด์ให้นักท่องเที่ยวจดจำ ขั้นตอนด้านการตัดสินใจซื้อ ควรนำเสนอถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญ การเดินทางสะดวก และมีราคาที่เหมาะสม ขั้นตอนด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นส่วนสุดท้ายของขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ จึงควรสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเพื่อจะได้เกิดความพึงพอใจจากการบริการก็จะแพร่ประสบการณ์ให้กับคนรอบข้าง เกิดการเข้ามาใช้บริการซ้ำ การแนะนำลูกค้ารายใหม่

จากขั้นตอนการตัดสินใจซื้อที่มีประเด็นที่ผู้รับบริการพิจารณา ได้แก่ ประโยชน์สูงสุดที่จะได้รับจากการใช้จ่าย ประเมินถึงความโดดเด่น และความศรัทธาในรูปแบบของสินค้า มีสิ่งที่ได้เปรียบจากห้องพักแหล่งอื่นๆ มีราคาที่ถูกลงกว่า เพราะถ้าหากว่าได้รับบริการที่พึงพอใจก็จะกลับมาใช้บริการอีก เนื่องจากความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิง หรือเพศชาย หรือจะต่างสถานภาพกันก็ตามก็จะแตกต่างกันไปตามความประทับใจที่ได้รับจากการบริการนั้นๆ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และมีอาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจเศรษฐกิจแบ่งปัน จึงควรให้ความสำคัญกับความแตกต่างของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ด้านอายุ ควรจัด บริการที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวโน้มจะเป็น กลุ่มลูกค้าที่สำคัญที่มีปริมาณที่มากขึ้น เนื่องจากประเทศต่าง ๆ เริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การจัดบริการห้องพักจึงควรให้ความสำคัญต่อการใช้บริการของผู้สูงอายุ เช่น ทางขึ้น-ลง ห้องน้ำ บริการด้านการพยาบาล เป็นต้น ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นหรือวัยทำงาน มักจะชื่นชอบความตื่นเต้น สวยงาม จึงควรจัดบริเวณห้องพักให้สามารถชื่นชมทัศนียภาพที่สวยงามจากห้องพัก เป็นต้น ด้าน สถานภาพ ควรคำนึงถึงความแตกต่างของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มักจะเดินทางมาเป็นครอบครัว ดังนั้น การจัดห้องพักควรมีเตียงนอน ตั้งแต่ 3 เตียงหรือนอนได้ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป โดยไม่ต้องให้นักท่องเที่ยวแจ้งความประสงค์ขอเตียงเสริม ดังนั้น การจัดห้องพักให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจึงควรจัดให้มีจำนวนเตียงที่หลากหลาย เหมาะสม กับกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยไม่ต้องเรียกเก็บค่าใช้จ่ายค่าจัดเตียงเสริมเพิ่ม อันจะสร้างความประทับใจและ ความพึงพอใจนักท่องเที่ยว ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ควรจัดบริการที่คำนึงถึงความแตกต่างเกี่ยวกับ รายได้ของนักท่องเที่ยว โดยการพิจารณาจากบริการเสริมและคุณภาพห้องพักที่แตกต่างกันออกไปให้ เหมาะสมกับราคา ต้นทุนค่าใช้จ่าย เพื่อที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายระดับรายได้ และด้านอาชีพ ควรจัดบริการห้องพักที่คำนึงถึงความแตกต่างของอาชีพของนักท่องเที่ยว ที่มักจะมี ความต้องการที่ต่างกัน เช่น นักธุรกิจ หรือผู้ประกอบการควรจัดห้องพักให้มีความหรู ทันสมัย นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษาควรจัดห้องพักให้มีการตกแต่งที่แปลกตา แสดงโอเดียนที่สร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ ควรจัดให้มีความเรียบง่าย ใช้สอยอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้สะดวก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพัก แบบเจาะลึก การสังเกต เพื่อให้เห็นข้อมูลที่มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น 2) ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมี การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ผ่าน ของผู้บริโภคชาวไทย และ ชาวต่างชาติว่ามีพฤติกรรมการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ แตกต่างกันหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อมูลมา ปรับปรุง และพัฒนาเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ 3) ควรทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน ตามอายุ สถานภาพ รายได้และอาชีพว่าแต่ ละกลุ่มที่ต่างกันมีความต้องการใช้บริการห้องพักผ่านตัวแทนจัดหาห้องพักในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน แตกต่างกันอย่างไร เพื่อสำหรับใช้ในการวางแผนการตลาด

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา. (2558). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 27. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- กฤษฎี เทียนชนะไชยา. (2557). *ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกศกาจณ์ ชันอ้วน. (2560). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านสื่อออนไลน์ ของธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- จตุพร รัตน์เถลิงศักดิ์. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการระบบจองห้องพักออนไลน์ของธุรกิจที่พักในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2550). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุวิริยาสาสน.
- พรกมล ลิ้มโรจน์บุญกุล. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภูษนิษา ปัจขามาตย์. (2560). *ความคิดเห็นและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในการเลือกจองโรงแรมผ่านออนไลน์เอเจนซี*. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วีระวุฒิ จงวัฒน์มนตรี. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB)*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. (2561). *สถิติการเดินทางออกนอกประเทศของคนไทยระหว่างปี พ.ศ. 2557-2560*. กรุงเทพฯ: สำนักงานตำรวจแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- อรภา รอดพันธ์. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ผ่าน website agoda.com ของผู้บริโภคชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- อรอมล ศรีจาด. (2560). *อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อทัศนคติและการตัดสินใจจองที่พัก ผ่านแอปพลิเคชัน Booking.com ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12 ปีการศึกษา 2560. วันที่ 17 สิงหาคม 2560 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อารยา จันทรสกุล. (2560). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว: การบริหารจัดการธุรกิจที่พักในยุคออนไลน์*. กรุงเทพฯ: ธนาकारแห่งประเทศไทย.
- Daunoriene, a. (2015). Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models. *Social and Behavioral Sciences*, 213, 836-841.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of marketing*. (15th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). Adapting to the Sharing Economy.

MIT Sloan Management Review, 56(2), 70-76.

Schiffman, L. G., & Kanuk. L. L. (2004). *Consumer behavior* (8th ed.). New Jersey:

Pearson Education International.

อิทธิพลของแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬา

The Influence of Word-of-Mouth Information Source on Sporting Goods Purchase Behavior

นันทสรี สุโขโต

Nuntasaree Sukato¹

สิทธิ์ ธีรสรณ์

Sid Terason²

พิรยุต วัฒนธณยานนท์

Pirayut Pattanayanon³

บทคัดย่อ

การบอกต่อเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลในปัจจุบัน งานวิจัยเรื่องนี้มุ่งค้นหาว่าแหล่งข้อมูลของการตลาดแบบบอกต่อมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬาของผู้บริโภคอย่างไร ผู้วิจัยใช้วิธีสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของร้านค้าสินค้ากีฬา ซึ่งเลือกมาโดยวิธีสุ่ม และทดสอบโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยเทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวระหว่างกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่าแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความถี่ของการซื้อสินค้า การเลือกสถานที่ซื้อ เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ และการคำนึงเรื่องราคาของสินค้า สุดท้าย บทความนี้อภิปรายความหมายที่มีต่อผู้ทำการตลาดและนักวิชาการ รวมทั้งนำเสนอแนวทางการวิจัยในอนาคตที่อาจใช้สถานที่และบริบทการวิจัยที่ต่างไป

คำสำคัญ: พฤติกรรมการซื้อ สินค้ากีฬา การบอกต่อ

Abstract

Word of mouth is an important marketing strategy for business in today's digital era. This research aims to understand how the source of word-of-mouth marketing functions to affect the buying behavior of sporting goods consumers. A survey was conducted on a probability sample of a retail store's customers through a questionnaire. A one-way analysis of variance was used to test the model. The study found a significant effect of word-of-mouth source on consumer behavior in all four aspects which include purchase frequency, purchase location, purchase time, and purchase price concern. The paper ends with a discussion of the implications from the findings for marketing managers as well as researchers, and suggests directions for future research in different settings and contexts.

¹ อาจารย์ วิทยาลัยพัฒนามหานคร มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

E-mail: nuntasaree@nmu.ac.th

² อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: sterason@gmail.com

³ อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

E-mail: pirayut.p@gmail.com

Keywords: Purchase Behavior, Sporting goods, Word of Mouth

บทนำ

ตลาดสินค้ากีฬาเป็นตลาดที่มีมูลค่ามากถึง 22,000 ล้านบาทในประเทศไทย สินค้ากีฬาแบ่งเป็นรองเท้ากีฬา 60% และสินค้ากีฬาอื่น ๆ 40% (Marketeer, 2016) ตลาดสินค้ากีฬาเติบโตมาตลอดด้วยเป็นเพราะผู้คนในปัจจุบันให้ความสำคัญของการรักษาสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการในธุรกิจกีฬาต้องผลิตสินค้าให้ทันกับความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความหลากหลายแล้ว ยังต้องเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้ากีฬาของลูกค้าด้วย อีกทั้งท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจกีฬาผู้ประกอบการในธุรกิจกีฬาต้องสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดในการโน้มน้าวให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าของบริษัทมากกว่าคู่แข่ง (Liu, Steenkamp, & Zhang, 2018)

การบอกต่อ (word of mouth) เป็นกลยุทธ์การตลาดประเภทหนึ่งของผู้ประกอบการอาจใช้เพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่สินค้าของบริษัท การบอกต่อเป็นการถ่ายทอดความคิด ความเห็น หรือข้อมูลให้แก่อีกคนหนึ่ง เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสินค้า บริการ หรือบริษัทหนึ่ง ๆ ผู้บริโภคอาจใช้การสื่อสารลักษณะนี้เมื่อเวลาจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ แต่กระนั้น การสื่อสารแบบบอกต่ออาจเป็นดาบสองคมต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ ตามความเห็นของ Consiglio, Angelis และ Costabile (2018) กล่าวคือ หากการบอกต่อเป็นในเชิงบวก อาจทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในเวลาอันสั้น แต่ถ้าเป็นการบอกต่อเชิงลบก็สามารถทำลายชื่อเสียงของตราผลิตภัณฑ์หนึ่งไปได้อย่างรวดเร็ว

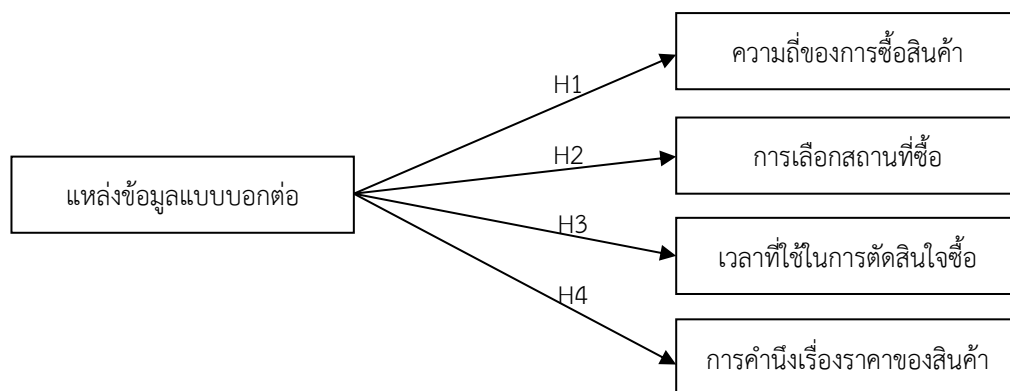
การบอกต่ออาจมีลักษณะทางวาจาเกี่ยวกับสินค้า อาจเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Taemin, Hyejin, & Yunhwan, 2019) งานวิจัยที่เกี่ยวกับการบอกต่อส่วนใหญ่จะศึกษาผลของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อผู้รับสาร (เช่น Bansal & Voyer, 2000) ซึ่งล้วนแสดงให้เห็นความสำคัญของการที่การบอกต่อมีผลต่อเจตคติ ความตั้งใจซื้อ และพฤติกรรมการซื้อ Ganesh, Arnold และ Reynolds (2000) พบว่าสิ่งที่จูงใจให้คนบอกต่อ คือ การที่ตนมีส่วนร่วมกับผลิตภัณฑ์ที่บอกต่อ ความต้องการคลายความกังวลหรือความตื่นเต้นในการใช้สินค้าที่บอกต่อ ความต้องการให้ผู้อื่นสนใจหรือยอมรับว่าตนเป็นผู้เชี่ยวชาญในสินค้านั้น หรือเป็นเพราะตนมีส่วนร่วมกับข้อมูลที่บอกต่อ เช่น อาจเป็นบุคคลที่ใช้ในการโฆษณา หรืออาจเป็นเพราะตนมีส่วนร่วมแบบอื่น Gelper, Peres และ Eliashberg (2018) เชื่อว่าคนเรายกบอกต่อเพราะต้องการช่วยเหลือผู้อื่น รักเพื่อนมนุษย์ จึงต้องการให้ผู้อื่นทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ต้องการแนะนำสิ่งที่ดีให้แก่ผู้อื่นได้ใช้ หรือต้องการบอกข้อดีข้อเสียของสินค้าตราต่าง ๆ Gelper, Peres และ Eliashberg (2018) พบว่าผู้บริโภคบอกต่อข้อมูลเชิงบวกเพราะมีความปรารถนาดีต่อผู้อื่น ต้องการให้ตนเองดูดี และต้องการความเห็นจากผู้อื่น แต่ถ้าบอกต่อข้อมูลเชิงลบก็เป็นเพราะต้องการแก้แค้น ระบายความโกรธ ความเครียดหรือความเสียใจของตน

เครือข่ายการบอกต่อเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ประกอบด้วยผู้สื่อสารที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ความแนบแน่นของความสัมพันธ์เป็นพลังที่ดึงดูดผู้บอกต่อและผู้รับข้อมูลบอกต่อเข้าหากัน (Babić, de Valck, & Sotgiu, 2020) กล่าวคือ ความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่แนบแน่น เช่น คนที่รู้จักกันผิวเผิน หรือความสัมพันธ์ที่สนิทสนม เช่น เพื่อนบ้านหรือเพื่อนเรียน งานวิจัยในอดีตได้ศึกษาผลของความสัมพันธ์ที่มีต่อการบอกต่อ เช่น Floh, Zauner, Koller, และ Ruschd (2014) พบว่าการบอกต่อที่มีผลกระทบต่อการซื้อนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของความสัมพันธ์ ไม่ว่าจะผู้บริโภคจะซื้อเพื่อความ

เพลดเพลินหรือเพราะต้องการใช้ประโยชน์จากสิ่งของที่ซื้อ Mittal และ Kamakura (2001) พบว่าผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กันแบบแน่นแฟ้น จะได้รับการบอกต่อมากกว่าผู้ที่มีความสัมพันธ์แบบไม่สนิท

ความเชี่ยวชาญของผู้บอกต่อ เป็นความสามารถในทางวิชาชีพหรือประสบการณ์การบริโภคของผู้นั้น (Terason, 2014) มีงานวิจัยพบว่า หากผู้บริโภคทราบว่าผู้บอกต่อมีความเชี่ยวชาญ ในผลิตภัณฑ์นั้น ก็จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของตน (Bansal & Voyer, 2000) และเมื่อผู้บริโภคเชื่อว่า ถ้าได้ใกล้ชิดกับผู้บอกต่อที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ตนก็จะได้รับความรู้ที่ทันสมัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ และได้รับการยอมรับนับถือจากคนอื่น (Consiglio, Angelis, & Costabile, 2018).) Liu, Steenkamp และ Zhang (2018) เสนอว่าผู้นำความคิดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างยิ่งเพราะถูกมองว่าเป็นผู้มีความรู้และความสามารถทางวิชาชีพในเรื่องนั้น

ผู้วิจัยตั้งสมมุติฐานโดยอิงข้อสรุปจากงานวิจัยบางเรื่องในอดีต (เช่น Hong et al., 2017; Gelper, Peres, & Eliashberg, 2018) ที่ว่าการส่งข้อมูลแบบบอกต่อมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ซึ่งศึกษาทั้งที่เป็นแหล่งภายนอกและแหล่งภายใน สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยเจาะจงที่สินค้ากีฬาและกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคสินค้าประเภทนี้ โดยตั้งสมมุติฐานทำนองเดียวกับงานที่กล่าวมาแล้ว ว่าแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬาในด้านต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยในภาพที่ 1 นี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของร้านค้าจำหน่ายสินค้ากีฬาแห่งหนึ่งในประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2562 และซื้อสินค้าอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกตัวอย่างที่มีคุณสมบัติดังกล่าวโดยอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) แบบสุ่มอย่างง่าย โดยจับสลากกลุ่มตัวอย่างจากฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทระหว่างพฤษภาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2562 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยจากมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยคำนวณขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 392 คน โดยใช้ความเชื่อมั่นระดับ 95% ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งทราบจากการศึกษานำร่องเท่ากับ 2.02 และความคลาดเคลื่อนสูงสุดเท่ากับ 0.2 (Cochran, 1977) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ออกไปให้กลุ่มเป้าหมาย 850 คน

แต่ได้รับกลับคืน 430 ฉบับ (50.6%) จากนั้นก็เลือกฉบับที่ตอบครบถ้วนเพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ต่อไป ซึ่งมีจำนวน 400 ฉบับ

แบบสอบถามที่ใช้ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ และข้อความแบบประเมินค่าที่ถามว่าแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อแต่ละประเภท (ได้แก่ เพื่อน พนักงานชาย นักกีฬา และสื่อมวลชน) มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬาหรือไม่ โดยครอบคลุมพฤติกรรมการซื้อ 4 ด้าน ได้แก่ ความถี่ของการซื้อสินค้า การเลือกสถานที่ซื้อ เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ และการคำนึงเรื่องราคาของสินค้า ผลจากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม พบว่าพฤติกรรมการซื้อแต่ละด้านมีความเชื่อมั่นประเภทความสม่ำเสมอภายใน (internal consistency) ค่อนข้างสูง (Cronbach's $\alpha > .7$) และเครื่องมือมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่เหมาะสมโดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ (index of item-objective congruence) ($r's > .81$)

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่มแบบทางเดียว (one-way between-groups analysis of variance) เพื่อศึกษาว่าแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อประเภทต่างๆ ซึ่งได้แก่ เพื่อน พนักงานชาย นักกีฬา และสื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬาใน 4 ด้านตามที่กล่าวข้างต้นหรือไม่ และใช้เทคนิค Least Significant Difference (LSD) ในการหาความแตกต่างระหว่างประเภทของแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อ

อนึ่ง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของเทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนในหลายเรื่อง เช่น ในเรื่องความเป็นอิสระของข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกตัวอย่างโดยวิธีสุ่มเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าว ส่วนในเรื่องการแจกแจงปกติ ผู้วิจัยใช้การทดสอบ Shapiro-Wilk test เพื่อประเมินการแจกแจงของประชากรว่ามีภาวะปกติหรือไม่ และพบว่าประชากรทุกกลุ่มมีการแจกแจงปกติ ส่วนในเรื่องความเท่ากันของความแปรปรวนนั้น ผู้วิจัยใช้การทดสอบ Levene's F test และสรุปได้ว่าทั้ง 4 กลุ่มมีความแปรปรวนเท่ากัน

ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้ายาย (55%) อีกส่วนเป็นลูกค้ำหญิง (45%) ในจำนวนนี้มีผู้มีอายุ 15-20 ปีมากที่สุด (30.8%) รองลงมา คือ อายุ 21-30 ปี (19.8%) ถัดมา คือ มีอายุ 31-40 ปี (18.3%) และอายุ 41-50 ปี (21.5%) ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด (9.8%) คือ กลุ่มที่มีอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (40.8%) รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนต้น (22%) ถัดมา คือ ปวส.หรืออนุปริญญา (20.3%) และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด (17%) คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 29,999 บาท (40.2%) รองลงมา คือ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 30,000-49,999 บาท (33.8%) ถัดมา คือ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 50,000-69,000 บาท (14%) และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด (12%) คือ ผู้มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 70,000 บาท

ในด้านความถี่ของการซื้อสินค้า แหล่งข้อมูลแบบบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ เพื่อน ($M = 3.55$, $SD = 1.14$) รองลงมา คือ นักกีฬา ($M = 3.05$, $SD = 2.81$) ถัดมา คือ พนักงานชาย ($M = 2.96$, $SD = 1.86$) และน้อยที่สุด คือ สื่อมวลชน ($M = 2.09$, $SD = 1.38$)

ในด้านการเลือกสถานที่ซื้อ แหล่งข้อมูลแบบบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ นักกีฬา ($M = 4.95, SD = 1.14$) รองลงมา คือ เพื่อน ($M = 4.05, SD = 1.15$) ถัดมา คือ สื่อมวลชน ($M = 3.96, SD = 1.86$) และน้อยที่สุด คือ พนักงานชาย ($M = 2.49, SD = 1.18$)

ในด้านเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ แหล่งข้อมูลแบบบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ สื่อมวลชน ($M = 4.54, SD = 1.14$) รองลงมา คือ นักกีฬา ($M = 4.55, SD = 2.21$) ถัดมา คือ พนักงานชาย ($M = 3.46, SD = 1.16$) และน้อยที่สุด คือ เพื่อน ($M = 2.33, SD = 1.12$)

ในด้านการคำนึงเรื่องราคาของสินค้า แหล่งข้อมูลแบบบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ สื่อมวลชน ($M = 4.57, SD = 2.33$) รองลงมา คือ เพื่อน ($M = 4.05, SD = 1.81$) ถัดมา คือ พนักงานชาย ($M = 3.92, SD = 1.86$) และน้อยที่สุด คือ นักกีฬา ($M = 2.29, SD = 1.79$)

เมื่อผู้วิจัยดำเนินการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของคนกลุ่มต่าง ๆ ก็พบว่า แหล่งข้อมูลแบบบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬาแต่ละด้านอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งได้แก่ ด้านความถี่ในการซื้อ ($F(3, 396) = 45.83, p < .001, \eta^2 = .07$) ด้านการเลือกสถานที่ซื้อ ($F(3, 396) = 77.88, p < .001, \eta^2 = .37$) ด้านเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ ($F(3, 396) = 67.53, p < .001, \eta^2 = .44$) และด้านการคำนึงเรื่องราคาของสินค้า ($F(3, 396) = 42.81, p < .001, \eta^2 = .42$)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบรายคู่โดยใช้การทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ซึ่งสามารถควบคุมความคลาดเคลื่อนแบบ familywise ได้โดยอ้อม เพื่อหาว่า อิทธิพลจากแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อประเภทใดแตกต่างกันบ้างสำหรับพฤติกรรมการซื้อแต่ละด้าน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ดังกล่าวในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ยของการวัดตัวแปรเรื่องพฤติกรรมการซื้อที่เป็นฟังก์ชันของแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อ

ตัวแปร	เพื่อน		พนักงานชาย		นักกีฬา		สื่อมวลชน	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
ความถี่ของการซื้อสินค้า	3.55 _{a, b, c}	1.14	2.96 _{a, d}	1.86	3.05 _{b, e}	2.81	2.09 _{c, d, e}	1.38
การเลือกสถานที่ซื้อ	4.05 _{a, b}	1.15	2.49 _{a, c, d}	1.18	4.95 _{b, d, e}	1.14	3.96 _{c, e}	1.86
เวลาในการตัดสินใจซื้อ	3.33 _{a, b, c}	1.12	3.46 _{b, d}	1.16	4.55 _{a, e}	2.21	4.54 _{c, d, e}	1.14
การคำนึงราคาสินค้า	4.05 _{a, b}	1.81	3.92 _{a, c, d}	1.86	2.29 _{b, c, e}	1.79	4.57 _{c, d, e}	2.33

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยในแถวเดียวกันที่มีดัชนีล่างเหมือนกันต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ในด้านความถี่ในการซื้อนั้น ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนมีพฤติกรรมการซื้อแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากพนักงานชาย ($t(398) = 1.45, p < .001$) และมีพฤติกรรมการซื้อแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬา ($t(398) = 1.18, p < .001$) และมีพฤติกรรมการซื้อแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬา ($t(398) = 2.22, p < .001$) กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากพนักงานชายมีพฤติกรรมการซื้อแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 2.22,$

$p < .001$) กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬามีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 2.66, p < .001$)

ในด้านการเลือกสถานที่ซื้อ ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนมีพฤติกรรมซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากพนักงานขาย ($t(398) = 3.11, p < .001$) และมีพฤติกรรมซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬา ($t(398) = 2.44, p < .001$) กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากพนักงานขายมีพฤติกรรมซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 3.13, p < .001$) และมีพฤติกรรมซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬา ($t(398) = 3.01, p < .001$) กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬามีพฤติกรรมซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 4.23, p < .001$)

ในด้านเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนมีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬา ($t(398) = 6.11, p < .001$) และมีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากพนักงานขาย ($t(398) = 8.81, p < .001$) และมีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 4.98, p < .001$) กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากพนักงานขายมีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 2.17, p < .001$) กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬามีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 2.11, p < .001$)

ในด้านการค่านิ่งเรื่องราคาของสินค้า ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนมีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากพนักงานขาย ($t(398) = 3.91, p < .001$) และมีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬา ($t(398) = 3.41, p < .001$) กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากพนักงานขายมีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬา ($t(398) = 1.13, p < .001$) และมีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 3.11, p < .001$) กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากนักกีฬามีพฤติกรรมการซื้อขายแตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ($t(398) = 1.27, p < .001$)

อภิปรายผล

จะเห็นได้ว่าแหล่งข้อมูลแบบบอกต่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากีฬาในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านความถี่ของการซื้อสินค้า ด้านการเลือกสถานที่ซื้อ ด้านเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ หรือด้านการค่านิ่งเรื่องราคาของสินค้า ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้แต่แรก แหล่งข้อมูลไม่ว่าจะเป็นเพื่อน พนักงานขาย นักกีฬา หรือสื่อมวลชน ล้วนเป็นผู้ที่ผู้บริโภคเชื่อ ไว้วางใจ หรือไม่ก็มองว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบของนักวิชาการคนอื่นก่อนหน้านี้ (เช่น Bansal & Voyer, 2000; Floh, Zauner, Koller, & Ruschd, 2014; Terason, 2012)

หากต้องการให้การตลาดแบบปากต่อปากจะประสบความสำเร็จ ผู้ทำการตลาดจะต้องสามารถใช้บุคคลที่อยู่รอบผู้บริโภคอย่างหลากหลายตามที่ Babić, de Valck, และ Sotgiu (2020) กล่าวไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะบุคคลเหล่านี้ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลในปัจจุบันที่สื่อออนไลน์ไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวก แต่กลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตของผู้บริโภค

อาจเป็นไปได้ที่สินค้าก็พามีคุณสมบัติไม่ต่างจากสินค้าประเภทอื่นตามที่ Terason (2012) เคยศึกษาเรื่องบุคลิกภาพของสินค้าก็พ่า ซึ่งก็พบว่าไม่ต่างจากสินค้าทั่วไป การใช้บุคคลรอบตัวที่สามารถสร้างกระแสของอารมณ์ความรู้สึกได้ จะทำให้สินค้าพุ่มเฟือยดังกล่าวเกิดกระแสการบอกต่อและเกิดการเลียนแบบในการบริโภค ในปัจจุบันกระแสดังกล่าวสามารถสร้างได้ในช่องทางโซเชียลมีเดียที่ผู้บริโภคใช้อย่างแพร่หลายมาก ผู้บริโภคมีบทบาทของการรับสารและส่งสารและสร้างอิทธิพลต่อบุคคลรอบตัว ผู้ทำการตลาดไม่สามารถยึดยึดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้ผู้บริโภคบอกต่อกับบุคคลรอบข้างได้ยกเว้นในกรณีที่ผู้บริโภคจะตระหนักเองว่าข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือแบรนด์นั้น ๆ มีประโยชน์ น่าสนใจที่จะบอกต่อ การบอกต่อถึงจะเกิดขึ้นได้ (Paley, Tully, & Sharma, 2019)

สินค้าจำเป็นต้องใช้อิทธิพลของคอนรอบข้างในการกระตุ้นพฤติกรรมในการบริโภค แหล่งบอกต่อที่น่าสนใจในปัจจุบัน คือ สื่อทางสังคม ซึ่งดูเหมือนจะสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าออกไปได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วกว่าสื่อบุคคลแบบดั้งเดิม ผู้ทำการตลาดอาจทำกิจกรรมออนไลน์แล้วทำให้เกิดการบอกต่อ โดยเนื้อเรื่องหรือเรื่องราวนั้นจะต้องมีความโดดเด่นเห็นชัดและมีประโยชน์หรือคุณค่าต่อผู้ที่ได้รับข้อมูลนั้น

ในอนาคต ผู้ที่สนใจอาจศึกษาประชากรที่ต่างไปจากงานนี้ เช่น บุคลากรทางการกีฬา ซึ่งอาจเป็นนักกีฬา โค้ช กรรมการตัดสิน ว่ามีพฤติกรรมการซื้อสินค้าก็พ่าต่างจากคนที่ไม่ใช่ นักกีฬาอย่างไร หรืออาจศึกษาเชิงเปรียบเทียบในแง่ว่าผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันได้รับอิทธิพลจากแหล่งบอกต่อต่างกันอย่างไร นอกจากนี้ ผู้วิจัยอาจเปรียบเทียบอิทธิพลของแหล่งข้อมูลแบบอื่นๆ เช่น แบบตัวต่อตัว แบบอิเล็กทรอนิกส์ แบบสื่อกระแสหลัก ส่วนสินค้าที่ศึกษาอาจเป็นสินค้าก็พ่าโดยแบ่งตามชนิดกีฬาหรือแบ่งตามประเภทสินค้า

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นประโยชน์ต่อร้านค้าอุปกรณ์ทางการกีฬาในแง่การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าดีขึ้น ซึ่งสามารถนำมาวางแผนการบริหารงานขายและการจัดการพนักงานขายสำหรับผู้จัดการร้านค้าปลีกในอันที่จะเพิ่มประสิทธิภาพของการขายและเพิ่มยอดขายในร้าน

เอกสารอ้างอิง

- Babić, R. A., de Valck, K., & Sotgiu, F. (2020). Conceptualizing the electronic word-of-mouth process: What we know and need to know about eWOM creation, exposure, and evaluation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 422–448.
- Bansal, H. S., & Voyer, P. A. (2000). World-of-mouth processes within a services purchase decision context. *Journal of Service Research*, 3(2), 166–177.
- Consiglio, I., Angelis, M., & Costabile, M. (2018). The Effect of Social Density on Word of Mouth. *Journal of Consumer Research*, 45(3), 511–528.
- Floh, A., Zauner, A., Koller, M., & Ruschd, T. (2014). Customer segmentation using unobserved heterogeneity in the perceived-value-loyalty-intentions link. *Journal of Business Research*, 67(5), 974–982.

- Ganesh, J., Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2000). Understanding the customer base of service providers: An examination of the differences between switchers and stayers. *Journal of Marketing*, 64, 65–87.
- Gelper, S., Peres, R., & Eliashberg, J. (2018). Talk Bursts: The Role of Spikes in Prerelease Word-of-Mouth Dynamics. *Journal of Marketing Research*, 55(6), 801–817.
- Hong, H., Xu, D., Xu, D., Wang, G. A., & Fan, W. (2017). An empirical study on the impact of online word-of-mouth sources on retail sales. *Information Discovery and Delivery*, 45(1), 30–35.
- Liu, A., Steenkamp, J., & Zhang, J. (2018). Agglomeration as a driver of the volume of electronic word of mouth in the restaurant industry. *Journal of Marketing Research*, 55(4), 507–523.
- Marketeer. (2016). *Sporting Goods Industry in Thailand*. Retrieved August 10, 2019 from www.marketeer.com
- Mittal, V., & Kamakura, W. (2001). Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior: Investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of Marketing Research*, 38(1), 131–42.
- Paley, A., Tully, S. M., & Sharma, E. (2019). Too constrained to converse: The effect of financial constraints on word of mouth. *Journal of Consumer Research*, 45(5), 889–905.
- Richter, D., Riemer, K., & Vom brocke, J. (2011). Internet social networking. *Business & Information Systems Engineering*, 3(2), 89–101.
- Taemin, K., Hyejin, K., & Yunhwan, K. (2019). How do brands' Facebook posts induce consumers' e-word-of-mouth behavior? Informational versus emotional message strategy: A computational analysis. *Journal of Advertising Research*, 59(4), 402–413.
- Terason, S. (2012). An empirical evaluation of the latent structure of brand personality in sport. *NIDA Development Journal*, 52(2), 53–67.
- Terason, S. (2014). Athlete endoser-brand relatedness and perception of source credibility as in schema theory. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 35(3), 558–565.

The Effectiveness of Augmented Reality in Out-of-home Advertising to Generation Z Consumers' Purchase Interest

Pakatip Kitirattrakarn¹

Chokchai Wanapu²

Mullika Sungsanit³

Abstract

This study is Quasi experiment research that uses Nonequivalent Control Group Posttest design. The population is Generation Z Consumers in Amphur Muang Nakhon Ratchasima. The sample group is divided into experiment group (AR advertising) and control group (Traditional Advertising). Data from the experiment was collected by using the AR technology adaptive to validate the customer perceptions. That AR media condition is guided by the detailed instruction as a process to set up and use AR technology on the smartphone. On the participant mobile screens 3D animation product designs will appear. After the AR-base presentation, a questionnaire was administered asking participants about consumer perceptions. Additional items measuring general attitudes toward the AR-base presentation and purchase interest were included.

The questionnaires were used to collect data from 390 respondents and analyzed by using T-Test, Chi-Square and Pearson Product-moment Correlation. The T-Test results showed the differences between consumer perceptions of 3 perspectives (interactivity, novelty and creativity) and attitudes toward products between AR technology and the traditional OOH advertising. However, the test on customer demands showed no difference on purchase interest between AR technology and the traditional OOH advertising in Chi-square test for Homogeneity.

Keywords: Augment Reality, Advertising, Generation Z Consumer, Purchase Interest

¹ Master degree student, Innopreneurship and Business Design, School of Management Technology, Suranaree University of Technology, E-mail: pakatip.k@gmail.com

² Assistant Professor, School of Biotechnology, Institute of Agricultural Technology, Suranaree University of Technology, E-mail: chokie.w@gmail.com

³ Advisor Ph.D., Innopreneurship and Business Design, School of Management Technology, Suranaree University of Technology, E-mail: mullika@g.sut.ac.th

Introduction

With the exponential growth of Internet and social community in the last decades, the Internet usage began to grow dramatically. The Internet is affecting a broad range of activities. The growth in the popularity of social media, online marketing, and blogging is changing the way people communicates and informs. These make the Internet access an increasingly ubiquitous convenience. The Internet is used virtually everywhere, enabling people from all over the world to communicate with each other instantaneously and inexpensively.

Now, Thailand has approached the digital economy which digital networking and communication infrastructures provide a global platform for people and organizations. The economy has driven mainly to apply IT and digital technology to increase productivity and maximize cost efficiency. A digital technology and the Internet of Things (IoT) are transforming the way people do business and creating immense opportunities for companies to adopt digital innovations. (Digital Economy, 2014)

Thailand is rapidly growing in innovation due to an access to the Internet by 60 percent of the population, where primarily access through smart device. Thailand is one of the highest times spent on the Internet and mobile phone per day, as a consequence, there is a huge amount of consumption on social media and online videos. Thailand is also ranked on the 10th for social media usage, and the 4th ranking for the most time spent on social media, (“Hootsuite” social media management platform and “We Are Social” global agency, 2018). In addition, Thailand is in the top ten countries when looking especially on a number of Facebook users, where Bangkok has the most active Facebook accounts in the country. The "Digital 2018 global overview", published in January 2018, said Thais registered the most time on the internet last year at 9.38 hours per day. Thais also spend the most time on the mobile internet at 4.56 hours (Bangkok Post, 2018). In terms of mobile social, media penetration (active accounts on top social networks in each country per capita), whereas the global rate is 39%. With all this growth, the advertising services and marketers have to adjust the strategy to keep up with the customers behavior transformation.

Offline media in Thailand is affecting directly due to the changing of customer behaviors from the growth of the Internet. Expenditures on advertisement like newspapers, magazines, and radios have continuously declined, where newspapers have declined by 24.03 percent, magazines by 20.52 percent, and radios by 1.29 percent (Nielsen, 2019). Consequently, some newspapers and magazines producers have closed down their businesses, and some have developed business models to

provide online contents to serve on digital platforms. Hence, the firms have adjusted and developed themselves to access digital technology that can reach the competitive advantages and overtake economy changes. For advertising services, the business improves their marketing and advertising approaches by using the Internet to deliver messages and reach out to their customers. In a fast-changing world with a variety of free and easily access media, traditional advertising companies have to be adaptive in order to survive.

Now, some large businesses in automotive manufacturers, fashion clothes industry and retail companies are beginning to implement the advertisement technology as part of their advertising strategy. That Augmented reality (AR) technology is used for their marketing to attract more customers. Augmented reality is defined as the integration of digitally created media within an existing actual environment. This combination of virtual three-dimensional images within tangible surroundings provides unique sensory capabilities and communication opportunities. That Augmented reality advertising can improve consumers' understanding about products, provides them with the enjoyment of seeing themselves wearing the virtual reality item, and saves the transportation and shopping time, presumably resulting in its popular utilization in e-commerce (Faust et al., 2012).

This research is realized in the decline of offline media roles on the customer behavior. So, the research is studied on the way to adjust the media form by combine the offline media with the online media that use AR technology to link these media together and evaluate the result that focused on the effectiveness of AR in 3 perspectives, media perception to customer attitude towards product or service and purchase interest, that use quasi-experiment research in Nonequivalent Control Group Posttest Design to compare the Augmented Reality advertising with traditional Out-Of-Home media. The analysis result has attributed the knowledge in the disparity of both media that help the business to select the appropriate media to achieve the customer target at the right time.

Purpose

1. To compare the consumer perception towards advertising media in 3 perspectives (interactivity, novelty and creativity) between traditional Out-Of-Home advertising and AR technology advertising.
2. To compare the consumer attitude toward product and service between traditional Out-Of-Home advertising and AR technology advertising.
3. To compare the consumer purchase interest between traditional Out-Of-Home advertising and AR technology advertising.

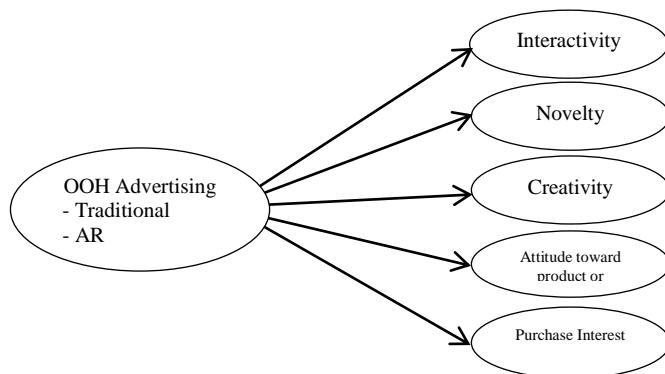


Figure 1. Research Framework

The Benefit of this Study

The results of this study will help the marketers and marketing managers to:

1. Understand the consumer perceptions toward AR technology in OOH advertising on 3 perspectives (interactivity, novelty and creativity).
2. Understand the consumer attitudes toward services between traditional OOH advertising and AR technology advertising.
3. Apply AR technology in marketing and advertising in order to create purchase interest.

Literature Review

Advertising Creation with Augmented Reality Technology

Due to the rapid advances in technology, a greater variety of marketing tools are currently available for presenting products more persuasively. A new emerging technology that has been receiving massive attention from many companies is augmented reality (AR). AR is defined as “the superposition of virtual objects (computer-generated images, texts, sounds etc.) on the real environment of the user” (Faust et al., 2012). AR is similar to virtual reality (VR) in aiming to enhance or enrich a viewer's experience. Unlike VR that electronically generates the image of the entire real-life setting, AR creates a superimposed overlay of the viewer in the electronically generated setting (Milgram et al., 1994). Thus, AR is more beneficial than VR to both retailers and consumers in that it allows consumers to view themselves wearing diverse virtual products without physically trying them on in a store (Verhagen et al., 2014). In this way AR improves consumers' understanding about products, provides them with the enjoyment of seeing themselves wearing the item, and saves them transportation and shopping time, presumably resulting in its popular utilization in e-commerce (Baek et al., 2012). In spite of its popularity and potential, no evidence has

confirmed that AR is a more persuasive tool than the existing traditional way of online product presentations in providing consumers' shopping experiences.

Motivation and Behavior Models

Howard-Sheth model is the model that represents consumer behaviors in the market. It attempts to explain the rationality of product chosen by the consumer under conditions of incomplete information and reduced processing capability. It analyses the behaviors, reactions and thinking processes that cannot be directly observed. (Jisana, 2014)

The Effective Tool for E-commerce

The research evaluates the effectiveness of augmented reality (AR) as an e-commerce tool using two products. This study explores the effectiveness of AR by comparing it to a conventional website. The results show that AR provides effective communication benefits by generating greater novelty, immersion, enjoyment, and usefulness, resulting in positive attitudes toward medium and purchase intention, compared to the web-based product presentations. And the research compares the paths by which consumers evaluate products through AR versus web with a focus on interactivity and vividness. It is revealed that immersion mediates the relationship between interactivity, vividness and two outcome variables (usefulness and enjoyment) in the AR condition compared to the web condition where no significant paths between interactivity and immersion and between previous media experience and media novelty are found. Participants' subjective opinions about AR are examined through opinion mining to better understand consumer responses to AR. (Yim, et al., 2017)

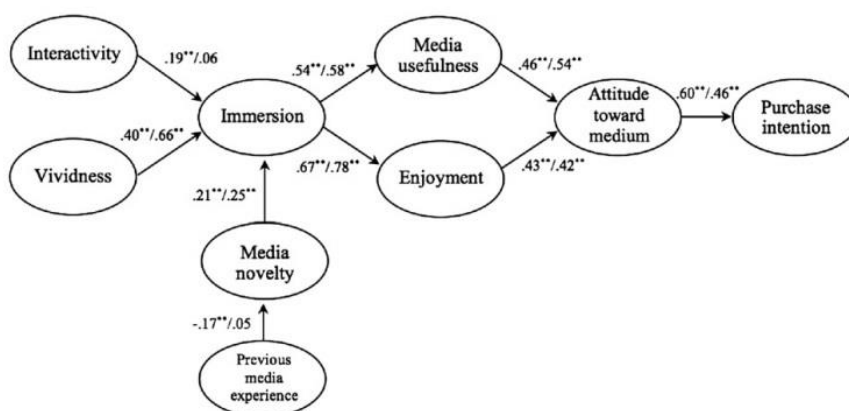


Figure 2. How media characteristics function to influence purchase intention. (Yim, et al., 2017)

Research Methodology

This Quasi-experiment research uses Nonequivalent Control Group Posttest Design that focuses on the effectiveness of AR technology in OOH advertising to customer purchase interest by using quantitative research. The questionnaire, interview and observation are the instruments to gather data from the sample group. The population is Generation Z Consumers who live in Amphur Muang Nakhonratchasima. The sampling group includes 390 people which used in the Yamane sample group method with confidence level 95% and a level of significant 5%. The sample group is divided into the experiment group and the control group with 195 people per group. The data collection use simple random sampling process to sample the group selected.

The experiment group was collected data by using the AR technology adaptive to validate the customer perceptions. That AR media condition is guided by the detailed instruction as a process to set up and use AR technology on the smartphone. Specifically, participants are asked to download the required software and prepared their smartphones. Once everything is all set, participants mobile screens will appear 3D animation of Phimai Historical Park. After the AR-base presentation, a questionnaire was administered asking participants about creativity, interactivity and novelty. Additional items measuring general attitudes toward the AR-base presentation and purchase interest were included. All the measures are taken on a five-point Likert or semantic differential scale. Finally, to gain insights into participants' questionnaire responses, they were asked to provide their opinions about AR-based product presentations in an open-ended format.

The questionnaire is passing the thorough verify process by pre-test with 30 participants and adopt the Cronbach's Alpha to analyze the reliability of the data that coefficient of reliability is 0.67 – 0.91 and post-test with 390 participants is 0.74 – 0.87 as standard criteria. The question is utilizing by PSPP program to reveal the statistic data in frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, Pearson correlation and Chi-square test.

Table 1

The reliability of data in pre-test sampling group (n = 30) and post – test sampling group (n = 195) for traditional OOH advertising.

Data	Number of question	Cronbach's Alpha	
		Pre - test	Post - test
1. Interactivity	3	0.83	0.76
2. Novelty	2	0.91	0.74
3. Creativity	2	0.83	0.75
4. Perception	3	0.88	0.87
5. Attitude	2	0.88	0.81

Table 2

The reliability of data in pre-test sampling group (n = 30) and post – test sampling group (n = 195) for traditional AR advertising.

Data	Number of question	Cronbach's Alpha	
		Pre - test	Post - test
1. Interactivity	3	0.87	0.81
2. Novelty	2	0.80	0.78
3. Creativity	2	0.67	0.71
4. Perception	3	0.81	0.87
5. Attitude	2	0.82	0.87

Data Analysis and Results

Demographic Characteristic of Respondents

The demographic data of the control group (Traditional media) is similar to experiment group (AR media). The most respondents are the female who have age ranged from 21 – 25 years old, whereas the youngest respondent age is under 20 years old and the oldest is around 26 – 30 years old. The respondents are students who study in Bachelor degree.

Consumer Perception towards Advertising Media

The perception towards advertising media of the experiment group (AR media) have a very good satisfaction level that higher than the control group (Tradition media).

Table 3

The satisfaction level consumer perception towards advertising media.

Data	Control Group (Tradition media)			Experiment Group (AR media)		
	Average	SD	Level	Average	SD	Level
Perception						
Perception responsiveness	3.29	0.82	Good	3.75	0.85	Very Good
Effectively access data	3.25	0.88	Good	3.88	0.83	Very Good
Knowledge achievement	3.23	0.91	Good	3.88	0.85	Very Good

Purchase Interest Percentage

The experiment group (AR media) is resulted to have more interested in traveling at Phimai Historical Park than the control group (Tradition media) with a result of 72.3 percent comparing to 69.7 percent.

Table 4

The frequencies and percentages of the Purchase Interest between the experiment group (AR media) and the control group (Tradition media).

Data	Experiment Group (AR media)		Control Group (Tradition media)	
	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage
Purchase Intention				
Travel	141	72.3	136	69.7
Not travel	54	27.7	59	30.3
Total	n = 195	100	n = 195	100

The Comparison of Consumer Perception towards Advertising Media

The comparison of consumer perception towards advertising media between traditional OOH advertising and AR technology advertising. The analysis resulted that there is a difference in consumer perception towards advertising media in 3 perspectives (interactivity, novelty and creativity) between traditional OOH advertising and AR technology advertising at Statistical significance of 0.05.

Table 5

T-Test of consumer perception towards advertising media

Data	Experiment Group (AR media)		Control Group (Tradition media)		t	Sig.
	Average	SD	Average	SD		
Perception						
Interactivity	3.76	0.81	3.45	0.64	-4.24	0.000
Novelty	3.97	0.84	3.33	0.75	-7.98	0.000
Creativity	3.95	0.75	3.34	0.73	-8.11	0.000

Note : * Statistical significance 0.05

The Comparison of Consumer Attitude towards Product or Service

The comparison of consumer attitude towards product or service between traditional OOH advertising and AR technology advertising. The analysis shown that there is a difference in consumer attitude towards product or service at Statistical significance of 0.05.

Table 6

T-Test of consumer attitude towards product or service

Data	Experiment Group (AR media)		Control Group (Tradition media)		t	Sig.
	Average	SD	Average	SD		
Attitude	3.81	0.92	3.51	0.83	-3.36	0.001

Note : * Statistical significance 0.05

The Comparison of the Consumer Purchase Interest

The comparison of the consumer purchase interest between traditional OOH advertising and AR technology advertising. The analysis resulted that there is no difference in consumer purchase interest between traditional OOH advertising and AR technology advertising at Statistical significance of 0.577.

Table 7

Chi-Square of the consumer purchase interest

Media Type	Purchase Interest		d.f	χ^2	Sig.	Total
	Interest	No interest				
AR	141	54	1	0.31	0.577	195
Tradition	136	59				195

Conclusion and Discussion

The comparison of AR advertising and traditional Out-Of-Home advertising in perception, attitude toward products and purchase interest were analyzed by using T-Test, Chi-Square and Pearson Product-moment Correlation. The T-Test results showed the differences between consumer perceptions of 3 perspectives (interactivity, novelty and creativity) and attitudes toward products between AR technology and the traditional Out-Of-Home advertising at a Significant level of 0.000. However, the test on customer demands showed no difference on purchase interest between AR technology and the traditional Out-Of-Home advertising at a Significant in level of 0.577 in Chi-square test for Homogeneity. An advertisement using AR technology creates

more purchase interest than a traditional way of advertisement at a level of 72.3 percentage.

The perception towards media of the AR advertising has a satisfaction level of consumer higher than the Tradition media due to the AR media has responsiveness to customer that they can interact with the media to access the efficiency data and achieve more important product or service knowledge. For this reason, the AR advertising has contributed to attract the consumer attention and impression that the marketers can adapt this innovation to create more purchase interest.

Future Research

1. The product or service in this research is a tourist attraction that is not attached to any brand name or trademark. If the researcher is interested in any other products or services, they can define the brand name or trademark to achieve the thorough data and customer insight on that product or service.

2. This research is focused on students who born between the late 1990s to early 2000s. The researcher should study in other age ranges to expand the research result that will be useful for a further knowledge.

3. This research studied the effectiveness of AR technology in Out-Of-Home advertising on 3 perspectives (consumer perception, attitude toward advertising media and purchase interest). The researcher can study in other perspectives to get the deep insight data because the customer purchase interest is depending on various factors.

4. This Quasi-experiment used Nonequivalent Control Group Posttest Design that compares between the experiment group (AR media) and the control group (Tradition media). The researcher can study in the other media type such as VR technology to get more data and results in the comparison.

References

- Aduloju, S.A., Odugbesan, A.O. and Oke, S.A. (2009). The effects of advertising media on sales of insurance products: a developing-country case. *The Journal of Risk Finance*, 10(3), 210-227.
- Akoren, A.N. (2015). Interaction of Outdoor Advertising Improved by Innovative Methods with Digital Art. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 799-805.
- Brettel, M. and Spilker-Attig, A. (2010). Online advertising effectiveness: a cross-cultural comparison. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(3), 176-196.
- Esteban-Bravo, M., Vidal-Sanz, J.M. and Yildirim, G. (2015). Historical impact of technological change on the US mass media advertising expenditure. *Technological Forecasting & Social Change*, 100, 306-316.

-
- Hadiyati, E. (2016). Study of marketing mix and AIDA model to purchasing online product in Indonesia. *British Journal of Marketing Studies*, 4(7), 49-62.
- Javornik, A. (2016). Augmented reality: Research agenda for studying the impact of its media characteristics on consumer behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 252–261.
- Jisana, T. K. (2014). Consumer behavior models: an overview. *Sai Om Journal of Commerce & Management*, 1(5), 1-10.
- Keat, O.S. (2009). Factors influencing consumer purchase intention of dietary supplement products in Penang island. Research report Master of Business Administration(MBA). 1-35.
- Li, X., Li, Y. and Cao, W. (2017). Cooperative advertising models in O2O supply chains. *International Journal of Production Economics*, 1, 1-9.
- Mahony,S.O. (2015). A Proposed Model for the Approach to Augmented Reality Deployment in Marketing Communications. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 227–235.
- Molina-Castillo, F.J., Lopez-Nicolas, C. and Soto-Acosta, P. (2012). Interaction effects of media and message on perceived complexity, risk and trust of innovative products. *European Management Journal*, 30, 577– 587.
- Roux, T. (2014). The Effectiveness of Car Advertising Media: Perceptions of Generation-Y Consumers. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSEER Publishing, Rome-Italy*, 20(5), 1877–1887.
- Scholz, J. and Smith, A.N. (2016). Augmented reality: Designing immersive experiences that maximize consumer engagement. *Business Horizons*. 59, 149-161.
- Song, J., Li F., Wu, D.D., Liang, L. and Dolgui, A. (2017). Supply chain coordination through integration of innovation effort and advertising support. *Applied Mathematical Modelling*, 49, 108–123.
- Tai, S. H.C. (2006). Correlates of successful brand advertising in China. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 19(1), 40-56.
- Tsai, T.M., Wang, W.N., Lin, Y.T. and Choub, S.C. (2015). An O2O commerce service framework and itseffectiveness analysis with application to proximity commerce. *Procedia Manufacturing*, 3, 3498–3505.
- Wafa, S.N. and Hashim, E. (2016). Adoption of Mobile Augmented Reality Advertisements by Brands in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 762–768.
- Yim, M.Y., Chu, S.C. and Sauer, P.L. (2017). Is Augmented Reality Technology an Effective Tool for E-commerce? An Interactivity and Vividness Perspective. *Journal of Interactive Marketing*, 39, 89–103.

-
- เทพฤทธิ์ คงเพชรขาว. (2554). การรับรู้สื่อโฆษณา ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย และ พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างเทสโก้โลตัสในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 1-160.
- ธีรพล จิวเจริญ. (2558). อิทธิพลของการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดียส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้าของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจรถยนต์. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 1-153.
- ปิยวรรณ ไกรเลิศ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสายการบิน ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง สายการบินไทยสมายล์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทางกรุงเทพฯ-กระบี่. การค้นคว้า อิสระ บธ.ม.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 1-173.
- มิ่งขวัญ ศรีทอง. (2558). ทักษะคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สวมใส่ (Wearable Device) ในรูปแบบสายรัดข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 1-123.
- สุรเดช ตั้งเต็มเจริญสุข. (2556). ประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อการรณรงค์เมาไม่ขับ ชุด “โทรหาแอ็ด” มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. การค้นคว้าอิสระ น.ม.(นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 1-84.
- อภิวิทย์ ยั่งยืนสถาพร. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ห้องบันทึกเสียงสร้างมูลค่า สำหรับมัลติมีเดียและงานตัดต่อ. การค้นคว้าอิสระบธ.ม.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 1-145.

การเพิ่มผลผลิตด้วยวิธีการปรับปรุงค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร Productivity by Method of Overall Equipment Effectiveness Improvement

จิริยา สุขงาม

Jariya Sukngam¹

พิมพ์พร เทศแก้ว

Pimporn Thaetkew²

สิทธิชัย แก้วเกื้อกูล

Sittichai Kaewkuekool³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต้องการเพิ่มผลผลิตของสายการผลิตถั่วและงาด้วยวิธีการปรับปรุงค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (Overall Equipment Effectiveness: OEE) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่า OEE ประกอบไปด้วย อัตราการเดินเครื่อง ประสิทธิภาพการเดินเครื่อง และอัตราคุณภาพ โดยใช้หลักการบำรุงรักษาที่ทุกคนมีส่วนร่วม (Total preventive maintenance: TPM) ประกอบด้วยการปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และการบำรุงรักษาตามแผน เพื่อค้นหาสาเหตุหลักที่ทำให้เครื่องจักรชำรุดและเสียกะทันหัน (Breakdown) กำหนดแผนการบำรุงรักษาและดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้ และได้มีการควบคุมอะไหล่สำรองเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการซ่อมบำรุงเครื่องจักรจากการดำเนินงานพบว่าค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรสายการผลิตถั่วและงาเพิ่มขึ้น 6.65 %

คำสำคัญ: ค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง การบำรุงรักษาตามแผน

Abstract

The objective of this research was to study the productivity improvement of bean and sesame seed production line through improving the overall equipment effectiveness (OEE). Factors studied were composed of machine rate, efficiency, and quality total preventive maintenance technique (TPM) to analyze and identify break down problems. These were directed to setting the maintenance plan and machine spare part control to be ready for quick maintenance. The result showed that the overall equipment effectiveness of bean and sesame seed production lines increased to 6.65%.

Keywords: Overall Equipment Effectiveness, Individual Improvement, Planned Maintenance

¹ นักวิจัย ศูนย์พัฒนาผลิตภาพอุตสาหกรรม สำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: Jariya.suk@kmutt.ac.th

² นักวิจัย ศูนย์พัฒนาผลิตภาพอุตสาหกรรม สำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: Pimporn.tha@kmutt.ac.th

³ รองศาสตราจารย์ ดร. ศูนย์พัฒนาผลิตภาพอุตสาหกรรม สำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี E-mail: Sittichai.kae@kmutt.ac.th

บทนำ

ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันเกิดการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูง ภาคธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มสมรรถนะความสามารถในการผลิต ปัจจุบันสิ่งที่สำคัญคือการปรับลดต้นทุนของกระบวนการผลิตเพื่อความอยู่รอดและสามารถแข่งขันได้ กระบวนการผลิตที่ดีต้องมีความพร้อมของเครื่องจักรซึ่งภายในโรงงานอุตสาหกรรมนั้นมีเครื่องจักรที่หลากหลายและมีลักษณะการใช้งานของแต่ละอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน เครื่องจักรเมื่อมีการใช้งานสิ่งทีหลีกเลี่ยงไม่ได้นั่นคือ การเกิดความเสียหายการชำรุดทรุดโทรมไปตามระยะเวลาการใช้งาน เมื่อเครื่องจักรต้องหยุดเพื่อทำการบำรุงรักษาและซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต การบำรุงรักษาเครื่องจักรจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อยืดอายุการใช้งาน และลดความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องจักร โดยโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไปจะทำการบำรุงรักษาเครื่องจักรแบ่งเป็น 2 แบบ คือ การซ่อมบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance) และการซ่อมแซมหลังจากเครื่องจักรเกิดเหตุขัดข้อง (Breakdown Maintenance)

บริษัทกรณีศึกษานั้นเป็นอุตสาหกรรมการผลิตธัญพืช ได้ทำการผลิตสินค้าประเภทถั่วและงาหลากหลายชนิด ขั้นตอนที่สำคัญในการผลิตคือกระบวนการโม่ ซึ่งจำเป็นต้องมีการควบคุมอุณหภูมิ ความขาว ความสะอาด และอื่น ๆ ซึ่งมีขั้นตอนในการสั่งงานโดยใช้เครื่องจักรที่ซับซ้อน เนื่องจากเป็นบริษัทที่เปิดดำเนินการมาเป็นเวลานาน ระบบที่ใช้ควบคุมการผลิตเป็นระบบ Manual ทั้งหมด และเครื่องจักรที่ใช้เป็นเครื่องจักรที่ประกอบขึ้นเอง ทำให้เครื่องจักรเกิดการชำรุดและเสียหายกันหันบ่อยส่งผลให้เกิดการหยุดการผลิต และใช้เวลาในการซ่อมหลังจากการเกิดเหตุขัดข้องค่อนข้างนานสาเหตุมาจากความไม่พร้อมของอะไหล่ ส่งผลกระทบต่ออัตราการกำลังการผลิต การส่งสินค้า และต้นทุนของสินค้าโดยตรง

จากการศึกษาถึงปัญหาดังกล่าวจึงมีแนวคิดที่จะนำระบบการบำรุงรักษาที่ทุกคนมีส่วนร่วม (Total preventive maintenance: TPM) ประกอบด้วย การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (Individual Improvement) และการบำรุงรักษาตามแผน (Planned Maintenance) เข้ามาปฏิบัติ เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตโดยอาศัยการปรับปรุงค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ในสายการผลิตให้มีค่าเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักรและลดความสูญเสียเวลาการทำงานของเครื่องจักร โดยการปรับปรุงค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (Overall Equipment Effectiveness: OEE)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรเพิ่มขึ้น Overall Equipment Effectiveness: OEE การชำรุดและเสียหายกันหันของเครื่องจักรลดน้อยลง

การทบทวนวรรณกรรม

ประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (Overall Equipment Effectiveness: OEE)

ธานี อ่วมอ้อ. (2545) ค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) เป็นการแสดงความพร้อมของเครื่องจักรในการใช้งาน การวัดค่า OEE ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย

1. อัตราการเดินเครื่อง (Availability: A) คือความพร้อมของเครื่องจักรในการทำงาน เป็นการเปรียบเทียบระหว่างเวลาเดินเครื่องกับเวลารับภาระงาน

เวลารับภาระงาน = เวลาทั้งหมด - เวลาหยุดตามแผน

เวลาเดินเครื่อง = เวลารับภาระงาน - เวลาสูญเสียจากเครื่องจักรหยุด

อัตราการเดินเครื่อง = $\frac{\text{เวลาเดินเครื่อง}}{\text{เวลารับภาระงาน}}$

2. ประสิทธิภาพเดินเครื่อง (Performance Efficiency: P) คือสมรรถนะการทำงานของเครื่องจักรโดยเป็นการเปรียบเทียบระหว่างเวลาเดินเครื่องสุทธิต่อกับเวลาเดินเครื่อง

เวลาเดินเครื่องสุทธิ = เวลามาตรฐาน x จำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้

ประสิทธิภาพการเดินเครื่อง = $\frac{\text{เวลาเดินเครื่องสุทธิ}}{\text{เวลาเดินเครื่อง}}$

3. อัตราคุณภาพ (Quality Rate: Q) คือความสามารถในการผลิตชิ้นงานตามข้อกำหนด เปรียบเทียบกับจำนวนของที่ผลิตได้

อัตราคุณภาพ = $\frac{\text{จำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้ทั้งหมด} - \text{จำนวนชิ้นงานที่เสีย}}{\text{จำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้ทั้งหมด}}$

OEE = อัตราเดินเครื่อง (A) x ประสิทธิภาพเดินเครื่อง (P) x อัตราคุณภาพ (Q)

หลักการบำรุงรักษาที่ทุกคนมีส่วนร่วม (Total preventive maintenance: TPM)

ธานี อ่วมอ้อ. (2545) กิจกรรม 8 เสาหลักของ TPM ประกอบด้วย

1. การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (Individual Improvement)
2. การบำรุงรักษาด้วยตนเอง (Autonomous Maintenance)
3. การบำรุงรักษาตามแผน (Planned Maintenance)
4. การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ (Training and Skills Development)
5. การคำนึงถึงการบำรุงรักษาตั้งแต่เริ่มต้น (Initial Phase Management)
6. การบำรุงรักษาเชิงคุณภาพ (Quality Maintenance)
7. การมีส่วนร่วมของหน่วยงานสนับสนุน (Non - Production Involvement)
8. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (Safety, Hygiene, and Environment)

การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (Individual Improvement) เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต โดยมีกระบวนการน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยในงานวิจัยนี้จะปรับปรุงในส่วนของการจัดเตรียมเครื่องมือ อุปกรณ์พื้นฐาน และการควบคุมอะไหล่สำรองเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการซ่อมบำรุงเครื่องจักร เนื่องจากระยะเวลาในการซ่อมบำรุงหลังเหตุขัดข้องใช้เวลาค่อนข้างนาน จากการที่ไม่มีการอะไหล่สำรองไว้ล่วงหน้า ทำให้เสียโอกาสในการผลิต จึงมุ่งเน้น

ในส่วนของการเตรียมเครื่องมือ อุปกรณ์พื้นฐาน และการจัดเตรียมหรือสำรองวัสดุหรืออะไหล่ที่จำเป็นไว้ล่วงหน้า

การบำรุงรักษาตามแผน (Planned Maintenance) เป็นกิจกรรมของฝ่ายซ่อมบำรุง เป็นการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสามารถให้เครื่องจักรมีอัตราการใช้งานได้ดีที่สุด ไม่เกิดการขัดข้องของเครื่องจักร โดยงานวิจัยนี้จะแบ่งย่อยออกเป็น การบำรุงรักษาเชิงป้องกัน และซ่อมบำรุงหลังจากเกิดเหตุขัดข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นรินทร์ วุฒิสักดิ์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักรผลิตกระดาษคราฟท์ ด้วย TPM กรณีศึกษา : โรงงานผลิตกระดาษคราฟท์ มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักร พบว่า เวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF) เพิ่มขึ้นจาก 142 ชั่วโมง เป็น 309 ชั่วโมง เวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR) จากเดิม 8.9 ชั่วโมง ลดลงเหลือ 0.8 ชั่วโมง และค่าความพร้อมใช้งาน(% Machine Availability) เพิ่มขึ้นจาก 93.5% เป็น 99.5% คลังพัสดุเพื่อความปลอดภัยกลุ่ม A ลดลง 12.25% กลุ่ม B ลดลง 6.31% และกลุ่ม C ลดลง 9.04%

ขจรพงศ์ จินขจร และอภิศักดิ์ วิทยาประภากร (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบำรุงรักษาเครื่องถดควาล์วโดยใช้หลักการบำรุงรักษาด้วยตนเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ้างบริษัทซ่อมจากภายนอก พบว่าค่าใช้จ่ายในการจ้างบริษัทซ่อมจากภายนอกลดลงคิดเป็น 11 %

ธีรพงษ์ ชันทอง (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักร: กรณีศึกษาสถานีบริการก๊าซธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาสาเหตุหลักที่ทำให้เครื่องจักรเกิดการขัดข้อง และกำหนดการบำรุงรักษาด้วยตนเอง พบว่าค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 93.72 เป็นร้อยละ 99.56 ค่าอัตราการใช้งานของเครื่องจักร (Inherent Availability) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 99.20 เป็นร้อยละ 99.63 และเวลาในการตรวจเช็คสภาวะพื้นฐานและทำความสะอาดเครื่องจักรประจำวัน (Daily Inspection) ลดลงจาก 40 นาที เป็น 19.48 นาที หรือลดลงร้อยละ 51.30

จารุเดช หิรัญวัฒนสุข อริย บุญดำเนิน และนิลวรรณ ชุ่มฤทธิ์. (2561). ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องพิมพ์ 2 สี ในกระบวนการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากการปรับตั้งเครื่องจักรและการหยุดชะงักของเครื่องจักร พบว่าการหยุดชะงักของเครื่องพิมพ์ลดลงและประสิทธิภาพการเดินเครื่องเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ค่าประสิทธิผลโดยรวมเพิ่มขึ้นเป็น 66 %

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ดำเนินการโดยแบ่งงานออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นและปัญหาที่แท้จริงของการบำรุงรักษา ส่วนที่สองเป็นการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ได้ผลตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ โดยเน้นไปที่เครื่องจักรหลักจำนวน 2 เครื่อง ที่ใช้ในสายการผลิตของการผลิตถั่วและงา

ศึกษาข้อมูลและสภาพปัจจุบัน

เก็บรวบรวมข้อมูลของจำนวนเครื่องจักรหลักในสายการผลิต ซึ่งพบว่าเครื่องจักรหลักที่ใช้ในการผลิตถั่วและงา มีจำนวนทั้งหมด 6 เครื่อง เวลาการผลิตจำนวน 8 ชั่วโมง/วัน และเวลาการทำงาน 26 วัน/เดือน ทำการประเมินเครื่องจักรตามความสำคัญ และเลือกเครื่องจักรหลักที่ใช้งานเพื่อนำมาเป็นต้นแบบการปรับปรุงจำนวน 2 เครื่อง ซึ่งเป็นเครื่องจักรที่สามารถผลิตได้ทั้งกะเพาะเปลือกถั่วและงาได้หลายขนาด และรวบรวมข้อมูลจำนวนชั่วโมงการเกิดการชำรุดขัดข้อง จำนวนครั้งที่เกิดการชำรุด

ขัดข้อง โดยใช้ข้อมูลย้อนหลังเป็นระยะเวลา 1 ปี (ข้อมูลระหว่าง เดือนมกราคม – ธันวาคม 2561) พบว่าการชำรุดขัดข้องของเครื่องจักรเกิดจากหลายสาเหตุประกอบไปด้วย สายไฟขาด สวิตช์เสีย ลื่นเปิด-ปิดค้ำง ตู้เบรกเกอร์ทริปเปิดแล้วดับ ตะแกรงร้อนขาดชำรุด สายพานลำเลียงหย่อน อุณหภูมิเตาอบไม่ถึง พัดลมเตาอบไม่หมุน สายน้ำร้อนรั่ว เป็นต้น

ดำเนินกิจกรรมการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักร

กิจกรรม ก การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (Individual Improvement) จากการศึกษาข้อมูลพบว่ามี การชำรุดและเกิดการขัดข้องหลายครั้งที่ต้องใช้เวลาในการซ่อมล่าช้า ซึ่งเกิดจากการจัดเตรียม เครื่องมือ อุปกรณ์พื้นฐาน และไม่ได้มีอะไหล่สำหรับการซ่อมสำรองไว้ จึงได้จัดทำรถเข็นสำหรับใส่ เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์พื้นฐาน เพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาการจัดเตรียมเครื่องมือ อุปกรณ์ ทำการ จัดเตรียมอะไหล่คงคลังที่จำเป็นสำหรับการซ่อม

ก1 กำหนดเครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์พื้นฐาน ประกอบไปด้วย ผ้าเช็ดทำความสะอาด ประแจ คีม วัสดุหล่อลื่น อื่น ๆ เพื่อลดเวลาขั้นตอนของการเตรียม และเบิกจ่ายวัสดุ (A, P เพิ่มขึ้น)

ก2 จัดทำรถเข็น เพื่อใส่เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์พื้นฐาน ลดเวลาขั้นตอนของการเตรียม เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์ ลดเวลาการเข้าถึงการปฏิบัติงาน ลดเวลาในการส่งคืนเครื่องมือ และ อุปกรณ์ (A, P เพิ่มขึ้น)

ก3 จัดทำรายการอะไหล่คงคลังที่จำเป็น ซึ่งทางบริษัทจะต้องหาผลลัพธ์ของจุดสั่งซื้อ ปริมาณ การสั่งซื้อ การ Stock เพื่อความปลอดภัยของอะไหล่ที่จำเป็น (A, P เพิ่มขึ้น)

กิจกรรม ข การบำรุงรักษาตามแผน (Planned Maintenance) จัดทำแผนการบำรุงรักษา รายวัน และรายเดือน โดยทำการวิเคราะห์รายการจากผลการชำรุดขัดข้องของเครื่องจักรย้อนหลังมา ประกอบ สร้างระบบการใช้และบันทึกประวัติเครื่องจักร จัดทำรายงานการตรวจสอบเครื่องจักรรายวัน พร้อมระบุความผิดปกติที่พบและแนวทางการแก้ไข ทำรายงานการตรวจสอบเครื่องจักรรายเดือน และ มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ

ข1 จัดทำแผนการบำรุงรักษารายวัน โดยทำการตรวจเช็คความพร้อมโดยรวมของเครื่องจักร ตามรายการที่กำหนด เพื่อลดชั่วโมงการบำรุงรักษาและลดจำนวนการหยุดชะงักของเครื่องจักร มอบหมายให้พนักงานผู้ใช้เครื่องเป็นผู้ตรวจสอบ กำหนดให้ทำการตรวจสอบก่อนเริ่มใช้งานเครื่องจักร หากพบจุดบกพร่องที่ไม่สะอาดให้ทำความสะอาดทันที จุดที่ชำรุด เสื่อมสภาพ และจุดที่ยากลำบากต่อการตรวจสอบต้องมีการบันทึก (A, P, Q เพิ่มขึ้น)

ข2 จัดทำแผนการบำรุงรักษารายเดือน เป็นการบำรุงรักษาเชิงป้องกันเพื่อเป็นการยืดอายุการใช้งานของเครื่องจักร โดยมอบหมายให้ฝ่ายซ่อมบำรุงเป็นผู้ตรวจสอบ บันทึกข้อมูล และจัดเก็บประวัติ

ผลการวิจัย

1. ผลการเตรียมเครื่องมือ อุปกรณ์พื้นฐาน และจัดการอะไหล่คงคลังที่จำเป็นสำหรับงานซ่อมบำรุง
 - จัดทำรถเข็นสำหรับใส่เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์พื้นฐาน
 - จัดทำรายการสำรองอะไหล่ วัสดุ และ Stock เพื่อความปลอดภัยของอะไหล่ที่จำเป็น
2. ผลการวิจัยส่วนของชำรุดและเสียหายทีละชิ้น (Breakdown) ของเครื่องจักร

ตารางที่ 1

เปรียบเทียบการชำรุดและเสียหายทันทีของเครื่องจักร (Breakdown) ก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

	จำนวนครั้ง (เฉลี่ย/เดือน)	รวมเวลาที่สูญเสีย (นาทีก)	MTBF	MTTR
ก่อนการปรับปรุง (ม.ค. - ธ.ค. 61)	38	3,000 (50 ชม.)	249.47	78.94
เครื่องจักร 01	12	1,680 (28 ชม.)	900	140
เครื่องจักร 02	16	1,320 (22 ชม.)	697.5	82.5
หลังการปรับปรุง (ม.ค. - ธ.ค. 62)	17	1,260 (21 ชม.)	660	74.11
เครื่องจักร 01	8	420 (7 ชม.)	1507.5	52.5
เครื่องจักร 02	9	840 (14 ชม.)	1293.33	93.33
ผลต่าง	21	1,740 (29 ชม.)		

จากตารางที่ 1 การชำรุดและเสียหายทันทีของเครื่องจักร (Breakdown) จากเดิมเฉลี่ย 38 ครั้ง/เดือน เวลาที่สูญเสีย 3,000 นาทีก หรือคิดเป็น 50 ชั่วโมง/เดือน หลังปรับปรุงลดลงเหลือ 17 ครั้ง/เดือน เวลาที่สูญเสีย 1,260 นาทีก หรือคิดเป็น 21 ชั่วโมง/เดือน ซึ่งลดลง 21 ครั้ง/เดือน คิดเวลาที่สูญเสีย 1,740 นาทีก หรือคิดเป็น 29 ชั่วโมง/เดือน เวลาเฉลี่ยก่อนการเสียหายแต่ละครั้งก่อนปรับปรุงอยู่ที่ 249.47 นาทีก หลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นเป็น 660 นาทีก และระยะเวลาเฉลี่ยตั้งแต่เสียหายจนใช้ได้แต่ละครั้งก่อนปรับปรุง 78.94 นาทีก หลังปรับปรุงลดลงเหลือ 74.11 นาทีก

3. ผลการวิจัยส่วนของอัตราการเดินเครื่อง ประสิทธิภาพการเดินเครื่อง อัตราคุณภาพ และค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร

ตารางที่ 2

กิจกรรมการดำเนินงานเพื่อเพิ่มอัตราการเดินเครื่อง ประสิทธิภาพการเดินเครื่อง และอัตราคุณภาพ

กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน
ก1	สามารถเข้าถึงพื้นที่การซ่อมบำรุงได้รวดเร็วขึ้น ส่งผลให้เวลาการหยุดของเครื่องจักรลดลง อัตราการเดินเครื่อง และประสิทธิภาพการเดินเครื่องเพิ่มสูงขึ้น (A, P เพิ่มขึ้น)
ก2	สามารถเข้าถึงพื้นที่การซ่อมบำรุงได้รวดเร็วขึ้น ส่งผลให้เวลาการหยุดของเครื่องจักรลดลง อัตราการเดินเครื่อง และประสิทธิภาพการเดินเครื่องเพิ่มสูงขึ้น (A, P เพิ่มขึ้น)
ก3	สามารถลดปริมาณการจัดเก็บขยะไหลสำรอง ไม่มีการรอส่งขยะไหลเมื่อมีการซ่อม ส่งผลให้เวลาการหยุดของเครื่องจักรลดลง อัตราการเดินเครื่อง และประสิทธิภาพการเดินเครื่องเพิ่มสูงขึ้น (A, P เพิ่มขึ้น)
ข1	จำนวนครั้งการหยุดชะงักและเวลาการหยุดของเครื่องจักรลดลง ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นจากความสะอาดของเมล็ดถั่วและงาลดลง การผลิตที่ไม่ตรงตามมาตรฐานที่เกิดจากการไม่พร้อมของเครื่องจักรลดลง ทำให้อัตราการเดินเครื่อง ประสิทธิภาพการเดินเครื่อง และอัตราคุณภาพเพิ่มสูงขึ้น (A, P, Q เพิ่มขึ้น)
ข2	มีแผนการบำรุงรักษาที่ดี สามารถวางแผนการหยุดเพื่อบำรุงรักษาเครื่องจักร และกำหนดแผนการผลิตได้แม่นยำขึ้น

ตารางที่ 3

ประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ก่อนการปรับปรุง

เครื่องจักร	อัตราการเดินเครื่อง (A)	ประสิทธิภาพการเดินเครื่อง (P)	อัตราคุณภาพ (Q)	ประสิทธิผลโดยรวมของ เครื่องจักร (OEE)
01	92.5	90.4	96.8	80.9 %
02	89.1	91.3	95.7	77.8 %

จากตารางที่ 3 ก่อนการปรับปรุง เครื่องจักร 01 มีอัตราการเดินเครื่องอยู่ที่ 92.5 ประสิทธิภาพการเดินเครื่องอยู่ที่ 90.4 และอัตราคุณภาพ 96.8 โดยมีค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรอยู่ที่ 80.9 % เครื่องจักร 02 มีอัตราการเดินเครื่องอยู่ที่ 89.1 ประสิทธิภาพการเดินเครื่องอยู่ที่ 91.3 และอัตราคุณภาพ 95.7 โดยมีค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรอยู่ที่ 77.8 %

ตารางที่ 4

ประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) หลังการปรับปรุง

เครื่องจักร	อัตราการเดินเครื่อง (A)	ประสิทธิภาพการเดินเครื่อง (P)	อัตราคุณภาพ (Q)	ประสิทธิผลโดยรวมของ เครื่องจักร (OEE)
กิจกรรม	ก1 ก2 ก3 ข1	ก1 ก2 ก3 ข1	ข1	
01	95.1	93.2	98.7	87.9 %
02	93.4	92.5	97.4	84.1 %

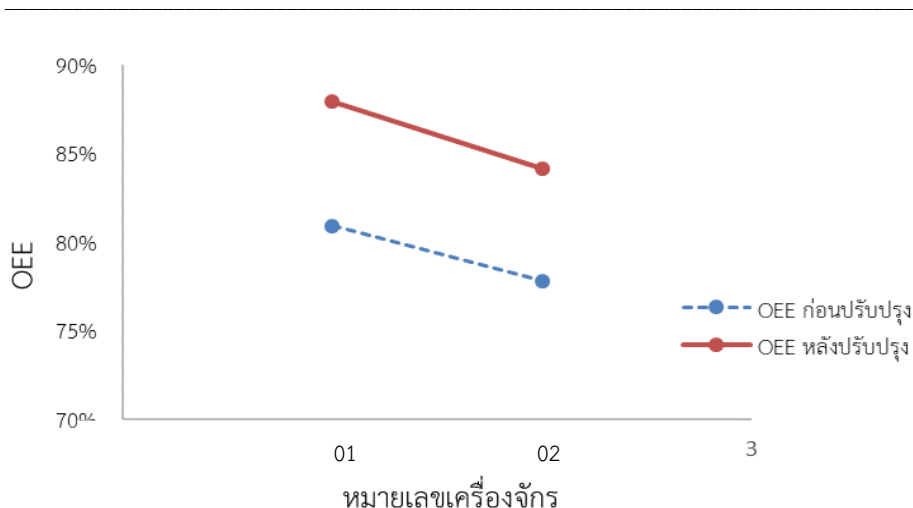
จากตารางที่ 4 ผลจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ หลังการปรับปรุง เครื่องจักร 01 มีอัตราการเดินเครื่องอยู่ที่ 95.1 ประสิทธิภาพการเดินเครื่องอยู่ที่ 93.2 และอัตราคุณภาพ 98.7 โดยมีค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรอยู่ที่ 87.9 % เครื่องจักร 02 มีอัตราการเดินเครื่องอยู่ที่ 93.4 ประสิทธิภาพการเดินเครื่องอยู่ที่ 92.5 และอัตราคุณภาพ 97.4 โดยมีค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรอยู่ที่ 84.1 %

ตารางที่ 5

เปรียบเทียบประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

เครื่องจักร	OEE ก่อนปรับปรุง	OEE หลังปรับปรุง	ผลต่าง
01	80.9 %	87.9 %	7%
02	77.8 %	84.1 %	6.3%

จากตารางที่ 5 เปรียบเทียบค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง พบว่า เครื่องจักร 01 มีค่า OEE เพิ่มขึ้น 7% และเครื่องจักร 02 มีค่า OEE เพิ่มขึ้น 6.3%



ภาพที่ 1 เปรียบเทียบประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

สรุปและอภิปรายผล

จากการดำเนินการบำรุงรักษาวิผลที่ทุกคนมีส่วนร่วม (Total preventive maintenance: TPM) ประกอบด้วย การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (Individual Improvement) และการบำรุงรักษาตามแผน (Planned Maintenance) พบสาเหตุที่ทำให้เครื่องจักรเกิดการชำรุดและเสียกะทันหัน (Breakdown) เกิดจากอุปกรณ์ที่ผ่านการใช้งานมานานจนเกิดความเสียหาย การไม่ตรวจสอบสภาพความพร้อมของเครื่องจักรก่อนการใช้งาน และไม่มีแผนการบำรุงรักษาที่เหมาะสม ส่งผลกระทบให้ไม่สามารถผลิตถั่วและงาได้ตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งจากเดิมมีความสูญเสียจากการชำรุดและเสียกะทันหันของเครื่องจักรเฉลี่ย 38 ครั้ง/เดือน เวลาที่สูญเสีย 3,000 นาที หรือคิดเป็น 50 ชั่วโมง/เดือน หลังปรับปรุงลดลงเหลือ 17 ครั้ง/เดือน เวลาที่สูญเสีย 1,260 นาที หรือคิดเป็น 21 ชั่วโมง/เดือน ซึ่งลดลง 21 ครั้ง/เดือน คิดเวลาที่สูญเสีย 1,740 นาที 29 ชั่วโมง/เดือน และเมื่อพิจารณาค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ในสายการผลิตถั่วและงา พบว่าเครื่องจักรที่ 01 มีค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ก่อนปรับปรุง 80.9 % หลังปรับปรุง 87.9 % เพิ่มขึ้น 7% และ เครื่องจักรที่ 02 มีค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ก่อนปรับปรุง 77.8 % หลังปรับปรุง 84.1 % เพิ่มขึ้น 6.3% คิดเป็นค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรสายการผลิตถั่วและงาเพิ่มขึ้น 6.65 %

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงานที่เข้ามาทำงานใหม่ให้ทราบถึงระบบการทำงาน และเอกสารที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานการบำรุงรักษา
2. เนื่องจากเครื่องจักรมีอายุการใช้งานค่อนข้างนาน และเป็นเครื่องจักรที่ได้ประกอบขึ้นเอง จึงควรวางแผนการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรให้เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- ขจรพงศ์ จินขจร, และอดิศักดิ์ วิทยาประภากร. (2556). การบำรุงรักษาเครื่องถดวาล์วโดยใช้หลักการการบำรุงรักษาด้วยตนเอง. *การประชุมวิชาการด้านการพัฒนาการดำเนินงานทางอุตสาหกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี 2556*, 479-487.
- จารุเดช หิรัญวัฒน์สุข, อริย บุญดำเนิน, และนิลวรรณ ชุ่มฤทธิ์. (2561). การเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องพิมพ์ 2 สีในกระบวนการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก. *วิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา*, 29(1), 45-52.
- ธานี อ่วมอ้อ. (2545). *การบำรุงรักษาทวีผลแบบทุกคนมีส่วนร่วม*. สถาบันเพิ่มผลผลิต: กรุงเทพฯ
- ธีรพงษ์ ชันทอง. (2558). *การปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักร: กรณีศึกษาสถานีบริการก๊าซธรรมชาติ*. การค้นคว้าอิสระระดับวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ประทุมธานี.
- นิรันดร์ วุฒิสักดิ์. (2558). *การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักรผลิตกระดาษกราฟด้วย TPM กรณีศึกษา: โรงงานผลิตกระดาษกราฟ*. การค้นคว้าอิสระระดับวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ประทุมธานี.
- ภาคินัย มนประณีต, และเกรียงไกร ไวยกาญจน์. (2555). การปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรสำคัญในกระบวนการผลิตอาหารทะเลแปรรูป. *การประชุมวิชาการช่างงานวิศวกรรมอุตสาหกรรม*, 2101-2108.
- P.A.Perumal, S.S.Yoong, C.C.Tay. (2019). Classification of Losses in Overall Equipment Effectiveness Calculation. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(1). 7-11.
- Ramachandra C G, T. R. Srinivas, Prashanth Pai M, Raghavengra M J. (2016). OEE - A Tool to Measure the Effectiveness of TPM Implementation in Industries - A Review. *Global Research and Development Journal for Engineering*, 1(12). 92-96.
- Swapnil Raut, Niyati Raut. (2017). Implementation of TPM to Enhance OEE in A Medium Scale Industry. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJTE)*, 4(5), 1035-1041.

การปรับปรุงปริมาณการจัดเก็บอะไหล่คงคลังของเครื่องจักรโรงกลั่นน้ำมันด้วยเทคนิคเมทริกซ์ ABC-VED Analysis: กรณีศึกษา

Improvement of Spare Parts Inventory Control for Oil Refinery Machine by Using ABC-VED Matrix Analysis Technique: A Case Study

ถิรนนท์ ทิวาราตรีวิทย์

Thiranan Tiwatreewit¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงปริมาณการจัดเก็บอะไหล่คงคลังของเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตและการซ่อมบำรุงที่มีการเบิกใช้งานอยู่เป็นประจำให้มีปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้งานด้วยการประยุกต์ใช้เทคนิควิเคราะห์เมทริกซ์ ABC – VED Analysis โดยเริ่มจากการจำแนกกลุ่มรายการอะไหล่ด้วยวิธี ABC Analysis ตามลำดับมูลค่าอะไหล่คงคลัง (Inventory Value) และจำแนกกลุ่มอะไหล่ที่มีการเบิกใช้งานอยู่เป็นประจำ ตามลำดับความสำคัญของอะไหล่และมูลค่าความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น ด้วยวิธี VED Analysis และกำหนดจุดสั่งซื้อใหม่ (Reorder Point) และปริมาณการสั่งซื้อ (Reorder Quantity) เพื่อให้มีปริมาณอะไหล่คงคลังที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้งาน ผลการศึกษาพบว่า เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการจัดเก็บอะไหล่คงคลังก่อนและหลังการปรับปรุง พบว่า รายการอะไหล่คงคลังจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 365 รายการ สามารถลดมูลค่าการจัดเก็บลงได้ 3,812,200.38 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของมูลค่าสินค้าคงคลังทั้งหมด ส่งผลให้ปริมาณอะไหล่คงคลังมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้งาน อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนการจัดเก็บลงได้

คำสำคัญ: การจัดการสินค้าคงคลัง อะไหล่คงคลัง เทคนิควิเคราะห์เมทริกซ์ ABC-VED โรงกลั่นน้ำมัน ปริมาณการสั่งซื้อ

Abstract

The purpose of this study was to examine effective inventory management of spare parts used for production and maintenance in oil refinery to ensure the critical parts are prioritized and stock are properly managed and available for usage to avoid extended equipment downtime. By the start of Part list classification with ABC Analysis and product losses that may occur by using VED Analysis. After that, the order (Reorder Point) and order intake (Reorder Quantity) was determine to provide the spare parts inventory sufficient to operate. The findings indicated that the difference in stock value of the sample from 365 SKUs before and after the inventory improvement where the company could reduce carrying cost and save up to 3,812,200.38 baht or 8.82%

¹อาจารย์ สาขาวิทยาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี E-mail: thiranan@vru.ac.th

reduction of total value. As a result, the spare parts inventory is adequate and appropriate to use and also reduce storage costs.

Keywords: Inventory Management, Spare Parts Inventory, ABC-VED Matrix Analysis, Oil Refinery, Reorder Quantity

บทนำ

กระบวนการผลิตน้ำมันหรือก๊าซธรรมชาติจำเป็นต้องใช้เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ หลายชนิด เมื่อน้ำมันหรือก๊าซธรรมชาติเดินทางผ่านทางท่อจากแท่นหลุมขุดเจาะมายังแท่นผลิตกลาง (Central Processing Platform) จะผ่านเข้าสู่กระบวนการต่างๆ บนแท่นผลิตเพื่อแยก น้ำ ก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ และสารปนเปื้อนอื่นๆ ออกจากน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ในการผลิตก๊าซธรรมชาติ ในอ่าวไทยพบก๊าซธรรมชาติเหลว (Condensate) ปนขึ้นมาพร้อมกับก๊าซธรรมชาติด้วย บนแท่นผลิตจึงต้องมีกระบวนการเพื่อแยกก๊าซธรรมชาติเหลวด้วยเช่นกัน เมื่อผ่านกระบวนการทั้งหมด น้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติเหลว จะถูกส่งไปเก็บยังคลังเก็บน้ำมันลอยน้ำบนเรือขนาดใหญ่ (Floating Storage and Offloading Vessel) ซึ่งสามารถกักเก็บน้ำมันได้หลายแสนบาร์เรลและติดตั้งอยู่ในบริเวณใกล้กับแท่นผลิต เพื่อรอการขนถ่ายไปยังเรือของผู้ซื้อตามที่ได้วางแผนไว้ ส่วนก๊าซธรรมชาติจะถูกขนส่งผ่านทางท่อใต้ทะเลความยาว 425 กิโลเมตรมาขึ้นฝั่งที่จังหวัดระยองเพื่อนำไปใช้ ประโยชน์ในด้านต่างๆ ต่อไป

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการศึกษากรณีศึกษาของ บริษัท CR ประเทศไทย จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมในอ่าวไทย ปัจจุบันสามารถผลิตได้ทั้งก๊าซธรรมชาติ ก๊าซธรรมชาติเหลว และน้ำมันดิบ โดยก๊าซธรรมชาติที่ผลิตได้ในประเทศไทยคิดเป็นประมาณร้อยละ 50 ของการผลิตก๊าซธรรมชาติในประเทศ ส่วนใหญ่นำไปใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้า ส่วนที่เหลือนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงในโรงงานอุตสาหกรรม เชื้อเพลิงยานพาหนะ ก๊าซหุงต้ม และวัตถุดิบในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ทั้งนี้ ก๊าซธรรมชาติที่ผลิตได้ทั้งหมดส่งให้กับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งปตท.จะส่งก๊าซผ่านทางท่อใต้ทะเลไปยังโรงแยกก๊าซธรรมชาติของปตท. ที่จังหวัดระยองและนครศรีธรรมราช เพื่อเข้าสู่กระบวนการต่อไป และเนื่องจากกระบวนการผลิตน้ำมันหรือก๊าซธรรมชาติ นั้น มีขั้นตอนที่ซับซ้อน ผ่านกระบวนการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่การขุดเจาะ คัดแยกน้ำ ก๊าซและสารปนเปื้อนต่างๆ กักเก็บและขนถ่ายไปยังผู้ซื้อ ในกระบวนการต่างๆ เหล่านี้ จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ หลายชนิด ทำให้องค์กรต้องมีตรวจสอบการทำงานของเครื่องจักรและวางแผนการซ่อมบำรุงให้เป็นระบบ เพื่อให้เครื่องจักร อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ รวมไปถึงการจัดการระบบการแจ้งเตือนภัยสำหรับใช้ในการซ่อมบำรุงเครื่องจักรเหล่านั้น ซึ่งจะต้องมีประสิทธิภาพและเพียงพอต่อการใช้งานในกรณีที่เครื่องจักรเกิดการชำรุดเสียหาย เพื่อป้องกันผลกระทบในด้านต่างๆ อาจสามารถก่อให้เกิดมูลค่าความเสียหายตามมา

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของบริษัทกรณีศึกษา พบปัญหาในด้านระบบการวางแผนการจัดเก็บบะโหล่คลังของเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตน้ำมันหรือก๊าซธรรมชาติของบริษัท ยังขาดความเหมาะสมในเรื่องของการควบคุมปริมาณการจัดเก็บ โดยการศึกษาข้อมูลบะโหล่คลัง 3 ปีย้อนหลัง ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2560 - 2562 พบว่า บะโหล่คลังสำหรับเครื่องจักรนั้นถูกจัดเก็บไว้สูงมากถึง 4,072 รายการ คิดเป็นมูลค่าสินค้าคลังทั้งสิ้นกว่า 303 ล้านบาท ส่งผลต่อบริษัทแบกรับต้นทุน

การจัดเก็บเพิ่มมากขึ้นเกินความจำเป็น ในขณะที่เดียวกันหากจัดเก็บอะไหล่ล้นเกินไป ส่งผลให้อะไหล่คงคลังไม่เพียงพอต่อการซ่อมบำรุง และส่งผลกระทบต่อในด้านต่างๆ เป็นลักษณะของห่วงโซ่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาระบบการจัดเก็บอะไหล่คงคลัง รวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยการประยุกต์ใช้ฟังก์ชันปลา และการจัดการกลุ่มอะไหล่ตามความสำคัญ รวมถึงวิเคราะห์ปริมาณการสั่งซื้อใหม่ เพื่อแก้ไขปรับปรุงระบบการจัดเก็บอะไหล่สำรองให้มีปริมาณที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดกลุ่มอะไหล่คงคลังของเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตและซ่อมบำรุงด้วยการประยุกต์ใช้เทคนิคเมทริกซ์ ABC – VED Analysis
2. เพื่อกำหนดจุดสั่งซื้อใหม่ (Reorder point; ROP) และปริมาณการสั่งซื้อ (Reorder Quantity; ROQ) ของอะไหล่คงคลัง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้แนวทางการบริหารจัดการอะไหล่แต่ละกลุ่มที่เหมาะสมจากการจัดแบ่งกลุ่มอะไหล่ตามความสำคัญ
2. สามารถควบคุมปริมาณการสั่งซื้อและจัดเก็บอะไหล่คงคลังของเครื่องจักรที่เหมาะสมเพียงพอต่อการใช้งานในกระบวนการผลิตและงานซ่อมบำรุงและช่วยลดต้นทุนการจัดเก็บอะไหล่คงคลังได้

การทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวางแผนควบคุมสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่ทำให้ค่าใช้จ่ายรวมต่ำที่สุด และเป็นหนึ่งในเทคนิคที่ช่วยจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพของการควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory Control) นั่นคือ การแบ่งแยกจัดกลุ่มสินค้าตามความสำคัญด้วยหลักการวิเคราะห์แบบ ABC (ABC Analysis) ซึ่งเป็นวิธีของการให้ความสำคัญกับสินค้าแบ่งตามเกณฑ์มูลค่าและปริมาณของสินค้า เพื่อช่วยลดภาระในการควบคุมดูแลสินค้าคงคลังที่มีจำนวนมาก ลดค่าใช้จ่าย และสามารถประหยัดเวลาในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง (จันทร์เพ็ญ อนุรักษ์นันทน์ และคณะ, 2562; นิภาพร วงศ์แสง และปริญญาดิษฐารัตน์, 2559) ซึ่งหลักการจำแนกอะไหล่ตามระบบ ABC Classification ถือเป็นแนวคิดการบริหารสินค้าคงคลังที่เหมาะสมกับกิจการที่มีสินค้าคงคลังมากชนิด แต่ละชนิดมีปริมาณการใช้และต้นทุนต่อหน่วยแตกต่างกัน โดยประยุกต์มาจากหลักการของ Pareto (กฎ 80:20) อธิบายถึง “สิ่งที่สำคัญหรือมีประโยชน์จะมีอยู่เป็นจำนวนที่น้อยกว่าสิ่งที่ไม่สำคัญหรือไม่มีประโยชน์ซึ่งมีจำนวนที่มากกว่า” จึงเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มสินค้าจำนวนน้อยที่มีมูลค่ามาก มากกว่ากลุ่มสินค้าจำนวนมากโดยรวมมีมูลค่าน้อย ซึ่งทำการแบ่งสินค้าคงคลังออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม A, B และ C เพื่อจัดลำดับความสำคัญ และเพื่อให้สามารถบริหารจัดการกับสินค้าแต่ละประเภทได้อย่างเหมาะสม โดยที่กลุ่ม A เป็นสินค้าคงคลังที่สำคัญมากที่สุด มีมูลค่าคงคลังรวมประมาณ 70-80% ของมูลค่าคงคลังทั้งหมด กลุ่ม B เป็นสินค้าคงคลังที่สำคัญปานกลาง มีมูลค่าคงคลังรวม ประมาณ 15-20% ของมูลค่าคงคลังทั้งหมด และกลุ่ม C เป็นสินค้าคงคลังที่สำคายน้อยสุด มีมูลค่าคงคลังรวม ประมาณ 5-10% ของมูลค่าคงคลังทั้งหมด (จันทร์เพ็ญ อนุรักษ์นันทน์ และคณะ, 2562; ธมลวรรณ อยู่เจริญ และธัญญา วสุศรี, 2561)

นอกจากนี้ยังมีหลักการจัดกลุ่มสินค้าคงคลังด้วยวิธี VED Analysis เป็นการจัดกลุ่มแบ่งแยกสินค้าตามความสำคัญค่าความวิกฤตของอะไหล่แต่ละประเภท โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม (Bose, 2006) คือ 1) กลุ่ม V วัสดุอะไหล่สำคัญ (Vital) เป็นวัสดุที่มีความสำคัญในการผลิตมาก หากขาดอะไหล่กลุ่มนี้จะส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ระบบงานต้องหยุดลง และมีผลสืบเนื่องทันทีในด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม หรือ มีผลให้กระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจต้องหยุดชะงัก และในที่นี้รวมถึงอะไหล่ที่ที่ต้องได้รับการจัดเก็บตามข้อกำหนดทางกฎหมาย 2) กลุ่ม E วัสดุอะไหล่ที่จำเป็น คือเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญปานกลาง (Essential) หากอะไหล่กลุ่มนี้เสียหายจะส่งผลกระทบต่อการผลิต อาจทำให้ได้ผลผลิตลดต่ำกว่าปกติ หรือคุณภาพงานที่ได้อาจต่ำลง อาจต้องมีการทำซ้ำเพื่อปรับปรุงคุณภาพ (Reprocess) และอาจมีผลต่อเนื่องในด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม หรือมีผลกระทบต่อกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจได้ผลลัพธ์ไม่เต็มประสิทธิภาพ และ 3) กลุ่ม D วัสดุอะไหล่สนับสนุน เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่ำ (Desirable) สำหรับใช้งานร่วมกับอุปกรณ์ทุกระดับ ซึ่งการขาดอะไหล่กลุ่มนี้จะไม่ส่งผลใดๆ ต่อกระบวนการผลิต รวมถึงอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม

จุดสั่งซื้อใหม่ (Reorder Point: ROP) คือจุดที่บอกถึงปริมาณคงคลังที่จะต้องมีการสั่งซื้อเพิ่ม ซึ่งจะต้องคำนึงถึงระยะเวลาการรอคอย (Lead time) และอัตราการใช้สินค้าต่อวัน (Usage Rate) การคำนวณนี้อยู่ภายใต้สมมติฐานว่า การใช้และความต้องการเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลงตลอดทั้งปี โดยจุดสั่งซื้อใหม่จะมีค่าเท่ากับผลคูณระหว่างอุปสงค์สูงสุดที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานำ (Waters, 1949) จากสูตร

$$ROP = (LT \times d) \quad \text{สมการ (1)}$$

เมื่อกำหนดให้ ROP = จุดสั่งซื้อ

LT = เวลารอคอยจนได้รับสินค้า (Lead time)

d = อัตราขายสินค้าเฉลี่ยต่อวัน (Demand Rate)

ปริมาณการสั่งซื้อ หรือ Reorder Quantity (ROQ) หมายถึง ปริมาณที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อดำเนินการสั่งซื้อและเติมเต็มในระบบ (Philip Slater, 2016) จากสูตร

$$ROQ = \sqrt{\frac{2 \times \text{Order Cost} \times \text{Demand Rate}}{\text{Item Cost} \times \text{Holding Cost P.A.}}} \quad \text{สมการ (2)}$$

เมื่อกำหนดให้ ROQ = ปริมาณการสั่งซื้อ (unit)

Order Cost = ต้นทุนการสั่งซื้อต่อครั้ง (unit/ครั้ง)

Demand Rate = เฉลี่ยอัตราการใช้ (unit/ปี)

Item Cost = ต้นทุนราคาสินค้า (บาท)

Holding Cost P.A. = ต้นทุนการเก็บรักษา (บาท/unit/ปี)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการประยุกต์ใช้เทคนิค ABC-VED Analysis

กนกพร ศรีปฐมสวัสดิ์ และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาถึงการจัดการวัสดุคงคลังอะไหล่ย่อยในการซ่อมบำรุงระบบจัดเก็บค่าโดยสารอัตโนมัติ ด้วยการจำแนกกลุ่มอะไหล่ด้วยเกณฑ์ปริมาณการใช้งานตามวิธี ABC Analysis และใช้เกณฑ์ค่าความวิกฤตในการซ่อมบำรุงตามวิธี VED Analysis และจัดกลุ่มอะไหล่ร่วมกันด้วยการประยุกต์ใช้เทคนิค ABC-VED เพื่อซ่อมบำรุงชุดขับเคลื่อนตัว จากนั้นกำหนดระดับสำรองคงคลังต่ำสุด-สูงสุด (ROP แบบ Min-Max) และกำหนดระดับการให้บริการ (Service

Level) เพื่อควบคุมจัดเก็บคงคลังสำรอง (Safety Stock) ตามความสำคัญของอะไหล่แต่ละประเภท และได้เสนอให้มีการควบคุมด้วยสายตา (Visual Control) ในการจัดพื้นที่การจัดเก็บตามลำดับความสำคัญของอะไหล่เพื่อเข้าตรวจสอบปริมาณการใช้งาน ผลจากการประยุกต์ใช้งานวิธีการที่นำเสนอสามารถลดระดับสำรองคงคลังต่ำสุดลงได้ และยังสามารถช่วยลดจำนวนงานที่ต้องรอคอยอะไหล่จากคลังย่อยให้ไม่มีจำนวนงานรอคอยอะไหล่เกิดขึ้นเลย ลดลงจากเดิมร้อยละ 26.67 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว

Sandeep B. Pund et.al. (2016) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์แบบ ABC-VED ของวิทยาลัยแพทยรัฐบาล วิทยาลัย รานชยา Aurangabad เพื่อจัดประเภทของยาตามต้นทุนและความสำคัญในด้านต่างๆ และระบุหมวดหมู่ที่มีความจำเป็นจะต้องมีการบริหารจัดการที่มีการควบคุมอย่างเข้มงวด โดยพบปัญหาการปรับปรุงสินค้าคงคลังของโรงพยาบาลและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยา จึงนำวิธีการวิเคราะห์แบบ ABC-VED Matrix มาใช้ในงานวิจัย พบว่า จำแนกหมวดของยาได้ 3 หมวด โดยหมวดที่ I จำเป็นจะต้องมีการควบคุมบริหารจัดการในการใช้สูง ในขณะที่หมวดที่ 2 และ 3 จำเป็นจะต้องมีการควบคุมบริหารจัดการในการใช้ปานกลาง และต่ำตามลำดับ ดังนั้นการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงหมวดหมู่ของยา ซึ่งจะต้องมีการควบคุมในการบริหารจัดการสูง นอกจากนั้นยังมีรายการเป็นของหมวด II และ III ซึ่งจำเป็นต้องมีการควบคุมปานกลางและต่ำตามลำดับด้วย แสดงให้เห็นว่า บริษัทสามารถรักษาสินค้าคงคลังบนพื้นฐานของความคุ้มค่าโดยใช้เทคนิคการควบคุมและการจัดหมวดหมู่

ฉมวรรณ อยู่เจริญ และธัญญา วสุศรี (2561) ได้ทำการพัฒนาระบบเติมเต็มยาและเวชภัณฑ์คงคลัง วิทยาลัยพยาบาลชุมชนแห่งหนึ่งในจังหวัดราชบุรี ซึ่งมีปัญหาการขาดแคลนยาและเวชภัณฑ์ อีกทั้งต้นทุนยาและเวชภัณฑ์คงคลังมีมูลค่าสูงและระยะเวลาการถือครองนาน จึงมุ่งศึกษาเพื่อพัฒนาระบบการเติมเต็มยาและเวชภัณฑ์คงคลังให้มีเพียงพอต่อการให้บริการภายใต้ต้นทุนที่เหมาะสม ด้วยการประยุกต์ใช้วิธี ABC Classification และ VED Analysis จัดกลุ่มยาและเวชภัณฑ์คงคลัง พร้อมด้วยวิธีการพยากรณ์ปริมาณความต้องการด้วยวิธี Holt-Winter's Method วิธี Simple Seasonal และวิธี Croston's Method และนำวิธี Order Up-To Level วิธีคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อแบบประหยัด (EOQ) และวิธี Silver-Meal Heuristic มากำหนดปริมาณยาและเวชภัณฑ์คงคลังสูงสุดในการเติมเต็มของกลุ่มตัวอย่างยาและเวชภัณฑ์คงคลังทั้ง 9 รายการ ผลการวิจัยพบว่า วิธีการเติมเต็มที่นำเสนอสามารถลดมูลค่ายาและเวชภัณฑ์คงคลังเฉลี่ยลงได้ 1,148,373.97 บาท ลดระยะเวลาการถือครองลงเฉลี่ย 113.84 วัน

วิธีดำเนินการวิจัย

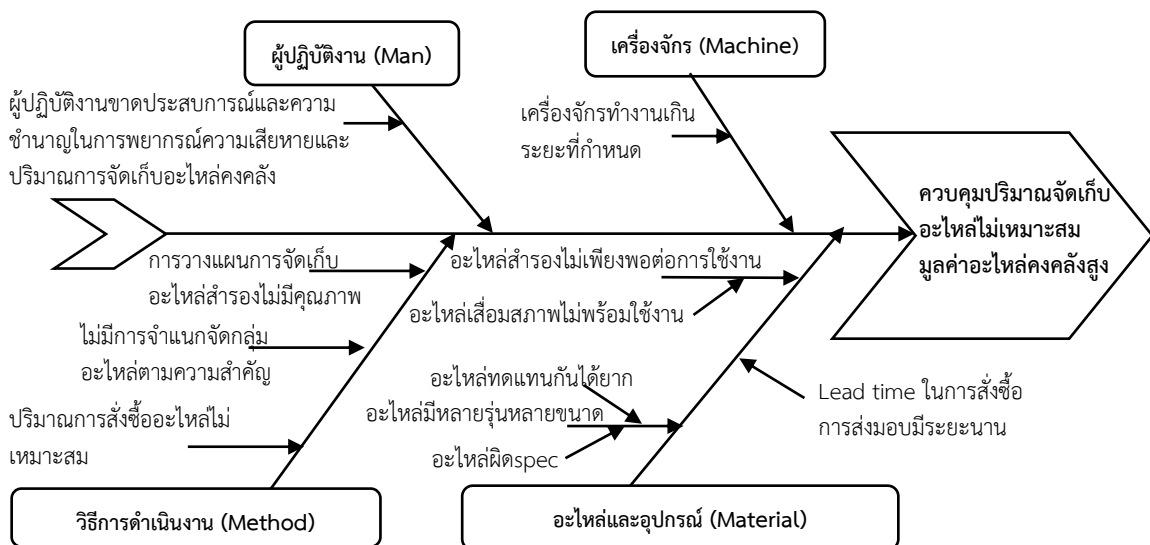
ดังนั้นในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แนวคิดการบริหารสินค้าคงคลัง ให้มีปริมาณการจัดเก็บอะไหล่คงคลังที่เหมาะสม โดยใช้แนวคิด Pareto (80:20) หลักการ ABC Analysis ในการแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังตามมูลค่าการจัดเก็บและแนวคิดในการแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังตามค่าความวิกฤตของอะไหล่แต่ละประเภท (VED Analysis) เพื่อนำมาคำนวณจุดสั่งซื้อและปริมาณการสั่งซื้อของอะไหล่แต่ละประเภทให้มีปริมาณการจัดเก็บที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้งาน



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ผลการวิจัย

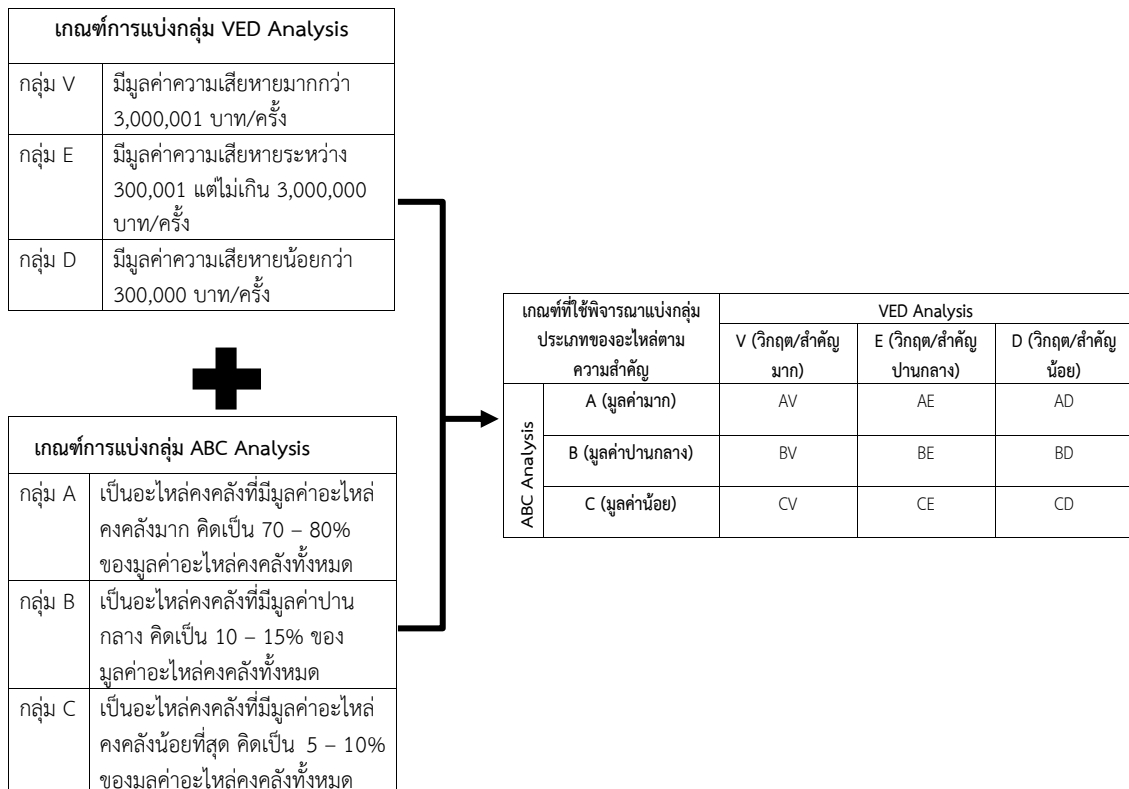
จากการศึกษาสภาพปัจจุบันและระบบการจับเก็บอะไหล่คลังคลังของเครื่องจักร วิเคราะห์ปัญหาด้วยแผนผังก้างปลา โดยแบ่งกลุ่มหัวข้อหลักที่เป็นสาเหตุของปัญหาตามปัจจัย 4M ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงาน (Man) เครื่องจักร (Machine) อะไหล่และอุปกรณ์ (Material) และวิธีการดำเนินงาน (Method) สามารถวิเคราะห์หาสาเหตุได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อหาสาเหตุด้วยแผนผังก้างปลา

โดยสาเหตุหลักใหญ่มาจากปัจจัยด้านวิธีการดำเนินงาน ไม่มีการจำแนกอะไหล่ตามความเคลื่อนไหว เนื่องจากการวางแผนการจัดเก็บอะไหล่สำรองไม่มีประสิทธิภาพ และปริมาณการสั่งซื้ออะไหล่ไม่เหมาะสม พร้อมทั้งสาเหตุปัจจัยด้านอะไหล่และอุปกรณ์ ที่อะไหล่สำรองไม่เพียงพอต่อการใช้งาน และ Lead Time ในการสั่งซื้อ การส่งมอบมีระยะเวลานาน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการเบิกใช้อะไหล่คงคลังย้อนหลังจำนวน 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2562 มาดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จากรายการอะไหล่ทั้งหมดที่ถูกจัดเก็บไว้ 4,072 รายการ โดยใช้ทฤษฎีของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ซึ่งได้ปริมาณกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 365 รายการ ซึ่งมีมูลค่าทั้งสิ้น 43,199,335.91 บาท จากนั้น ได้ทำการจำแนกประเภทอะไหล่คงคลังด้วยเครื่องมือ VED Analysis โดยการแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังตามลำดับความสำคัญของอะไหล่และมูลค่าความเสียหายที่จะเกิดขึ้นหากอะไหล่ไม่เพียงพอต่อการใช้งาน โดยมีการประเมินมูลค่าความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นหากเครื่องจักรหยุดทำงานต่อครั้งจากวิศวกรผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งเกณฑ์การแบ่งกลุ่มกำหนดได้ ดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงเกณฑ์การแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังตามความสำคัญ ABC-VED Matrix Analysis

จากภาพที่ 3 แสดงเกณฑ์การจัดกลุ่มอะไหล่คงคลังด้วยวิธี ABC Analysis เพื่อจัดกลุ่มความสำคัญของอะไหล่ตามมูลค่าและปริมาณ ส่วนเกณฑ์การจัดกลุ่มด้วยวิธี VED Analysis ถูกนำมาวิเคราะห์จัดแบ่งด้วยเพื่อจัดลำดับความสำคัญของอะไหล่ที่มีผลกระทบต่อการผลิตน้ำมัน แล้วจากนั้นจะนำข้อมูลจากการแยกกลุ่มทั้งสองวิธีมาวิเคราะห์ข้อมูลจัดกลุ่มร่วมกันในรูปแบบ ABC-VED Matrix Analysis เพื่อกำหนดแนวทางบริหารจัดการอะไหล่ในการดำเนินการสั่งซื้อและควบคุมอะไหล่ให้

เหมาะสมมากที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มและจัดการประเภทอะไหล่คงคลังของบริษัทได้ ดังตัวอย่างตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1

แสดงตัวอย่างการจัดแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังด้วยวิธี ABC Analysis ร่วมกับวิธี VED Analysis

ลำดับ	หมายเลขชิ้นส่วน	เฉลี่ย อัตราการ ใช้ต่อปี (ชิ้น)	ปริมาณ อะไหล่ คงคลังใน มือ (ชิ้น)	ราคาอะไหล่ ต่อชิ้น (บาท)	มูลค่าอะไหล่ คงคลังรวม (บาท)	% มูลค่า อะไหล่คง คลัง	% มูลค่า อะไหล่คง คลัง สะสม	ABC Analysis	VED Analysis	VED- ABC Analysis
146	60266	5	39	89,997.07	3,509,885.85	8.12	8.12	A	D	AD
212	91359	1	3	983,273.25	2,949,819.75	6.83	14.95	A	V	AV
145	60265	20	35	75,264.62	2,634,261.55	6.10	21.05	A	D	AD
213	91389	1	4	482,710.07	1,930,840.27	4.47	25.52	A	V	AV
113	53759	5	3	496,476.03	1,489,428.09	3.45	28.97	A	E	AE
311	132901	0	20	64,411.34	1,288,226.88	2.98	31.95	A	E	AE
308	131522	3	1	1,247,971.95	1,247,971.95	2.89	34.84	A	E	AE
98	51406	0	5	210,967.25	1,054,836.23	2.44	37.28	A	D	AD
341	162055	0	9	115,868.30	1,042,814.69	2.41	39.70	A	E	AE
92	51314	0	73	11,819.79	862,844.47	2.00	41.69	A	D	AD
...										
225	98788	1	2	1,059.84	2,119.67	0.00	99.98	C	V	CV
169	68482	1	4	524.25	2,097.00	0.00	99.99	C	V	CV
234	105951	1	2	1,033.23	2,066.47	0.00	99.99	C	V	CV
178	69260	1	6	327.25	1,963.50	0.00	100.00	C	V	CV
3	23373	3	8	220.35	1,762.80	0.00	100.00	C	V	CV

จากการแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังด้วยวิธี ABC-VED Matrix Analysis ตามความสำคัญของอะไหล่และมูลค่าต่อปริมาณอะไหล่คงคลัง สามารถจำแนกออกได้เป็น 9 กลุ่มย่อย ทำให้ทราบปริมาณและมูลค่าอะไหล่คงคลังต่อปริมาณ ซึ่งคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ในแต่ละกลุ่มย่อยได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

แสดงผลสรุปการจัดแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังด้วยวิธี ABC Analysis ร่วมกับวิธี VED Analysis

กลุ่ม	รายการ (SKUs)	สัดส่วน SKUs	มูลค่าอะไหล่คงคลัง (บาท)	สัดส่วนมูลค่าอะไหล่ คงคลัง
Class 1: Vital (V)				
A	5	1.37%	5,393,802.61	12.49%
B	7	1.92%	438,222.71	1.01%
C	22	6.03%	172,377.56	0.40%
รวม	34	9.32%	6,004,402.88	13.90%
Class 2: Essential (E)				
A	32	8.77%	12,641,518.04	29.26%
B	56	15.34%	3,422,126.31	7.92%
C	57	15.62%	700,420.38	1.62%
รวม	145	39.73%	16,764,064.73	38.80%

ตารางที่ 2

แสดงผลสรุปการจัดแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังด้วยวิธี ABC Analysis ร่วมกับวิธี VED Analysis (ต่อ)

กลุ่ม	รายการ (SKUs)	สัดส่วน SKUs	มูลค่าอะไหล่คงคลัง (บาท)	สัดส่วนมูลค่าอะไหล่ คงคลัง
Class 3: Desirable (D)				
B	54	14.79%	2,698,476.17	6.25%
C	95	26.03%	1,234,621.07	2.86%
รวม	186	50.96%	20,430,868.24	47.30%
ทั้งหมด	365	100%	43,199,335.91	100%

สำหรับในงานวิจัยนี้ได้กำหนดแบ่งหมวด Class ออกเป็นอีก 3 กลุ่ม ดังนี้

Class 1 เป็นกลุ่มรายการอะไหล่คงคลังที่มีระดับความสำคัญต่อเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมาก หากขาดวัสดุดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่ออุปกรณหยุดทำงาน มีผลให้กระบวนการผลิตหยุดชะงัก จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญและควบคุมปริมาณอะไหล่คงคลังให้เพียงพอต่อการใช้งาน ได้แก่ AV, BV และ CV

Class 2 เป็นกลุ่มรายการอะไหล่คงคลังที่มีระดับความสำคัญปานกลาง หากอะไหล่ชิ้นนี้เสียหายจะส่งผลกระทบต่อการผลิตเช่นเดียวกัน แต่ไม่รุนแรงเท่ากลุ่มแรก โดยมีทางเลือกในการซ่อมบำรุง ได้แก่ AE, BE และ CE

Class 3 เป็นกลุ่มรายการอะไหล่คงคลังที่มีระดับความสำคัญต่ำ หากขาดรายการอะไหล่ดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตหรือส่งผลกระทบต่อเพียงเล็กน้อย ได้แก่ AD, BD และ CD

จากตารางที่ 1 เป็นตารางการแบ่งกลุ่มอะไหล่คงคลังด้วยวิธี ABC Analysis ร่วมกับวิธี VED Analysis ที่ทำให้เห็นภาพรวมความสำคัญของมูลค่าอะไหล่ และความสำคัญค่าวิกฤตของอะไหล่เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตน้ำมัน ซึ่งจากการแยกจัดกลุ่มนี้ด้วย ABC – VED Matrix Analysis ทำให้พบว่า มูลค่าอะไหล่คงคลังในกลุ่ม Class 3 ที่เป็น Desirable (D) นั้นมีมูลค่าสูง โดยเฉพาะ AD มีจำนวนรายการอะไหล่ทั้งหมด 37 SKUs ซึ่งรายการเหล่านี้ในกลุ่ม Class 3 ควรได้รับการปรับปรุงบริหารจัดการปริมาณถือครองใหม่ ซึ่งผู้วิจัยนำจำนวนอะไหล่มาดำเนินการหาปริมาณการสั่งซื้อใหม่และจุดสั่งซื้อใหม่ที่จะทำให้มีมูลค่าต้นทุนคงคลังรวมต่ำสุด

ตารางที่ 3

แสดงเมทริกซ์การจัดกลุ่มอะไหล่คงคลังด้วยวิธี ABC – VED Matrix Analysis

การแบ่งกลุ่ม ประเภทของอะไหล่ ตามความสำคัญ	VED Analysis			รายการ (SKUs)	สัดส่วน SKUs	มูลค่าอะไหล่ คงคลัง (บาท)	สัดส่วน มูลค่า คงคลัง	
	V	E	D					
ABC Analysis	A	5	32	37	74	20.27%	34,533,091.65	79.94%
	B	7	56	54	117	32.06%	6,558,825.19	15.18%
	C	22	57	95	174	47.67%	2,107,419.01	4.88%
รวมปริมาณ (SKUs)	34	145	186	365	100%	43,199,335.85	100%	
สัดส่วน SKUs	9.32%	39.73%	50.96%	100%				
สัดส่วนมูลค่าคงคลัง	13.90%	38.81%	47.29%	100%				

จากตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์อะไหล่คงคลังตามความสำคัญด้วย วิธี ABC – VED Matrix Analysis สามารถจัดกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบไปด้วย กลุ่ม Class 1 มีสัดส่วนอะไหล่คงคลังที่สำคัญมากจำนวน 34 SKUs คิดเป็นร้อยละ 9.32 โดยมีมูลค่าคงคลังรวมทั้งหมด 6,004,402.88 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.90 แสดงให้เห็นว่า เป็นกลุ่มที่มีระดับความสำคัญมากที่จะต้องมีการควบคุมดูแลอย่างเข้มงวด ในขณะที่กลุ่ม Class 2 มีสัดส่วนอะไหล่คงคลังที่สำคัญปานกลางจำนวน 145 SKUs คิดเป็นร้อยละ 39.73 โดยมีมูลค่าคงคลังรวมทั้งหมด 16,764,064.73 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.81 และกลุ่ม Class 3 มีสัดส่วนอะไหล่คงคลังที่สำคัญน้อยจำนวน 186 SKUs คิดเป็นร้อยละ 50.96 โดยมีมูลค่าคงคลังรวมทั้งหมด 20,430,868.24 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.29

ดังนั้น บริษัทจำเป็นต้องดำเนินการปรับปรุงปริมาณจัดเก็บอะไหล่ทั้ง 3 Class นี้ โดยเฉพาะในกลุ่ม Class 3 นี้ เพื่อลดมูลค่าคงคลังในการจัดเก็บและหาแนวทางการบริหารจัดการอะไหล่ให้เหมาะสม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลรายการอะไหล่คงคลังที่มีการเบิกใช้งานเป็นประจำจำนวน 365 SKUs ดำเนินการปรับระดับปริมาณอะไหล่คงคลังของแต่ละกลุ่มให้มีปริมาณการถือครองที่เหมาะสม ด้วยการคำนวณกำหนดจุดสั่งซื้อใหม่ (Reorder Point – ROP) ซึ่งเมื่อใดที่อะไหล่คงคลังได้ถูกเบิกจ่ายหรือหยิบใช้ไปจนถึงระดับจุดสั่งซื้อที่กำหนด องค์กรจะต้องดำเนินการสั่งซื้ออะไหล่คงคลังตามปริมาณการสั่งซื้อ (Reorder Quantity – ROQ) ตามที่กำหนดไว้ เพื่อเติมเต็มปริมาณอะไหล่คงคลังให้มีปริมาณอะไหล่คงคลังในมือ (Quantity on hand) ให้เพียงพอต่อการใช้งานและเพื่อให้ได้ปริมาณการจัดเก็บที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการควบคุมอะไหล่คงคลัง จะช่วยให้สามารถลดมูลค่าอะไหล่คงคลังให้กับองค์กรได้

ตารางที่ 4

รายการอะไหล่คงคลังในแต่ละกลุ่มหลังการปรับระดับ ROP-ROQ

วิธีปัจจุบัน (แบบเดิม)				หลังการปรับระดับ ROP-ROQ							
กลุ่ม (ความสำคัญ)	หมายเลขชิ้นส่วน	ระยะเวลา (วัน)	เฉลี่ยอัตราการใช้ต่อปี (ชิ้น)	(ROP) จุดสั่งซื้อ (ชิ้น)	(ROQ) ปริมาณการสั่งซื้อ (ชิ้น/ครั้ง)	(On-hand) ปริมาณอะไหล่คงคลังในมือ (ชิ้น)	(ROP) จุดสั่งซื้อ (ชิ้น)	(ROQ) ปริมาณการสั่งซื้อ (ชิ้น/ครั้ง)	ปริมาณอะไหล่คงคลัง (ชิ้น)	(Item Cost) ราคาอะไหล่ต่อชิ้น (บาท)	มูลค่าอะไหล่คงคลังรวม (บาท)
Class 1	91359	390	1	2	1	3	1	1	3	983,273.25	2,949,819.75
Class 1	91389	390	1	2	1	4	1	1	3	482,710.07	1,448,130.20
Class 1	70268	390	1	0	4	4	1	1	3	53,005.12	159,015.37
Class 1	114648	360	1	0	1	2	1	1	2	83,833.94	167,667.88
...											
Class 2	53759	154	5	0	0	3	2	1	3	496,476.03	1,489,428.09
Class 2	132901	390	0	0	0	20	0	0	0	64,411.34	0.00
Class 2	131522	390	3	0	0	1	3	1	5	1,247,971.95	6,239,859.75
Class 2	162055	390	0	3	3	9	0	0	0	115,868.30	0.00
Class 2	86098	390	1	0	1	1	1	1	2	746,695.23	1,493,390.46
...											
Class 3	60266	510	5	50	20	39	7	1	8	89,997.07	719,976.58
Class 3	60265	510	20	48	24	35	28	2	30	75,264.62	2,257,938.47
Class 3	51406	56	0	0	0	5	0	0	0	210,967.25	0.00
Class 3	51314	56	0	0	0	73	1	1	2	11,819.79	23,639.57
...											
รวม											39,387,135.53

$$\text{จากสูตร } ROP = (LT \times \bar{d})$$

เมื่อกำหนดให้ ROP = จุดสั่งซื้อ

LT = เวลารอคอยจนได้รับสินค้า

\bar{d} = อัตราการใช้อะไหล่เฉลี่ยต่อวัน

ตัวอย่างการคำนวณ Reorder Point (ROP) ของอะไหล่หมายเลขชิ้นส่วน 91359

Reorder Point (ROP) = 390 วัน × (1 ปี/365 วัน) = 1.06 ชิ้น หรือ 1 ชิ้น ดังนั้น เมื่อระดับอะไหล่คงคลัง (On-hand) เหลืออยู่จำนวน 1 ชิ้น ให้เริ่มดำเนินการสั่งซื้อใหม่ได้

$$\text{และจากสูตร } ROQ = \sqrt{\frac{2 \times \text{Order Cost} \times \text{Demand Rate}}{\text{Item Cost} \times \text{Holding Cost P.A.}}}$$

โดยค่าใช้จ่ายของบริษัท มีต้นทุนการเก็บรักษาเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 25% ของราคาอะไหล่ต่อชิ้น และต้นทุนในการสั่งซื้อเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 1,500 บาท

ตัวอย่างการคำนวณ Reorder Quantity (ROQ) ของอะไหล่หมายเลขชิ้นส่วน 91359

$$ROQ = \sqrt{\frac{2 \times 1500 \times 1}{983,273.25 \times 0.25}} = 0.11 \text{ ชิ้น หรือ } 1 \text{ ชิ้น}$$

ฉะนั้น สำหรับปริมาณการสั่งซื้ออะไหล่ของหมายเลขชิ้นส่วน 91359 นี้ควรทำการสั่งซื้อเพื่อเข้ามาเติมเต็มในคลังเมื่อระดับคงคลังเหลืออยู่ 1 ชิ้น และควรทำการสั่งซื้อเข้ามาใหม่อีก 1 ชิ้น

จากการปรับระดับปริมาณการจัดเก็บอะไหล่คงคลัง โดยกำหนดจุดสั่งซื้อ (Reorder Point) ในแต่ละรายการ โดยพิจารณาจากอัตราการหยิบใช้หรือการเบิกจ่ายอะไหล่คงคลังเฉลี่ยต่อวัน (Daily Usage) และระยะเวลาคอยสินค้า (Lead Time) และคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมของอะไหล่แต่ละรายการในแต่ละครั้ง โดยพิจารณาจากต้นทุนการสั่งซื้อต่อครั้ง (Order Cost) อัตราการใช้เฉลี่ยต่อปี (Demand Rate) ราคาสินค้า (Item Cost) และต้นทุนการเก็บรักษา (Holding Cost) ทำให้ปริมาณอะไหล่คงคลังที่จัดเก็บของทั้ง 365 SKUs จากเดิมมีปริมาณจำนวนอะไหล่คงคลังเก็บไว้ 4,020 ชิ้น ลดลงเหลือ 1,858 ชิ้น มีผลทำให้มูลค่าอะไหล่คงคลังจากเดิม คิดเป็นมูลค่ารวม 43,199,335.91 บาท ลดลงเหลือ 39,387,135.53 บาท ซึ่งสามารถลดปริมาณการจัดเก็บและมูลค่าอะไหล่คงคลังลง 3,812,200.38 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของมูลค่าอะไหล่คงคลังทั้งหมด โดยสามารถเปรียบเทียบก่อนและหลังปรับปรุงได้ว่า จากรูปแบบปัจจุบันที่ให้ความสำคัญอะไหล่เท่ากันทุกรายการ และอาศัยประสบการณ์ความชำนาญของพนักงานในการกำหนดปริมาณสั่งซื้อในแต่ละครั้ง เมื่อปรับรูปแบบใหม่ให้ความสำคัญกับอะไหล่เครื่องจักรแต่ละประเภทด้วยการจัดกลุ่มวิธี ABC – VED Matrix Analysis พร้อมกับการปรับเปลี่ยนใช้ปริมาณการสั่งซื้อและจุดสั่งซื้อใหม่นั้น ทำให้พนักงานสามารถบริหารจัดการควบคุมดูแลอะไหล่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อการผลิตน้ำมันได้ดีขึ้น จนเป็นผลทำให้มูลค่าคงคลังรวมลดลง

สรุปและอภิปรายผล

ในการปรับปรุงปริมาณการจัดเก็บอะไหล่คงคลังของเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตและการซ่อมบำรุงที่มีการเบิกใช้งานอยู่เป็นประจำให้มีปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้งาน ผลการวิจัยพบว่า หลังจากการปรับปรุงสามารถลดมูลค่าการจัดเก็บอะไหล่คงคลังลงได้ 3,812,200.38 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของมูลค่าอะไหล่คงคลังทั้งหมด จากการสุ่มตัวอย่างศึกษารายการอะไหล่ทั้งหมด 365

SKUs โดยเป็นผลจากการนำหลักการวิเคราะห์เมทริกซ์ ABC Analysis ร่วมกับ VED Analysis มาใช้ในการจัดแบ่งกลุ่มอะไหล่ได้ 3 Class ที่มีระดับความสำคัญต่างกัน นั่นคือ Class 1 เป็นกลุ่มที่มีระดับความสำคัญมาก จำนวน 34 SKUs (ร้อยละ 9.32) โดยมีมูลค่าคงคลังรวมทั้งหมด 6,004,402.88 บาท (ร้อยละ 13.90) Class 2 เป็นกลุ่มที่มีระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 145 SKUs (ร้อยละ 39.73) โดยมีมูลค่าคงคลังรวมทั้งหมด 16,764,064.73 บาท (ร้อยละ 38.81) และกลุ่ม Class 3 มีสัดส่วนอะไหล่คงคลังที่ระดับสำคัญต่ำจำนวน 186 SKUs (ร้อยละ 50.96) โดยมีมูลค่าคงคลังรวมทั้งหมด 20,430,868.24 บาท (ร้อยละ 47.29) ทั้งนี้จัดกลุ่มเพื่อนำไปบริหารจัดการสินค้าคงคลังรวมถึงการป้องกันสินค้าขาดมือเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการผลิตของเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตน้ำมัน และได้นำทฤษฎีการคำนวณจุดสั่งซื้อใหม่และปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม เป็นผลให้สามารถลดต้นทุนการจัดเก็บได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธมลวรรณ อยู่เจริญ และธัญญา วสุศรี (2561) ที่ได้พัฒนาระบบเติมเต็มยาและเวชภัณฑ์คงคลังให้มีเพียงพอต่อการให้บริการภายใต้ต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งประยุกต์ใช้วิธี ABC Classification และ VED Analysis จัดกลุ่มยาและเวชภัณฑ์คงคลัง วิธีคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อแบบประหยัด (EOQ) และวิธี Silver-Meal Heuristic ซึ่งสามารถลดมูลค่ายาและเวชภัณฑ์คงคลังเฉลี่ยลงได้ 1,148,373.97 บาท ลดระยะเวลาการถือครองลงเฉลี่ย 113.84 วัน

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบว่า การบริหารและการควบคุมปริมาณอะไหล่คงคลังให้มีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้งานถือเป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็นต้องคำนึงถึงปริมาณการเบิกใช้ ต้นทุนในการจัดเก็บ ต้นทุนการสั่งซื้อในแต่ละครั้งรวมไปถึงระยะเวลานำตั้งแต่ดำเนินการสั่งซื้อจนถึงได้รับสินค้า สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องใช้ในการพิจารณาร่วมกัน เพื่อให้ได้ปริมาณการจัดเก็บที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้งานและไม่ทำให้เครื่องจักรหยุดชะงัก และสามารถทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนโดยรวมขององค์กรได้ โดยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ในอนาคตราคาน้ำมันมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่กระทบต่อต้นทุนในการสั่งซื้ออะไหล่และการขนส่ง ดังนั้นบริษัทจึงควรคำนึงถึงปริมาณอะไหล่คงคลังที่เหมาะสม จุดสั่งซื้อสินค้าและปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง เพื่อให้มีอะไหล่สำรองไว้ใช้งานอยู่เสมอ ป้องกันการซื้อสินค้าหรืออะไหล่แบบเร่งด่วน ซึ่งจะทำให้ค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น

2. การปรับระดับจุดสั่งซื้อและปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมของรายการอะไหล่ที่มีอยู่เดิมในองค์กร อาจจะไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงมูลค่าการจัดเก็บอะไหล่คงคลังที่ลดลงในทันที แต่จะส่งผลกระทบยาวในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กิงกาญจน์ ผลิตกะ และนพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2559). การบริหารสินค้าคงคลังโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis เทคนิค EOQ Model และวิธี Silver-Meal: กรณีศึกษาบริษัท XYZ. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(1), 102-114.
- กิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ. (2550). *หลักการควบคุมคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

-
- กนกพร ศรีปฐมสวัสดิ์ วราภพ แซ่ซิ่น และอภิชาติ มณีงาม. (2556). การจัดการวัสดุคงคลังในการซ่อมบำรุงระบบจัดเก็บค่าโดยสาร. ใน *การประชุมวิชาการด้านการวิจัยดำเนินงานแห่งชาติ ประจำปี 2556*. 11-14 กันยายน 2556: 45-52.
- จันทร์เพ็ญ อนุรัตน์นนท์ และคณะ. (2562). การเพิ่มประสิทธิภาพคลังจัดเก็บสินค้าเครื่องตีมกรณศึกษา: บริษัทเครื่องตีมตัวอย่าง. *วารสารข่าวงานวิศวกรรมอุตสาหกรรมไทย*, 5(1), 49- 58.
- ธมลวรรณ อยู่เจริญ และธัญญา วสุศรี. (2561). การพัฒนาระบบเติมเต็มยาและเวชภัณฑ์คลังกรณศึกษาโรงพยาบาลชุมชน. *วารสารเภสัชศาสตร์อีสาน*, 14(3), 92-106.
- นิภาพร วงศ์แสง และปริณภา จิตรภักดิ์. (2559). การศึกษากระบวนการวางแผนการผลิตต่อห้องแดงกรณศึกษา บริษัท พี.เอส. เมททอลเวกส์ จำกัด. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 2(1), 28-37.
- เนตรนภา เสี่ยงประเสริฐ. (2558). *การวิเคราะห์ปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมสำหรับวัตถุดิบในประเทศกรณีธุรกิจผลิตยางผสม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Bose, C. (2006). *Inventory Management*. New Delhi : Prentice Hall.
- Phillip Slater. (2016). *Spare Parts Inventory Management: A Complete Guide to Sparesology™*. Retrieved from <https://www.scribd.com/book/445702181/Spare-Parts-Inventory-Management-A-Complete-Guide-to-Sparesology>.
- Siwadol Kanyakam. (2018). Inventory Management in Medical Stores of Secondary Care Unit Service Level Hospitals in Northeast of Thailand. *MAHASARAKHAM INTERNATIONAL JOURNAL OF ENGINEERING TECHNOLOGY*, 4(1), 17-23.
- Sandeep B. Pund et.al..(2016). ABC-VED matrix analysis of Government Medical College, Aurangabad drug store. *Int J Community Med Public Health*. 2016; 3(2) ,469-472.
- Waters, D. (1949). *Inventory control and management*. USA : John Wiley.

ห้องนำเสนอ 4
ระบบสารสนเทศ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์
ในองค์กรธุรกิจ

ผู้หญิงก็เขียนโปรแกรมได้: ความแตกต่างระหว่างเพศในด้านพฤติกรรมการเรียนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเกรดในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์

Women Can Code: Gender Differences in Learning Behaviors, Academic Performance, and Grades from the Computer Programming Class

จันทวรรณ ปิยะวัฒน์

Jantawan Piyawat¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการคือ (1) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาและเกรดที่ได้รับจำแนกตามเพศ (2) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเกรดที่ได้รับจำแนกตามเพศ และ (3) เพื่อสำรวจตัวแปรที่สามารถทำนายเกรดที่ได้รับในการเรียนวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นวิชาในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำนวน 48 คน งานวิจัยนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการถดถอย เชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผลการศึกษาพบว่าจำนวนชั่วโมงในการเข้าระบบการจัดการเรียนรู้ทางออนไลน์ และคะแนนสอบย่อยแบบปรนัย มีความแตกต่างระหว่างเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวนครั้งในการเข้าห้องเรียน คะแนนสอบกลางภาค คะแนนสอบปลายภาค คะแนนสอบย่อยแบบปฏิบัติ และเกรดที่ได้รับ ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศ แต่เฉพาะในกลุ่มนักศึกษาชายพบว่าเกรดในวิชานี้มีความสัมพันธ์ กับจำนวนครั้งในการเข้าเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การศึกษาในครั้งนี้ยังพบอีกว่าเกรดมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในด้านคะแนนสอบกลางภาค คะแนนสอบปลายภาค คะแนนสอบย่อยแบบปฏิบัติ และคะแนนสอบย่อยแบบปรนัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในกลุ่มนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย ตัวแปรที่สามารถทำนายเกรดวิชานี้ได้คือ คะแนนสอบกลางภาค คะแนนสอบ ปลายภาค และคะแนนสอบปฏิบัติย่อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ทั้งสามตัวแปรนี้ ร่วมกันทำนายเกรดได้ร้อยละ 97

คำสำคัญ: ผู้หญิง ความแตกต่างทางเพศ การเขียนโปรแกรม ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พฤติกรรมการเรียน

Abstract

This study has three main objectives. Firstly, it attempts to compare learning behaviors, academic achievements, and academic grades classified by gender. Secondly, it seeks to analyze the relationships among learning behaviors and academic

¹ อาจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ สาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: jantawan.n@psu.ac.th

achievements toward the grades received in a computer programming class. Lastly, it aims to explore variables that can predict an academic achievement signified by the grades obtained in this course. The class was held in the first semester of 2019 for 48 undergraduate business program students in the Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University. In this research, data were statistically analyzed using independent t-tests, Pearson's correlations, and multiple linear regression. The results of the study show that the number of hours spent accessing the online learning management system and the multiple-choice test scores are significantly different between genders at the level of 0.05. However, the number of times attending the classroom, midterm exam scores, final exam scores, practice test scores, and grades are not significantly different between genders. The study among male students shows that the grades had a significant correlation with the number of attendances at the level of 0.05. In addition, this study also finds that grades are related to academic achievement in midterm exam scores, final exam scores, practice test scores and multiple-choice tests with statistical significance in both gender groups. As such, the variables that can predict grades for this course are midterm exam scores, final exam scores and practice test scores with statistical significance at the level of 0.001. All three variables jointly predict grades by 97 percent.

Keywords: Women, Gender Differences, Programming, Academic Achievement, Learning Behavior

บทนำ

บริษัทไอทีซีทำการสำรวจตลาดงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศพบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2561-2565 ตลาดงานด้านนี้จะเติบโตสูงขึ้นไปถึงร้อยละ 25.8 นอกจากนี้ธุรกิจด้านดิจิทัลของไทยภายในปี พ.ศ. 2565 เติบโตสูงขึ้นไปถึงร้อยละ 61 ของ GDP อีกทั้งผลการสำรวจของบริษัทจ็อบไทยได้แสดงให้เห็นว่า ในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2562 หนึ่งในสามของงานที่เติบโตมากที่สุดคืองานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (มติชนออนไลน์, 2563) อย่างไรก็ตามงานวิจัยก็พบว่าตลาดแรงงานด้านนี้มีสถานะขาดแคลนสูงทั้งในไทยและทั่วโลก (Marketingoops, 2563) นอกจากนี้ยังพบอีกว่าสถานะขาดแคลนบุคลากรเพศหญิงที่เลือกอาชีพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัญหาทั่วโลกและเป็นปัญหาในระดับชาติของสหรัฐอเมริกา ผู้หญิงเพียงร้อยละ 18 เท่านั้นที่จบปริญญาตรีสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ในสหรัฐอเมริกา (Outlay, Platt, & Conroy, 2017) แม้อंकอร์ต่างๆ จะมีความต้องการงานด้านนี้อยู่มาก แต่วิทยาการคอมพิวเตอร์ยังคงเป็นสาขาที่ผู้ชายเลือกเรียนมากกว่าผู้หญิง (Cheryan, Master, & Meltzoff, 2015)

ข้อมูลสถิตินักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ณ วันที่ 27 เมษายน 2563 จำแนกตามเพศ แสดงให้เห็นว่าคณะวิศวกรรมศาสตร์และคณะวิทยาศาสตร์เฉพาะสาขาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ มีจำนวนนักศึกษาชายมากกว่านักศึกษาหญิง แต่คณะวิทยาการ

จัดการสาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจมีนักศึกษาหญิงมากกว่านักศึกษาชาย (ตารางที่ 1) (กองทะเบียนและประมวลผล, 2563)

ตารางที่ 1

ข้อมูลสถิตินักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

คณะและสาขาวิชา	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คณะวิทยาศาสตร์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ	32	74.42	11	25.58	43	100
คณะวิทยาศาสตร์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	89	53.94	76	46.06	165	100
คณะวิทยาศาสตร์ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์	116	64.09	65	35.91	181	100
คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์	207	79.62	53	20.38	260	100
คณะวิทยาการจัดการ สาขาระบบสารสนเทศ	40	53.33	35	46.67	75	100
คณะวิทยาการจัดการ สาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	76	44.44	95	55.56	171	100

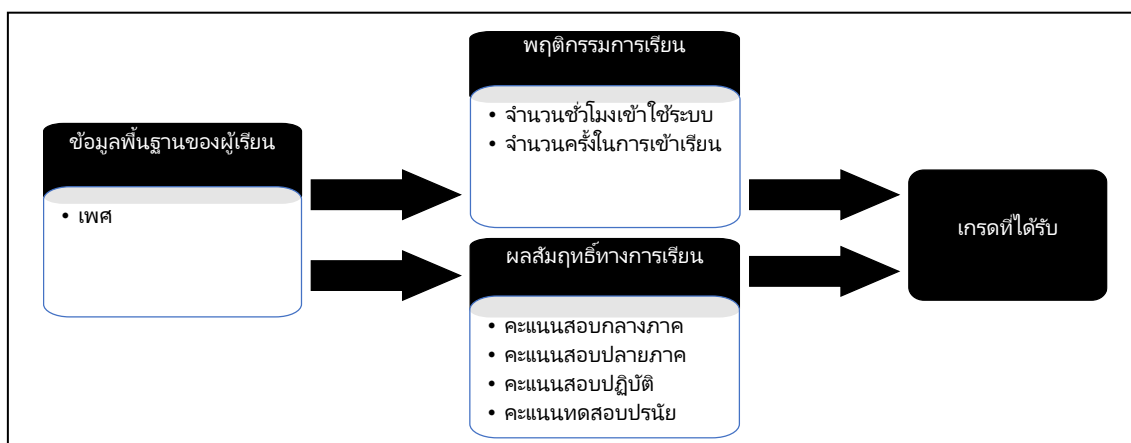
งานวิจัยพบว่าความแตกต่างระหว่างเพศมีบทบาทสำคัญต่อทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อคอมพิวเตอร์และการรับรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ (Deechuay, Koul, Maneewan, & Lerdpornkulrat, 2016) และงานทางด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ถูกมองว่าเป็นงานของผู้ชาย (Outlay, Platt, & Conroy, 2017) อีกทั้งมีงานวิจัยสรุปว่านักเรียนหญิงมองว่าการเรียนรู้ทางวิทยาการคอมพิวเตอร์เป็นการเรียนที่น่าเบื่อ ยาก และทำให้โดดเดี่ยวจากสังคม (Benyo & White, 2009) แต่ในทางตรงกันข้ามมีงานวิจัยกลับพบว่าผู้ชายมีทัศนคติเชิงบวกต่อวิทยาการคอมพิวเตอร์ (Sainz & Lopez-Saez, 2010) มีปัจจัยสำคัญอีกหลายอย่าง อาทิ วัฒนธรรม ที่ส่งผลให้ผู้หญิงขาดความเชื่อมั่นในการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Hill, Corbett, & Rose, 2010) งานวิจัยพบว่าผู้หญิงรับรู้ว่าคุณมีความสามารถไม่เพียงพอในการเรียนด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ แม้ความสามารถที่แท้จริงของพวกเขาในด้านนี้จะไม่ต่ำเท่าที่พวกเขารับรู้ (Bandura, Barbaranelli, Caprara, & Pastorelli, 2001) งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีความสามารถในการเรียนรู้ด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ได้ดีเช่นเดียวกับผู้ชาย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมทางการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเกรดที่ได้รับ ในการเรียนวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ของนักศึกษาจำแนกตามเพศ
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมทางการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเกรดที่ได้รับ จำแนกตามเพศ
3. เพื่อสำรวจตัวแปรที่สามารถทำนายเกรดที่ได้รับในวิชานี้

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาตัวแปรจำนวนแปดรายการประกอบด้วย ตัวแปรด้านพื้นฐานของผู้เรียน ได้แก่ เพศ กลุ่มตัวแปรด้านพฤติกรรมในการเรียน ได้แก่ จำนวนชั่วโมงในการเข้าใช้ระบบออนไลน์ สำหรับการเรียนรู้ และจำนวนครั้งในการเข้าเรียนในห้องเรียน กลุ่มตัวแปรด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ คะแนนสอบกลางภาค แบบปฏิบัติ คะแนนสอบปลายภาคแบบปฏิบัติ คะแนนสอบปฏิบัติย่อย คะแนนสอบย่อยแบบปรนัย และเกรดที่ได้รับสำหรับรายวิชานี้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 และ 3 ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำนวน 48 คน ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา การเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิชานี้มีการวัดผลแบบอิงเกณฑ์และกำหนดเกรดตามมาตรฐานของมหาวิทยาลัย เกรด A คือ ระดับช่วงคะแนนตั้งแต่ 80 ขึ้นไป เกรด B+ ช่วงคะแนนตั้งแต่ 75-79 เกรด B ช่วงคะแนนตั้งแต่ 70-74 เกรด C+ ช่วงคะแนนตั้งแต่ 65-69 เกรด C ช่วงคะแนนตั้งแต่ 60-64 เกรด D+ ช่วงคะแนนตั้งแต่ 55-59 เกรด D ช่วงคะแนนตั้งแต่ 50-54 และเกรด E ช่วงคะแนนตั้งแต่ 49 ลงมา สำหรับงานวิจัยนี้กำหนดค่าของเกรดเรียงตามลำดับดังนี้คือ A=8, B+=7, B=6, C+=5, C=4, D+=3, D=2 และ E=1

ตัวแปรที่ศึกษาตามกรอบแนวคิดวิจัยในครั้งนี้ถูกเก็บรวบรวมไว้โดยอัตโนมัติ จากการเรียนการสอนทางออนไลน์ โดยข้อมูลการเรียนรู้ของนักศึกษาแต่ละคนถูกระบบจัดเก็บไว้ในไฟล์ Spreadsheet และดาวน์โหลดออกมาประมวลผลต่อภายนอก ระบบการจัดการการเรียนรู้ทางออนไลน์ (Learning Management System - LMS) ดังกล่าวนี้นี้มีชื่อว่า ClassStart (<https://ClassStart.org>) ให้บริการฟรีแก่ผู้เรียนผู้สอนทั่วประเทศ ช่วยให้ผู้สอนได้อำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียนได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ ในระบบ ClassStart ประกอบด้วยเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สอนและผู้เรียนหลากหลายในการดำเนินการเรียนการสอน โดยที่ผู้สอนนำเนื้อหาและสื่อการสอนขึ้นระบบออนไลน์ของรายวิชาที่ได้สร้างขึ้น วางแผนการสอน กำหนดเนื้อหาที่เรียน กิจกรรมที่เพื่อการเรียนรู้ และการ

ประเมินผลการเรียนรู้ตลอดภาคการศึกษา แล้วจึงเริ่มดำเนินการสอนตามแผนที่ได้วางไว้ ผู้เรียนจะได้รับ การอนุมัติ ให้เข้าวิชาเรียนนี้ในระบบของ ClassStart

ผู้เรียนเข้าถึงเนื้อหากิจกรรมต่างๆ ได้โดยผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ผู้สอนและผู้เรียนสามารถติดต่อสื่อสารได้ผ่านทางเครื่องมือการสื่อสารที่ระบบจัดไว้ให้ นอกเหนือ จาก การเรียนการสอนในห้องเรียน เมื่อมีการให้ผู้เรียนทำกิจกรรมแต่ละใบงานแล้ว ผู้สอนจะต้องให้คะแนน ในใบงานนั้นๆ ซึ่งผู้เรียนจะได้รับคะแนนทันที อีกทั้งเมื่อผู้เรียนทำการสอบ ปรนัยออนไลน์ในระบบแล้ว ผู้เรียนจะได้รับคะแนนและเฉลยข้อสอบอัตโนมัติทันทีตามที่ผู้สอนได้สร้าง แบบทดสอบปรนัยไว้ก่อน หน้านี้แล้ว ผู้สอนสามารถทำการประมวลผลและดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูล คะแนนทั้งหมดในรูปแบบ Spreadsheet ออกมาอัตโนมัติ ข้อมูลแต่ละแถวในไฟล์ จะเป็นข้อมูลของผู้เรียนแต่ละคน อัน ประกอบด้วย รหัสนักศึกษา ชื่อนามสกุล จำนวนบันทึกการเรียน จำนวนครั้งในการเข้าเรียน จำนวน ชั่วโมงการเข้าใช้ระบบ คะแนนที่ได้รับสำหรับแต่ละแบบฝึกหัด คะแนนที่ได้รับสำหรับ แต่ละ แบบทดสอบปรนัย รวมทั้งคะแนนเก็บจากกิจกรรมที่ดำเนินการ ภายนอกระบบ

สำหรับในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์นี้ ใช้วิธีการสอนทฤษฎีหลักการของ การเขียนโปรแกรมโดยใช้ภาษาไพธอน (Python) ขึ้นพื้นฐานก่อน โดยเนื้อหาที่มุ่งเอกสารประกอบ การสอน และคลิปวิดีโอทางออนไลน์ แล้วจึงดำเนินการฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการทางคอมพิวเตอร์ ในทุกหน่วย การเรียน มีการเก็บคะแนน 4 ส่วนดังนี้คือ คะแนนสอบปฏิบัติกลางภาค จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็น 40 คะแนน คะแนนสอบปฏิบัติปลายภาคจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็น 40 คะแนน เช่นกัน คะแนนสอบปฏิบัติ ย่อยจำนวน 8 ครั้ง และคะแนนสอบปรนัยย่อยจำนวน 8 ครั้ง มีอย่างละ 10 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. อธิบายข้อมูลทั่วไปของประชากรเป้าหมายโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
2. เปรียบเทียบตัวแปรด้านพื้นฐานของผู้เรียน ตัวแปรด้านพฤติกรรมในการเรียน ตัวแปรด้าน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเกรดระหว่างเพศชายกับเพศหญิง โดยใช้การทดสอบ Independent t-test กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05
3. หาความสัมพันธ์ระหว่างเกรดและตัวแปรด้านพฤติกรรมในการเรียน รวมทั้งเกรด และตัวแปรด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple correlation coefficient) กำหนดระดับ นัยสำคัญ 0.05
4. หาตัวแปรที่สามารถร่วมกันทำนายเกรดจากตัวแปรด้านพฤติกรรมในการเรียน ตัวแปรด้าน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและตัวแปรเพศ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบลดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression) กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

กลุ่มประชากรเป้าหมายของงานวิจัยนี้ คือนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 และ 3 ของ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ลงทะเบียนเรียน รายวิชา

การเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 48 คน นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเป็นเพศหญิงจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 44

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเรียนรู้ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระหว่างเพศหญิงและเพศชาย ในตารางที่ 2 พบว่า (1) ในด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ ผู้หญิงใช้ระบบ ClassStart นานกว่าผู้ชาย โดยผู้หญิงใช้เวลาเฉลี่ย 21.10 ชั่วโมง (SD = 3.66) ส่วนผู้ชายใช้เวลาเฉลี่ย 16.96 ชั่วโมง (SD = 3.78) แต่จำนวนครั้งในการเข้าเรียนใกล้เคียงกัน โดยผู้หญิงเข้าเรียนเฉลี่ย 11.81 ครั้ง (SD = 3.66) ส่วนผู้ชายเข้าเรียนเฉลี่ย 11.48 ครั้ง (SD = 1.19) และจำนวนชั่วโมง ในการเข้าระบบจำแนกตามเพศ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ผู้หญิงมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชาย ทั้งในคะแนนสอบกลางภาค คะแนนสอบปฏิบัติย่อย และคะแนนสอบปรนัยย่อย แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน ในคะแนนสอบปลายภาค คือ 21.33 โดยผู้หญิงได้รับคะแนนเฉลี่ยของคะแนนสอบกลางภาค คะแนนสอบปฏิบัติย่อย คะแนนสอบปรนัยย่อยตามลำดับดังนี้คือ 29.38 (SD = 4.57), 21.33 (SD = 9.26), 8.12 (SD = 1.32), 6.40 (SD = 0.94) ตามลำดับ ส่วนผู้ชายได้รับคะแนนดังนี้ 28.56 (SD = 3.63), 21.33 (SD = 9.92), 8.06 (SD = 1.71) และ 5.64 (SD = 1.29) เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานพบว่า คะแนนสอบปรนัยย่อยจำแนกตามเพศ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

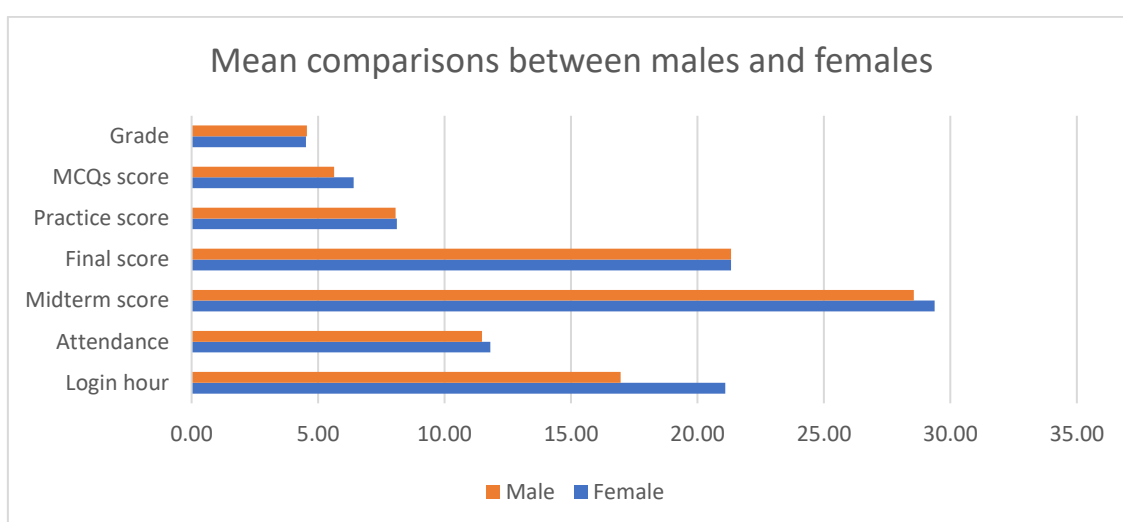
ในภาพรวมที่ดำเนินการด้วยการตัดเกรดของรายวิชานี้พบว่า ระดับเกรดไม่มีความแตกต่าง เมื่อจำแนกตามเพศ ทั้งนักศึกษาหญิงและชายได้ระดับเกรดในวิชานี้เฉลี่ยรวมอยู่ที่ระดับพอใช้ หรือเกรด C+ เมื่อพิจารณาแยกตามเพศ เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 4.52 (SD = 2.40) ส่วนเพศชายมีค่าเฉลี่ย 4.56 (SD = 2.36) ดังนั้นทั้งเพศชายและเพศหญิงมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน แม้ผลการเปรียบเทียบโดยส่วนใหญ่พบว่า ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ภาพที่ 2)

ตารางที่ 2

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างเพศ

ตัวแปร	เพศหญิง (n=21)		เพศชาย (n=27)		t	P
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD		
พฤติกรรมกรการเรียนรู้						
จำนวนชั่วโมงเข้าใช้ระบบ	21.10	3.66	16.96	3.78	3.82	0.00**
จำนวนครั้งการเข้าเรียน	11.81	0.60	11.48	1.19	1.24	0.22
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน						
คะแนนสอบกลางภาค	29.38	4.57	28.56	3.63	0.68	0.50
คะแนนสอบปลายภาค	21.33	9.26	21.33	9.92	0.00	0.50
คะแนนสอบปฏิบัติย่อย	8.12	1.32	8.06	1.71	0.15	0.88
คะแนนสอบปรนัยย่อย	6.40	0.94	5.64	1.29	2.36	0.02*
เกรด	4.52	2.40	4.56	2.36	-0.05	0.96

หมายเหตุ:* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ภาพที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรเรียนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างหญิงและชาย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเกรดที่ได้รับและปัจจัยด้านพฤติกรรมกรเรียน และปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในกลุ่มนักศึกษาหญิงเปรียบเทียบกับกลุ่มนักศึกษาชาย โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (ตารางที่ 3) พบว่าปัจจัยทั้งหมดมีความสัมพันธ์ ในทิศทางบวกกับเกรดทั้งในกลุ่มนักศึกษาหญิงและชาย ในกลุ่มผู้หญิงพบว่าเกรดมีความสัมพันธ์ กับจำนวนชั่วโมงเข้าใช้ระบบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.36 มากกว่าในกลุ่มผู้ชาย ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.08 นอกจากนี้เกรดมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง ในการเข้าเรียนมากกว่าในกลุ่มนักศึกษาชาย เมื่อเทียบกับกลุ่มนักศึกษาหญิง โดยมีสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.38 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนในด้านความสัมพันธ์ระหว่างเกรดกับ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของทั้งสองกลุ่มจำแนกตามเพศพบว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับ ปานกลางขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกปัจจัย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของคะแนนสอบกลางภาค คะแนนสอบปลายภาค คะแนนสอบปฏิบัติย่อย และคะแนน สอบปรนัยย่อยในกลุ่มผู้หญิง เท่ากับ 0.72, 0.94, 0.57, 0.70 ตามลำดับ ในกลุ่มผู้ชาย เท่ากับ 0.68, 0.97, 0.58, 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 3

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างเกรดที่ได้รับในกลุ่มผู้หญิงเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ชายกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการเรียนและปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ตัวแปรอิสระ	เกรด	
	เพศหญิง (n=21)	เพศชาย (n=27)
พฤติกรรมการเรียน		
จำนวนชั่วโมงเข้าใช้ระบบ	0.36	0.08
จำนวนครั้งการเข้าเรียน	0.14	0.38*
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน		
คะแนนสอบกลางภาค	0.72*	0.68*
คะแนนสอบปลายภาค	0.94*	0.97*
คะแนนสอบปฏิบัติย่อย	0.57*	0.58*
คะแนนสอบปรนัยย่อย	0.70*	0.75*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว

ตัวแปรอิสระ	R	R ²	Adj R ²	Std. Error of the Estimate	F
FN	0.96	0.92	0.91	0.01	495.9 ***
FN MT	0.98	0.97	0.97	0.02	644.7 ***
FN MT EX	0.99	0.97	0.97	0.05	493.8 ***

หมายเหตุ:

- *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001
- คะแนนสอบปลายภาค (FN) คะแนนสอบกลางภาค (MT) และคะแนนสอบปฏิบัติย่อย (EX)

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression) เพื่อหาปัจจัยที่สามารถร่วมกันทำนายเกรดในวิชาการเขียนโปรแกรมของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ปี 2 และ 3 ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จากตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p value < 0.001) ทั้งหมด 3 ตัวแปรตามลำดับ คือ คะแนนสอบปลายภาค (FN) คะแนนสอบกลางภาค (MT) และคะแนนสอบปฏิบัติย่อย (EX) ซึ่งสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้คือ คะแนนสอบปลายภาค (FN) สามารถพยากรณ์ได้ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อเกรดดีที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.91 ส่งผลต่อเกรดร้อยละ 91 เมื่อเพิ่มคะแนนสอบกลางภาค (MT) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ เพิ่มขึ้นเป็น 0.97 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และทำให้ทราบว่าคะแนนสอบปลายภาค และคะแนนสอบกลางภาค ร่วมกันส่งผลต่อเกรดร้อยละ 97 เมื่อเพิ่มคะแนนสอบปฏิบัติย่อย (EX) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

หรืออำนาจการพยากรณ์ยังคงเป็น 0.97 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ซึ่งทำให้ทราบว่า คะแนนสอบปลายภาค คะแนนสอบกลางภาค และคะแนนสอบปฏิบัติย่อย ทั้งสามตัวแปรนี้ร่วมกัน สามารถอธิบายการผันแปรเกรดได้ร้อยละ 97 ($R^2 = 0.97$) และจากตารางที่ 5 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

$$(\text{เกรด}) = -4.82 + 0.15(\text{คะแนนสอบกลางภาค}) + 0.19(\text{คะแนนสอบปลายภาค}) + 0.13(\text{คะแนนสอบปฏิบัติย่อย})$$

เขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังต่อไปนี้

$$Z_{\text{เกรด}} = 4.54 + 0.58(Z_{\text{คะแนนสอบกลางภาค}}) + 1.83(Z_{\text{คะแนนสอบปลายภาค}}) + 0.19(Z_{\text{คะแนนสอบปฏิบัติย่อย}})$$

ตารางที่ 5

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนโดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อเกรด

ตัวแปรอิสระ	b	Beta	t	p
คะแนนสอบกลางภาค	0.15	0.58	8.27	<0.001
คะแนนสอบปลายภาค	0.19	1.83	24.28	<0.001
คะแนนสอบปฏิบัติย่อย	0.13	0.19	2.72	<0.01
ค่าคงที่ (Constant)	-4.82	4.54	-9.67	<0.001

$R=0.99, R^2=0.97, F=493.8, p \text{ value} < 0.001$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. เกรดที่ได้รับสำหรับรายวิชาการเขียนโปรแกรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ปี 2 และ 3 ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำนวน 48 คน เป็นเพศชาย 27 คน เพศหญิง 21 คน อยู่ในระดับพอใช้ เพศชายและเพศหญิงมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงมีความสามารถในการเรียนรู้ด้านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้เช่นเดียวกับเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยหลายรายการ อาทิ (Berdousis & Kordaki, 2015) (Bandura, Barbaranelli, Caprara, & Pastorelli, 2001) (Eccles, Adler, & Meece, 1984)

2. ผลการเปรียบเทียบคะแนนความแตกต่างด้านพฤติกรรมการเรียน พบว่านักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีจำนวนชั่วโมงการเข้าใช้ระบบออนไลน์เพื่อการจัดการการเรียนรู้ ClassStart ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้นักศึกษาหญิงมีการเข้าใช้ระบบมากกว่านักศึกษาชาย อาจแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาหญิงให้ความสนใจต่อวิชาการเขียนโปรแกรมมากกว่านักศึกษาชาย อย่างไรก็ตาม ในการเช็คชื่อการเข้าห้องเรียนพบว่า คะแนนไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามเพศ

3. ผลการเปรียบเทียบคะแนนความแตกต่างด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พบว่านักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีคะแนนสอบกลางภาค ปลายภาค สอบปฏิบัติย่อย ไม่แตกต่างกัน แต่มีความแตกต่างกันในคะแนนสอบปรนัยย่อย โดยคะแนนแต่ละประเภทนี้นักศึกษาหญิงมีระดับคะแนน ที่สูงกว่านักศึกษาชาย แต่ทั้งสองกลุ่มมีระดับคะแนนเท่ากันในการสอบปลายภาค อาจแสดงให้เห็นว่านักศึกษาหญิงมีความสนใจในการเรียนวิชานี้มากกว่าจึงทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สูงกว่านักศึกษาชาย

4. เมื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อเกรดของรายวิชาการเขียนโปรแกรม โดยเปรียบเทียบ ระหว่างเพศชายและเพศหญิงพบว่าในนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย ระดับเกรดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งหมด คือ คะแนนสอบกลางภาค สอบปลายภาค สอบปฏิบัติย่อย และสอบปรนัยย่อย

5. ทั้งในเพศชายและหญิง คะแนนสอบปลายภาคมีความสัมพันธ์สูงมากกับเกรด ส่วนคะแนนสอบกลางภาคและคะแนนสอบปรนัยย่อยมีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับเกรด ส่วนคะแนนสอบ ปฏิบัติย่อยมีความสัมพันธ์ปานกลางกับเกรด อีกทั้งในกลุ่มนักศึกษาชายระดับเกรดยังมี ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนครั้งในการเข้าชั้นเรียนในระดับค่อนข้างต่ำ หากนักศึกษาชาย เข้าเรียนมากขึ้น อาจส่งผลให้ระดับเกรดสูงขึ้นได้

6. ในการค้นหาตัวแปรที่สามารถทำนายผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในวิชาการเขียนโปรแกรมโดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอนพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกรณีเกรดที่ได้รับในวิชานี้ ได้แก่ คะแนนสอบกลางภาค คะแนนสอบปลายภาค และคะแนนสอบปฏิบัติย่อยซึ่งคะแนนทั้งสามรูปแบบนี้ล้วนแล้วแต่เป็น การสอบปฏิบัติการ เขียนโปรแกรมทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ที่เน้น ให้ผู้เรียนได้รับการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริงจะช่วยเสริมสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชา การเขียนโปรแกรม อาทิ (Duffany, 2015) (Caceffo, Gama, & Azevedo, 2018)

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งในไทยและทั่วโลกเติบโตอย่างมากซึ่งสวนทางกับสถานการณ์การขาดแคลนแรงงานด้านนี้ ยิ่งไปกว่านั้นจำนวนผู้หญิงที่เข้าเรียนและเข้าสู่อาชีพทางเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ โปรแกรมเมอร์ มีปริมาณที่น้อยกว่าผู้ชายมาก ซึ่งเป็นปัญหาในด้านการพัฒนาบุคลากรในระดับโลกมานานมากแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยว่า ทุกภาคส่วนทั้งรัฐบาลองค์กรธุรกิจและสถาบันการศึกษาควรร่วมกันพัฒนาโครงการในหลากหลายรูปแบบเพื่อส่งเสริมความเข้าใจและความมั่นใจให้ผู้หญิงเข้าสู่อาชีพเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น และขยายผลไปยังเยาวชนหญิงให้พร้อมเข้าสู่สาขาวิชาเรียนทางด้านนี้มากยิ่งขึ้นด้วย การวิจัยก่อนหน้าชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงที่เข้าร่วมในโปรแกรมการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนและต่อวิชาชีพด้านนี้

อีกทั้งการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการคิดเชิงประมวลผล (Computational Thinking) ตั้งแต่วัยเด็กในผู้เรียนทุกคนเป็นสิ่งจำเป็นต่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 โดยไม่ต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างเพศ โครงการที่ส่งผลอย่างชัดเจนจึงควรจะเกี่ยวข้องกับการสัมมนาหลักสูตรระยะสั้นและการฝึกอบรมในภาคปฏิบัติในความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจและภาคส่วนอื่น ๆ ร่วมกับสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน การแข่งขันทางเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งสร้างแรงบันดาลใจด้วยการนำผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาชีพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์การทำงาน

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปนั้นมีดังนี้คือ ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมกรเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเกรดที่ได้รับในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างกลุ่มนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง อาทิ ทักษะความเชี่ยวชาญ ทัศนคติ ค่านิยม บุคลิกประจำตัวบุคคล และแรงจูงใจภายใน โดยปัจจัยเหล่านี้

เป็นปัจจัยองค์ประกอบของฐานสมรรถนะของบุคคล นอกจากนี้ในการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตของประชากรให้กว้างขึ้น อาทิ รายวิชาเดียวกันจากต่างคณะหรือต่างสถาบันการศึกษา แต่จะต้องมีการควบคุมตัวแปร อาทิ ผู้สอน และ วิธีการเรียนการสอน และควรมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้วยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Albert Bandura, Claudio Barbaranelli, Gian Vittorio Caprara, & Concetta Pastorelli. (2001). Self-Efficacy Beliefs as Shapers of Children's Aspirations and Career Trajectories. *Child Development*, 187–206.
- Catherine Hill, Christianne Corbett, & Andresse St. Rose. (2010). *Why So Few? Women in Science, Technology, Engineering, and Mathematics*. Washington, DC.: American Association of University Women. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED509653.pdf>
- Christina N. Outlay, Alana J. Platt, & Kacie Conroy. (2017). Getting IT Together: A Longitudinal Look at Linking Girls' Interest in IT Careers to Lessons Taught in Middle School Camps. *ACM Transactions on Computing Education* 20:1-20:17. New York: ACM.
- Ioannis Berdousis, & Maria Kordaki. (2015). Gender Differences and Achievement in Computer Science: A Case Study. *Social and Behavioral Sciences*, 1161-1166.
- Jacquelynne S Eccles, Terry Adler, & Judith L Meece. (1984). Sex Differences in Achievement: A Test of Alternate Theories. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26-43.
- Jeffrey Duffany. (2015). Active Learning Applied to Introductory Programming. *Proceedings of the 13th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology: Engineering Education Facing the Grand Challenges, What Are We Doing?* Santo Domingo, Dominican Republic.
- Julie Benyo, & John White. (2009). *New Image for Computing Report on Market Research*. Retrieved from http://www.dotdiva.org/downloads/New_Image_Computing_final.pdf
- Marketingoops. (27 เมษายน 2563). ไม่ใช่แค่ “ไทย” วิกฤต! แต่ทั่วโลกขาดแคลน “คนไอที” สวนทางเทรนด์ธุรกิจลงทุนนวัตกรรม. เข้าถึงได้จาก Marketingoops: <https://www.marketingoops.com/digital-life/around-the-world-lack-of-it-personnel/>
- Milagros Sainz, & Mercedes Lopez-Saez. (2010). Gender differences in computer attitudes and the choice of technology-related occupations in a sample of secondary students in Spain. *Computers & Education*, 578-587.

- Naraphol Deechuay, Ravinder Koul, Sorakrich Maneewan, & Thanita Lerdpornkulrat. (2016). Relationship between gender identity, perceived social support for using computers, and computer self-efficacy and value beliefs of undergraduate students. *Educational Information Technology*, 1699-1713.
- Ricardo Caceffo, Guilherme Gama, & Rodolfo Azevedo. (2018). Exploring Active Learning Approaches to Computer Science Classes. SIGCSE '18: Proceedings of the 49th ACM Technical Symposium on Computer Science Education. Baltimore, MD, USA: SIGCSE.
- Sapna Cheryan, Allison Master, & Andrew N. Meltzoff. (2015). Cultural stereotypes as gatekeepers: increasing girls' interest in computer science and engineering by diversifying stereotypes. *Frontiers in Psychology*, 1-8.
- กองทะเบียนและประมวลผล. (27 เมษายน 2563). สถิตินักศึกษา Online มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. เข้าถึงได้จาก https://reg.psu.ac.th/StatStudentHatYai/2_Sex/2Sex.aspx
- มติชนออนไลน์. (27 เมษายน 2563). เมย์ตลาดแรงงานไทย ขาดบุคลากรไอทีสวนตลาดโต. เข้าถึงได้จาก มติชนออนไลน์: https://www.matichon.co.th/lifestyle/tech/news_1532183

Assessing Customers Satisfaction Towards Online Food Delivery Service in Southern of Thailand: A Case Study in Yala Province

Hadear Hayeebanung¹

Wanamina Bostonali²

Abstract

Online Food Delivery Service is a platform which fulfil and facilitate customers who are busy, inactive, don't want to leave the house or those who want fast and convenient food without having to drive from their house. Furthermore, due to the outbreak of the coronavirus or covid-19, people are increasing their use of food delivery services. Some people are working from home but some people still need to work at their office. This has caused a lot of restaurants to start selling online, some of whom have never made use of these channels. OFD services have become a popular service for people to use in Bangkok as it is convenient and comfortable. Furthermore, Foodpanda, Grab Food and Line Man has become popular platforms for people to order food from. Moreover, Foodpanda in the southern of Thailand are another option for customer and it's also popular for customers in Yala province. Foodpanda is the main key runner in Yala with a lot of people using the application to order food online. Results showed that customer attitude and behavioural intention have a positive effect on OFD service within the Foodpanda application. Of all the ten factors of OFD service, cleanliness is the main factor affecting OFD service. Therefore, restaurants should consider the importance of cleanliness of food and the restaurant's cleanliness as much as possible in order to make customers satisfied and continue to order from their restaurants.

Keywords: Online Food Delivery Service (OFD Service), Convenient, Southern of Thailand

¹ Master Degree Student, IMBA, Faculty of Management Science, Prince of Songkla University,
E-mail: Hadear.hay@gmail.com

² Lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Management science, Prince of Songkla University,
E-mail: wanamina.w@psu.ac.th

Introduction

Technology played a major role in changing food delivery services from telephone to online, to fulfill ever-changing consumer requirements (Thanakrit, 2016) (Vinaik, A., Goel, R., Sahai, S., & Garg, V., 2019). Through Internet and technology growth, food retailers are gradually introducing online platforms, so that customers can purchase online food stuffs (Nguyen, T. T. H., Nguyen, N., Nguyen, T. B. L., Phan, T. T. H., Bui, L. P., & Moon, H. C., 2019). Technology also helped shift the customer choice because its dependence on technology has led to everything online, including the supply of cooked meal (See-Kwong, G., Soo-Ryue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C., 2017). Residents from around the country are switching to online orders and more options to buy with less expense and effort (Thanakrit, 2016). In addition, the contestants recognize not only the purchasing process but also its ease with food choices that can be ordered via online service (Thanakrit, 2016). Another advantage of using their smartphones for entering OFD services may have prompted consumers to switch from conventional offline food transactions to OFD services as consumers can now take a broad range of food options with just one button (Chai, L. T., & Yat, D. N. C., 2019). This means that new and young consumers can be branded as 'lazy' because they focus on technology and comfort meal (See-Kwong, G., Soo-Ryue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C., 2017). When they have no expectations of where and what to eat, the time taken to produce the food is also a good reason for customers meal (See-Kwong, G., Soo-Ryue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C., 2017). Consumers order food for delivery to appreciate the convenience of dinner in their home or workplace and to take advantage of their time (Sanaporn, 2015) Owners should take opportunities from the business perspective that are perceived as a new generation of sales (See-Kwong, G., Soo-Ryue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C., 2017). The primary motivator for companies to partner with online delivery services to satisfy customer demands and criteria is the desire of customers meal (See-Kwong, G., Soo-Ryue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C., 2017). In countries that continue to develop as technology and consumer preferences continue to change, OFD service are especially suggested meal (See-Kwong, G., Soo-Ryue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C., 2017). Studies have shown that 50 percent of people order food delivery because it allows customers to deliver meals directly to themselves or their offices in under an hour and they choose not to cook meal (See-Kwong, G., SooRyue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C., 2017). OFD service are location restaurant website and food collectives that are designed to pick customers from the online menus offered for ordering purposes (Essays, UK., 2018). All kind of internet-capable devices that assist complicated websites are used to order them (Essays, UK., 2018). Computers are usually used to view and position an order on the food platforms (Essays, UK., 2018). In addition, OFD

service allow the customer to enrol and maintain an account at the website of Domino's Pizza to make regular ordering easy, similar to online consumer products (Essays, UK., 2018). A customer can search for a preferred restaurant, pick delivery or set from available items (Essays, UK., 2018). Credit card or cash may be used to pay (Essays, UK., 2018). The online food provider will earn part of the bill (Essays, UK., 2018). Business franchises including Dominos Pizza and Pizza Hut are the leading restaurants for the introduction of OFD service (Essays, UK., 2018).

Problem Statement

Nowadays there are a lot of people, lazy to go out so most of them will order OFD service. But in another hand, problems of order food from online platform such as products will be more expensive than the real price because Foodpanda will charge more from the restaurants. In case of Foodpanda, customers need to order food up to 50 Baht only with free delivery for every orders. Lastly, some restaurants they limit food or drinks therefore customers may not recurve their require menus.

According to COVID-19 epidemic situation many restaurants and customers need to adjust themselves to this situation so most of customers will order OFD service and restaurants change to sell via online platform. Thailand are improving their company with more and more social distances and staying home during the Covid-19 epidemic (Bangkok Post, 2020).

Food supply is referenced as one of the few companies to benefit from the outbreak. Others also include medical sector, medical supplies, hygiene services , health and livelihood insurance, packaged foods and technology (Bangkok Post, 2020).

This year, the company will grow even stronger because people facing a lockdown or having to monitor social distance are dependent on daily food supplies. Most companies interviewed by the Bangkok Post report a minimum increase in their work since Covid-19 's Executive Decree of 26 March, which prohibit sit-in restaurants from selling takeaway food (Bangkok Post, 2020).

Purpose of this Study

To assess the structure relationship between Convenience, Cleanliness, Price and value of money, Location, Speed of service, Perceived Ease of Use (PEOU), Time-saving orientation, Payment Channels, Database completeness and Service quality towards satisfaction level.

Literature Review

Convenience

Convenience implies the ability to continue quickly Obitz (2009): Comfort with food away from home, comes from time saved by preventing food preparation. Jekanowski, Binkley, Eales (2001). The convenience of fast-food outlets is considered an significant factor influencing consumer loyalty (Law, Hui and Zhao, 2004; Cheng, Chiu, Hu and Chang, 2011). A research by Rydell, Harnack, Oakes, Story, Jeffery and French (2008) on the reasons why consumers eat fast food found that 92% of respondents eaten fast food restaurants because delivery is easy and 80% because of its convenience. The study concluded that 46 per cent of respondents chose to eat out based on convenience factors such as working times and location, according to Bagwell and Doff (2009). In addition, 43 percent of respondents considered service speed as an significant factor. Verma, (2012) said consumers expect fast food service to be quickly accessible when requested and are not willing to spend more time and effort achieving it.

Cleanliness

Liu and Jang's (2009) research found that quality food (tasting, food health, variety of meals, presentation of food), reliability, cleanliness, interior design, and tidy and well-trained workers have had a major effect on customer satisfaction.

As the food industry is active in restaurants, cleanliness is said in the literature analysis (Gundersen; Heide and Olsson, 1996) Empathy and skills of workers (Gundersen, Heide and Olsson, 1996; Choi and Chu, 2001; Markovi'c, 2004), safe and protection (Atkinson, 1988; Knutson, 1988; Gundersen et al., 1996), comfort of place (Knutson, 1988; Barsky, and Labagh, 1992), capital worth (Atkinson, 1988; Gundersen, Heide and Olsson, 1996; Choi and Chu, 2001). And the attributes that guests consider to be essential are physical facilities (Choi and Chu, 2001; MKC, 2004). (Shaikh and Khan, 2011) concluded that the two key dimensions of service quality is measurable and sensitive to the satisfaction of Pakistani restaurant customers.

Price and Value of Money

The value is defined to mean the amount of the benefits perceived both tangible and intangible and the cost according to Kotler and Keller (2009) for which the consumer is ready to renounce for a particular product or services Lambet al. (2011), values. The value of the product or service tends to increase with quality and price decreases, but with this emphasis, it is profitable for organizations to boost product quality, provide good services and charge the price of rationality Gopaul (2013). It was observed that the value of the product or service tends to decrease with demand.

Everyone has a different meaning for the value of the product or service. Cant et al., (2011) note that interest can be taken into account for a consumer in three ways: low price. For what is given, what the consumer gets. In a particular product or service, what the consumer needs. The standard of the price paid by the consumer.

Location

Around the mood of fast food outlets and atmosphere practical and esthetic elements such as climate, lighting, work of art, cleanliness, sound, and smell are decided Ryu et al., (2010). Experience of dining strongly studied by consumers. Their study notes that the environment is a key factor in deciding customer satisfaction, that different factors should be focused on Gooser environment contributes to better interactions with food, service and overall dining experience, such as attractive interiors and outdoors, friendly musically, friendly seating and relaxing lighting (Shaw, 2013).

The restaurant's physical climate, food quality and service quality have an effect on customer satisfaction. Gon and Kisang (2012). In order to show that these three attributes result in customer service and in constructing an picture of the restaurant, structural equation modeling has been developed. Bahari (2016) studied the same attributes and endorsed them.

Speed of Service

Numerous studies were performed in assessing the consistency of the service in the fast food industry (for example Qin and Prybutok, 2009; Qin, Prybutok and Zhao, 2010).

Consumer perception in the United States and Canada on fast food service efficiency was analyzed in the following eleven categories: costs, staff friendliness, menus, speed service, cleanness, calorie content, comfort, operating hours and children's news and the availability of services and seating facilities. (Kara, Kaynak and Kucukemiroglu, 1995).

Perceived Ease of Use (PEOU)

Zeithaml et al. (2002) also found out that PEOU is not the standard to be used or understood by innovation. Consultation (2002) demonstrates that PEOU provides respondents with the opportunity to experiment with creativity and to determine its advantages easily. It has been recognized as an significant factor in transforming customer perceptions and behavioral expectations and in establishing the acceptability of consumer technology (Cho & Sagynov, 2015).

Time-saving Orientation

The most significant element to impact clients' willingness to take advantage of technical self-service is time-saving orientation (Meuter et al. 2003). In the event of a time deficit due to daily activities such as work and leisure, the individual can find instances of saving time (Bashir et al 2015). In recent years, many people hate searching for food and waiting for food in restaurants because of their hectic lifestyle. They want food to be delivered as easily as possible, without much effort (Yeo et al., 2017). Time saving is one of the key factors that affect people's online buying behavioral intention (Khalil, 2014). Online shopping means saving time as customers don't have to leave the place to buy it. Time saving has a beneficial effect on behavioral intention in online shopping based on studies from Sultan and Uddin (2011). The researchers found that many people saw online shopping as taking less time than traditional offline shopping (where physical presence is necessary), since they don't have to spend time traveling.

Database Completeness

Knowledge is a condition of trust (Flavian et al., 2006; Wang and Emurian, 2005). In a similar analysis, Yoon (2002) examined the relationship between website resources, such as product choice, online information accuracy and the credibility of the company to website trust. He found that properties of the website have a clear connection to website confidence. More detailed product knowledge contributes to better purchasing decisions and a greater degree of customer satisfaction, according to Park and Kim (2003).

Payment Channels

Online buyers are known for their poor tolerance to machine input (Chen and Chang, 2003). On average, eight seconds are waiting for online shoppers before they leave (Dellaert and Kahn 1999). The design of a web page should take into account size, functionality and time of loading (Weinberg, 2000). Confident website design will also save processing time for customers. The consumer may otherwise refrain from using the payment system of the website. The prior would include salesperson's attributes, such as the competence (Crosby et al, 1990; Doney & Cannon, 1997), and the likeability (Hawes et al., 1999; Doney and Cannon, 1997) that are positively related to consumer customer loyalty of the selling business (Doney & Cannon, 1997) if the salesperson's website is deemed equivalent to a salesperson's characteristics. The quality of information, design, security and payment system play an important role in deciding the confidence of customers in their online experiences during information search.

Service Quality

Quality of service plays an important role in pleasing the client, as customers are the managers of the goods or services. Efficient tools for assessing the quality of service are therefore invaluable to companies that derive their revenue or part of it from service provision. In addition, quality service measurements known as the SERVQUAL metric are commonly used for the calculation of customer satisfaction and loyalty by different organizations (Landrum, et al., 2009).

A Ghana research by Agyapong (2011) demonstrated that customer satisfaction is influenced by service quality, product quality and prices. The happy customer has the same service provider's repeat acquisition behaviour.

Dapkevicius and Melnikas (2010) found that the pricing decision and the service environment depends on customer satisfaction. The price must be the same as the service given, in their words: 'There should not be too low and it should not be too high.

Methodology

The analysis methodology used in this study is outlined in this chapter. This chapter explains the study in terms of the population, data source, empirical estimation model and the statistical analytical method for analysis of the data collected.

Population and Sample

The study examined customer attitude and behavioral intention toward online food delivery in Southern of Thailand, Yala Province. Yala province was selected because of the availability of longitudinal data from Foodpanda application survey as the time the research is collected (adapted from Vance et al.'s (2018). The target population of the research is the customers or end-users from application, restaurants, and riders from Foodpanda application. All the population size of Foodpanda is 2000 users (Foodpanda manager). and the sample size was targeted at least 364 respondents in total (Krijcie & Morgan, 1970).

Empirical Model and Variable Measurement

To understand the measurement of customer attitude and behavioural intention, there is a need to know how customer attitude and behavioural intention are measured.

Model Specification

The customer attitude effect on OFD service for this study is formed within the context of Krijcie & Morgan function as mentioned below:

$$S = \frac{X^2 NP(1-P)}{d^2(N-1) + X^2 P(1-P)}$$

- s = required sample size
- X^2 = chi-square of degree of freedom 1 and confidence 95% = 3.841
- N = the population size
- P = proportion of population (if unknown, 0.5)
- d = the degree of accuracy expressed as a proportion (.05).

(Krijcie & Morgan, 1970)

Sampling Calculation

$$S = \frac{3.841 * 2000 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(2000-1) + 3.841 * 0.5 * 0.5}$$

$$S = \frac{1,920.5}{5.96}$$

Sample size = 322.23 \approx 322 users

How to Select Sample

Probability Sampling Methods

Simple Random Sampling

In this case each person is selected totally by chance and each population member has the same chance or probability to be chosen. One way to produce a random sample is to send a number to everyone in a population and then use a random number table to determine which people to include. For example, in groups of 3 digits from the random number table, if a sampling frame of 1000 people, classified 0-999, is able to select the sample. If therefore 094 were the first three numbers on the random numerical table, choose "94" and so forth (Ben-Shlomo Y, 2013).

As with any probability sample process, simple random samples allow the measurement of the sample error and every the selection distortion. One particular advantage is that it is the simplest form of sampling probabilities. A problem with simple random sampling is that you can not choose sufficient individuals with your interest , especially if this feature is unusual. It may also be very difficult, particularly if different contact types (email, phone, post) are available and if the sample unit is spread over a large geographical area, to identify a full sample frame and to contact them (Ben-Shlomo Y, 2013).

Factors of Online Food Service Delivery

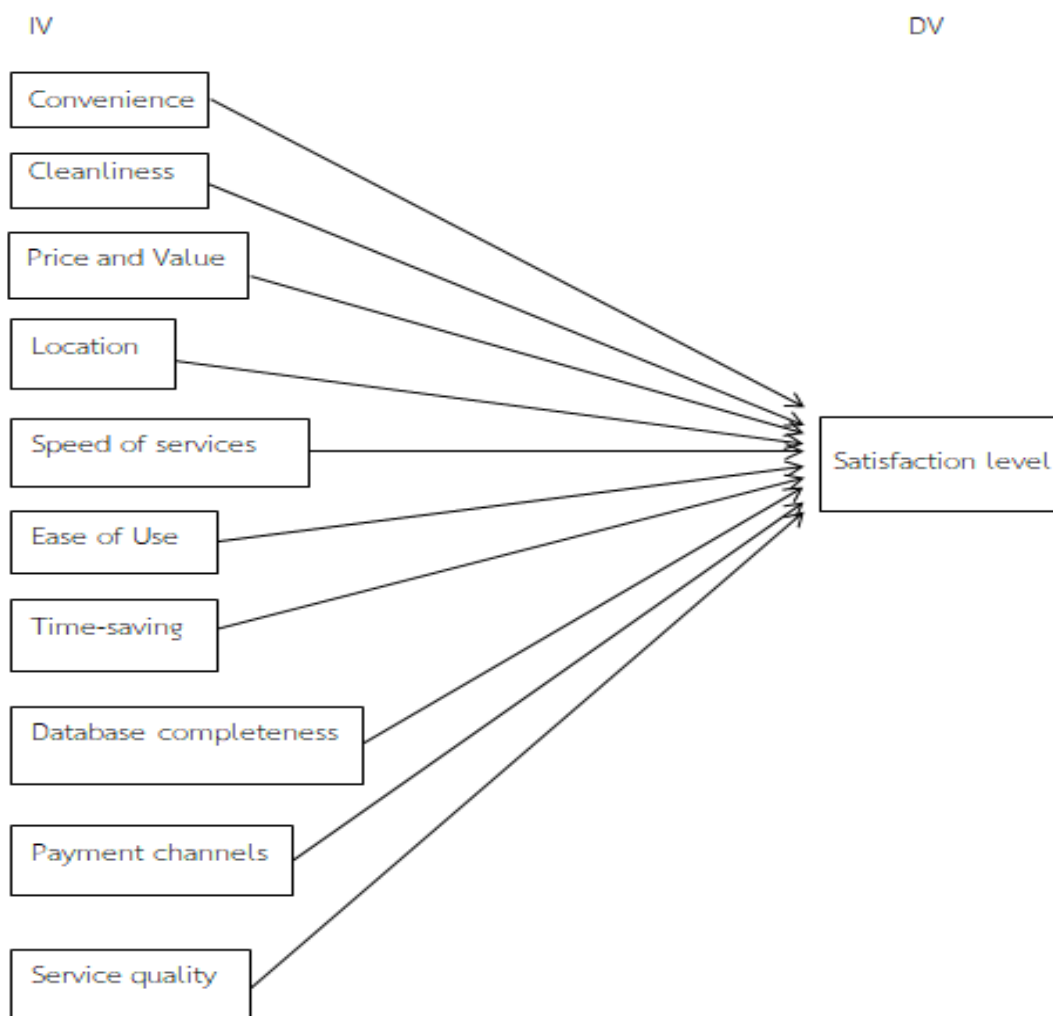


Figure 1. Conceptual framework

****Scale 5 levels**

1. Not at all important
2. Slightly Important
3. Moderate Important
4. Very Important
5. Extremely Important

Research Design

The research design of the study, the researcher seeks to provide a suitable context for the study. The decision to make the research methodology is an incredibly important decision in the research design process, because it determines how relevant information is gathered for the analysis.

Collect Data

The research were obtained data from 126 questionnaires from customers in Yala. For Krejcie and Morgan, the researchers used the table to determine the sample size. The test sample comprises 190 samples. Then put it into a Microsoft Excel to encrypt and change data then, SPSS system analysis.

Data Analysis

Results from quantitative data were analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program. SPSS which means a set of software programs, integrated in a single package. It is the Statistics Application of Social Sciences. The fundamental aim of this program is to analyze scientific evidence on social science. These data can be used for research on the market, surveys, data mining, etc ("What Is SPSS and Its Importance in Research & Data Analysis?", 2020).

Instrument

The study will use Cross-tabulation analysis. Cross-tabulation is one of the most important analytical methods and a core feature of the analysis industry. The most used for analysis of categorical (nominal calculation scale) data is cross-table analysis, also known as contingency table analyzes ("How to Use Cross-Tabulation Analysis on Your Survey Results", 2020).

From reference, a two-dimensional table is a cross-tabulation (or crosstab) that registers the number (frequency) of the respondents with the different features defined in the table cells. Cross-table tables offer a wealth of information about how these variables communicate. Cross-table analysis is carried out by many names in the field

of science, including crosstab, contingency table, chi-square and data table ("How to Use Cross-Tabulation Analysis on Your Survey Results", 2020).

Table 1

Customer satisfaction who uses Foodpanda application.

Theoretical factors	Satisfaction level
Convenience	56
Cleanliness	87
Price and value of money	59
Location	58
Speed of services	74
Perceived Ease of Use	63
Time-saving orientation	76
Database completeness	47
Payment channels	58
Service quality	54

Table 2

Top 5 highest customer satisfaction who uses Foodpanda application.

Theoretical factors	Satisfaction level
Cleanliness	87
Time-saving orientation	76
Speed of services	74
Perceived Ease of Use	63
Price and value of money	59

Conclusion and Discussion

The result according to 126 users questionnaires found top 5 highest of theoretical context from average point of level satisfaction that customers who entering the questionnaires.

Top 5 highest customer satisfaction who use Foodpanda application. The first is the cleanliness of the restaurant 87 people. When it comes to food, Johns and Pine (2002) are the major contributors to customer satisfaction through food which includes hygiene, balance and safety, the physical provision of layout, equipment and cleanliness, that focusses on the feeling, comfort and service they provide. Layout, equipment and cleanliness. Time-saving orientation is 76 people. Similarly, it is easy to

use technology when shopping on the internet or use a different medium. The faster it can be used, the longer it can save. The simple to use understanding of a device would increase the attractiveness of the shopping process (Chiu et al. 2014). A survey of 45 papers related to the adoption of online shopping showed that V.C.S. Yeo et al. save time and money for the user. The retail journal and customer facilities are strongly connected with the use and acceptance of online shopping (Chang et al. 2005). (Chang et al. 2005). Speed of services is 74 people. In the study, Muyeed (2012) concluded that the quality of service in the service sector is more important than anything else for customers. The research resulted in two major factors: the quality and speed of the service delivered. Perceived ease of use 63 people. Perceived usability leads to the "level to which an individual thinks that this would be free of effort to use a particular system" and to the "degrees by which an individual believes that it will increase the efficiency of his or her job by using that specific method" (Davis, 1989, p.320). and the finally value of money is 59 people Even though the good food and service are fine, Yüksel and Yüksel (2002) claimed that in particular, the customer visits the restaurant because he feels the price he pays off provides him with value for money. Likewise Baek, Ham and Yang (2006) have found that university students regard prices when choosing outlets for food

References

- Agyapong, G. K. (2011). The effect of service quality on customer satisfaction in the utility industry—A case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and management*, 6(5), 203-210.
- Bagwell, S., & Doff, S. (2009). Fast Food outlets in Tower Hamlets and the provision of healthier food choices. *The Cities Institute London Metropolitan University*.
- Bashir, R., Mehboob, I., & Bhatti, W. K. (2015). Effects of online shopping trends on consumer-buying Behavior: an empirical study of Pakistan. *Journal of Management and Research*, 2(2), 1-24.
- Bangkok post. (2020). Virus crisis fuels food delivery bonanza. Retrieved 27 May 2020, from <https://www.bangkokpost.com/thailand/special-reports/1891370/virus-crisis-fuels-food-delivery-bonanza>
- Chen, J., Wan, J., Jiang, H., Gao, X., Wang, P., Xi, J., et al. (2006). Cloning and Expression Analysis of OsNADPH1 Gene from Rice in Drought Stress Response. *Rice Science*, 13(3),149-154. 2. Finney D. Probit analysis, third endition .London: Cambridge University Press1971
- Chai, L. T., & Yat, D. N. C. Online Food Delivery Services: Making Food Delivery the New Normal.

-
- Chavan, V., Jadhav, P., Korade, S., & Teli, P. (2015). Implementing customizable online food ordering system using web based application. *International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology*, 2(4), 722-727.
- Chapter, I. I. Review of Literature. *This chapter consists of theories that have relation with this research, they are morphology, root, stem and base, morpheme, lexeme and word, kinds of word formation, and slang.*
- Choi, T. Y., & Chu, R. (2001). Determinants of hotel guests' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 20(3), 277-297.
- Cant, R. P., & Foster, M. M. (2011). Investing in big ideas: utilisation and cost of Medicare Allied Health services in Australia under the Chronic Disease Management initiative in primary care. *Australian Health Review*, 35(4), 468-474.
- Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2015). Exploring factors that affect usefulness, ease of use, trust, and purchase intention in the online environment. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 19(1), 21-36.
- Chang, C. T., Wu, S. J., & Chen, L. C. (2009). Optimal payment time with deteriorating items under inflation and permissible delay in payments. *International Journal of Systems Science*, 40(10), 985-993.
- Das, J. (2018). Consumer perception towards 'online food ordering and delivery services': An empirical study. *Journal of Management (JOM)*, 5(5), 155163.
- Dhiman, S., & Verma, S. (2012). Optimization of melt-in-mouth tablets of levocetirizine dihydrochloride using response surface methodology. *International Journal of Pharmacy and Pharmaceutical Sciences*, 4(1), 176-184.
- Dumitrescu, C., Shaw Hughner, R., Shultz, I. I., & Clifford, J. (2013). An Attributional Explanation of Consumers' Unexpected Attitudes and Behavior Toward Poor-Nutritional Products, With Implications For Childhood Obesity. *ACR North American Advances*.
- Elango, D., Dowpiset, K., & Chantawaranurak, J. (2018). A Study on Factors Impacting Consumers' Intention to Use On-demand Food Delivery Applications in Bangkok, Thailand. Thailand (August 24, 2018).
- Essays, UK. (November 2018). A Definition Of Online Ordering Systems Information Technology Essay. Retrieved from <https://www.ukessays.com/essays/information-technology/a-definition-of-online-ordering-systems-information-technology-essay.php?vref=1>
- Flavián, C., Guinaliú, M., & Gurrea, R. (2006). The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. *Information & management*, 43(1), 1-14.

- Gakh, O., Cavadini, P., & Isaya, G. (2002). Mitochondrial processing peptidases. *Biochimica et Biophysica et Biophysica Acta* 1592 63-77.
- Gupta, M. (2019). A Study on Impact of Online Food delivery app on Restaurant Business special reference to zomato and swiggy. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 889-893.
- Gelautz, M., & Markovic, D. (2004). Recognition of object contours from stereo images: an edge combination approach. In *Proceedings. 2nd International Symposium on 3D Data Processing, Visualization and Transmission, 2004. 3DPVT 2004.* (pp. 774-780). IEEE.
- Gopaul, M. (2013). *Exploring customer satisfaction with the healthier food options available at fast-food outlets in South Africa* (Doctoral dissertation).
- Hatim, S. M., Zamani, N. A. M., Latif, L. M. A., AhmadKardri, M., Ahmad, N., Kamaruddin, N., & Hussain, A. E-FoodCart: An Online Food Ordering Service.
- Jekanowski, M. D., Binkley, J. K., & Eales, J. (2001). Convenience, accessibility, and the demand for fast food. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 58-74.
- Kitthhandeachaorn, T. (2016). Customer Buying Decision Process Using Online Platform for Online Food Delivery in Thailand. An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science Program in Marketing. Faculty of Commerce and accountancy, Thammasat University.
- Kotler, P. (2009). *Marketing management: A south Asian perspective*. Pearson Education India.
- Kara, A., Kaynak, E., & Kucukemiroglu, O. (1995). Marketing strategies for fast food restaurants: a customer view. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2019). Determinants of continuous intention on food delivery apps: Extending UTAUT2 with Information Quality. *Sustainability*, 11(11), 3141.
- Liu, Y., & Jang, S. S. (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the US: what affects customer satisfaction and behavioral intentions?. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338-348.
- Lamb, C. A., & Mansfield, J. C. (2011). Measurement of faecal calprotectin and lactoferrin in inflammatory bowel disease. *Frontline gastroenterology*, 2(1), 13-18.
- Louviere, J. J., Meyer, R. J., Bunch, D. S., Carson, R., Dellaert, B., Hanemann, W. M., ... & Irwin, J. (1999). Combining sources of preference data for modeling complex decision processes. *Marketing Letters*, 10(3), 205-217.

- Landrum, H., Zhang, X., Prybutok, V., & Peak, D. (2009). Measuring IS system service quality with SERVQUAL: Users' perceptions of relative importance of the five SERVPERF dimensions. *Informing science*, 12.
- Methods of sampling from a population. (2020). Retrieved 28 May 2020, from <https://www.healthknowledge.org.uk/public-health-textbook/research-methods/1a-epidemiology/methods-of-sampling-population>
- Nguyen, T. T. H., Nguyen, N., Nguyen, T. B. L., Phan, T. T. H., Bui, L. P., & Moon, H. C. (2019). Investigating consumer attitude and intention towards online food purchasing in an emerging economy: An extended tam approach. *Foods*, 8(11), 576.
- Obitz, C. (2009). *Supermarket differentiation in the UK: A theoretical and empirical investigation*. Diplomica Verlag.
- Qin, H., Prybutok, V. R., & Zhao, Q. (2010). Perceived service quality in fast-food restaurants: Empirical evidence from China. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Qin, H., Prybutok, V. R., & Peak, D. A. (2009). Service quality in the USA and mainland China's fast-food restaurants. *International Journal of Services and Standards*, 5(4), 291.
- Prabhash, M. A. M. THE CONSUMER PERCEPTION ON ONLINE FOOD DELIVERY SYSTEM AMONG YOUTH IN KERALA. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 96.
- Prabowo, G. T., & Nugroho, A. (2019, March). Factors that Influence the Attitude and Behavioral Intention of Indonesian Users toward Online Food Delivery Service by the Go-Food Application. In *12th International Conference on Business and Management Research (ICBMR 2018)*. Atlantis Press.
- Rydell, S. A., Harnack, L. J., Oakes, J. M., Story, M., Jeffery, R. W., & French, S. A. (2008). Why eat at fast-food restaurants: reported reasons among frequent consumers. *Journal of the American Dietetic Association*, 108(12), 2066-2070.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of the quality of food, service, and physical environment on customer satisfaction and behavioral intention in quick-casual restaurants: Moderating role of perceived price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(3), 310-329.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International journal of contemporary hospitality management*.

- SAKULRATTANA, M. S. (2015). The Study of Attitudes and Purchasing Factors Toward Food Delivery of Thai People in Bangkok (Doctoral dissertation, THAMMASAT UNIVERSITY).
- See-Kwong, G., Soo-Ryue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C. (2017). Outsourcing to online food delivery services: Perspective of F&B business owners. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(2), 1-18.
- Shaikh, S., Alam, A. N., Ahmed, K. N., Sawant, I., & Hasan, S. Z. (2015). Implementation of 5S practices in a small scale organization: a case study. *International Journal of Engineering and Management Research (IJEMR)*, 5(2), 130-135.
- Sultan, M. U., & Uddin, M. (2011). Consumers' Attitude towards Online Shopping: Factors influencing Gotland consumers to shop online.
- TALABPETCH, M. N. (2017). CONSUMER BEHAVIOR AND PURCHASE DECISION TOWARDS LINEMAN (AN ON DEMAND FOOD DELIVERY) IN BANGKOK (Doctoral dissertation, THAMMASAT UNIVERSITY).
- Vinaik, A., Goel, R., Sahai, S., & Garg, V. (2019). The study of interest of consumers in mobile food ordering apps. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(1), 3424-3429.
- Watananonta, W. (2006). Present Situation and its Future Potential of Cassava Production and Utilization in Thailand. Paper presented at the FEALAC Inter-regional Workshop on Clean Fuels and Vehicle Technologies: the role of Science and Innovation.
- Wen, C., Qin, G., Prybutok, V. R., & Blankson, C. (2012). The role of national culture on relationships between customers' perception of quality, values, satisfaction, and behavioral intentions. *Quality Management Journal*, 19(4), 7-23.
- Wang, Y. D., & Emurian, H. H. (2005). Trust in e-commerce: consideration of interface design factors. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 3(4), 42-60.
- Zulkarnain, K., Ahasanul, H., & Selim, A. (2015). Key success factors of online food ordering services: An empirical study. *Malaysian institute of Management*, 50(2), 19-36.
- Zybailov, B.L., & Washburn, M.P. (2005). Mass spectrometry-based methods of proteome analysis. In R.A. Meyers (Ed.), *Encyclopedia of Molecular Cell Biology and Molecular Medicine* (Vol. 8). Kanasa City, MO, USA: Stowers Institute for Medical Research.
- Zainol, N., Rahim, N., Salmi, S., Johari, R., & Bahari, K. (2016). Barriers and Discrimination in Hospitality Industry: Focus on Hearing Impaired Workers. *Available at SSRN 2790725*.

เหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย กรณีศึกษา: ช่างตัดผมมืออาชีพ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Reasons in Choosing Professional Hairdressers Career: A Case Study of Generation Y's Professional Hairdressers in Hatyai, Province of Songkhla

ตัสนีมซ์ ศรีรัตน์

Tasneem Srirat¹

กุลกานต์ เมเวส

Kunlagan Mewes²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเหตุผลในการเลือกประกอบอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นเครื่องมือในการวิจัย เก็บข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นช่างตัดผมจำนวน 10 ท่าน ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2521 – 2538 ซึ่งมีอายุระหว่าง 26-41ปี มีการจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ถึง ระดับปริญญาโท มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ด้วยเทคนิควาทกรรม (Discourse Analysis) ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มาจากสองเหตุผลหลัก กล่าวคือ เหตุผลแรกมาจากปัจจัยภายใน ซึ่งได้แก่ (1) ด้านบุคลิกภาพ (2) ด้านความชอบ (3) ด้านตัวตน (4) ด้านค่านิยม (5) ด้านความก้าวหน้า และเหตุผลที่สองมาจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ (1) ด้านค่าตอบแทน (2) ด้านอิทธิพลจากบุคคลอื่น ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการหาแนวทางในการพัฒนาตัวตนให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการเข้ามาทำงานในสถานประกอบการร้านตัดผม

คำสำคัญ: ทฤษฎีการเลือกอาชีพ ธุรกิจตัดผม กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ช่างตัดผมมืออาชีพ

Abstract

This study aimed at investigating reasons in choosing professional hairdressing as an occupation of the Generation Y people in Hat Yai subdistrict, Songkhla province. Qualitative research was applied as the research method. The data was collected from 10 hairdressers in Hat Yai subdistrict, Songkhla province. The interviewees were born between 1978 – 1995, which ages ranged between 26 – 41 years old, graduated bachelor's to master's degrees, and had incomes more than 30,000 baht a month. In-depth interview was employed and the data was analyzed using discourse analysis

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: n_neem@hotmail.com

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kunlagan.b@psu.ac.th

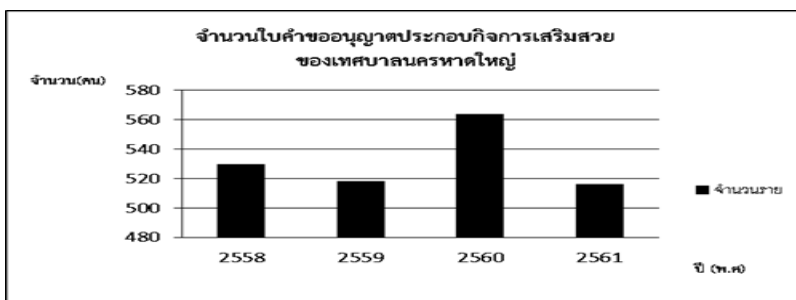
technique. The finding indicated that there are two major reasons in choosing hairdressing as an occupation of the Generation Y people in Hat Yai subdistrict, Songkhla province. The first reason was that originated from internal factors, including (1) personality, (2) preference, (3) nature of work, (4) values, and (5) advancement. The second reason was that originated from external factors, including (1) remuneration and (2) influence from other people. Therefore, the data emerged from the study can be used for enhancing self-development approach in accordance with Generation Y's to develop their motivation and inspiration to work in the hairdressing business.

Keywords: A Theory of Vocational Choice, Hairdressing Business, Generation Y, Professional Hairdressers

บทนำ

งานภาคบริการถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยถือว่าเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ที่เติบโตขึ้นในแต่ละประเทศทั่วโลก จากอดีตที่กล่าวว่าประเทศไทยเป็นประเทศแห่งเกษตรกรรม ณ ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่งานภาคบริการมากขึ้น ซึ่งถือได้ว่างานภาคบริการเป็นแหล่งที่สร้างอาชีพของคนภายในประเทศไทย ขณะนี้การจ้างงานในภาคบริการของไทยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 52 ของการจ้างงานทั้งหมด ซึ่งเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ที่คอยหล่อเลี้ยงประเทศ (ประชาชาติธุรกิจ, 2560) หนึ่งในนั้น คือ อาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่อยู่ท่ามกลางกระแสความนิยมของคนภายในประเทศไทย เส้นทางการเริ่มต้นเข้าสู่การสายอาชีพนี้ ขึ้นแรกเริ่มต้นจากโรงเรียนทฤษฎี และฝึกปฏิบัติ เมื่อเรียนผ่านจบหลักสูตรแล้ว จะเข้าสู่การเป็นลูกจ้างในสถานประกอบการเพื่อสร้างประสบการณ์เตรียมความพร้อมในการสร้างความเชี่ยวชาญในการบริการตัดผมเพื่อไปสู่ขั้นสุดท้ายซึ่งเป็นปลายทางสูงสุดของสายอาชีพนี้ คือ การเป็นเจ้าของกิจการ

การเติบโตของสายอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น จากการสำรวจข้อมูลพบว่า ธุรกิจร้านเสริมสวย ตัดผมแพชชัน เป็นหนึ่งในสิบธุรกิจดาวเด่นในปี 2561 เป็นอาชีพที่คนไทยนิยมที่จะเลือกประกอบอาชีพ (วิจัยของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ, 2561) นอกจากนี้ยังพบว่า ในด้านของรายได้อาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ จากการสำรวจข้อมูลของ ThaiSMEcenter (2561) มีรายได้เฉลี่ยขั้นต่ำ 1,000-2,000 บาทต่อวัน ในช่วงวันหยุดมีรายได้เฉลี่ย 3,000-4,000 บาทต่อวัน ในพื้นที่ขนาดใหญ่จังหวัดสงขลา อาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ มีความนิยมเพิ่มขึ้นจากกลุ่มคนที่กำลังเข้าสู่อาชีพ นั่นคือกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย



ภาพที่ 1 แสดงจำนวนใบคำขออนุญาตประกอบกิจการเสริมสวยของเทศบาลนครหาดใหญ่

จากแผนภูมิดังภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้ประกอบการตัดผมมีจำนวนเพิ่มขึ้น และลดลง ซึ่งปีที่มีผู้ประกอบการมากที่สุด คือ ปี พ.ศ. 2560 และน้อยที่สุด คือ ปี พ.ศ. 2561 ซึ่งมีจำนวนลดลงถึง 48 ราย (จำนวนผู้ประกอบการ) แสดงให้เห็นถึงการเปิด และปิดสถานประกอบการตัดผมที่เพิ่มขึ้นและลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความเชื่อมโยงไปยังการเพิ่มขึ้น และลดลงของแรงงานตัดผมในสถานประกอบการ ทรัพยากรมนุษย์ ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ในการขับเคลื่อนส่งต่อคุณค่าของธุรกิจให้แก่ลูกค้าในการให้บริการที่มีความเอาใจใส่ลูกค้าในการออกแบบทรงผม ดังนั้นกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย จึงเป็นกลุ่มคนที่ควรต้องทำความรู้จัก และทำความเข้าใจ เพื่อที่จะนำข้อมูลมาใช้ในการเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในสถานประกอบการ เพื่อการสร้างแรงจูงใจ และลดอัตราการลาออกของพนักงานช่างตัดผมในสถานประกอบการ ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำนายในการบริหารจัดการคนเก่งซึ่งพนักงานที่มีความสามารถ มีประสิทธิภาพการทำงานที่สูงเหล่านั้นได้จะสามารถสร้างกำไรที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 37 ให้แก่องค์กร (พรเทพ ฉันทนาวิ, 2561) ส่งผลให้องค์กรสามารถพัฒนาก้าวไปข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ เพื่อศึกษาว่าอะไรคือเหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเมื่อได้รับข้อมูลจะสามารถนำมาเป็นฐานข้อมูลให้สถานประกอบการตัดผมในการสร้างปัจจัยดังกล่าวให้เกิดขึ้นภายในสถานประกอบการ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายในการดึงดูดให้กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่มีความรู้ทักษะเกี่ยวกับการออกแบบทรงผม เกิดความต้องการในการเข้ามาทำงานในสถานประกอบการ ส่งผลทำให้ธุรกิจตัดผมสมัยใหม่สามารถขับเคลื่อนต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาเหตุผลในการเลือกประกอบอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ทบทวนวรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการเลือกอาชีพ

ทฤษฎีการเลือกอาชีพของฮอลล์แลนด์ (1973 อ้างถึงใน อุบลรัตน์ วรรณวิไล, 2551) คือ บุคลิกภาพของบุคคลทั่วไป 6 รูปแบบข้างต้น มีความสัมพันธ์สอดคล้องกันซึ่งการเลือกอาชีพนั้น โดยได้สะท้อนจากลักษณะของบุคลิกภาพของบุคคลนั้น ซึ่งมีเหตุผลในการเลือกอาชีพอาจจะเกิดจากการผสมผสานความคิดของตนเองกับความเข้าใจในอาชีพที่ตนเองเลือก บุคคลใดที่ได้เลือกอาชีพที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพจะมีความพึงพอใจในอาชีพที่เลือก ซึ่งจะส่งผลไปยังความประสบความสำเร็จในอาชีพอีกด้วย เช่น คนที่มีลักษณะบุคลิกภาพที่มีทำทนาย ชอบความเสี่ยง ชอบใช้ภาวะผู้นำ ชอบงานบุกเบิก จึงเลือกอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งเป็นการเลือกอาชีพที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตน

ทฤษฎีการเลือกอาชีพของโรว์ (1967 อ้างถึงใน อมรรัตน์ เหล่าบุญมา, 2550) คือ เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นมาจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความแตกต่างในด้านบุคลิกภาพ ด้านสติปัญญา ด้านความถนัด และด้านประสบการณ์ในวัยเด็ก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการเลือกอาชีพ โดยบุคคลแต่ละคนจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน โดย Roe ได้มีการเสนอแนวคิด 2 ประการ ดังนี้ (1) บุคคลจะเลือกอาชีพให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพและสนองความต้องการของตน (2) ประสบการณ์ในวัยเด็กที่ได้จากการอบรมเลี้ยงดูมีอิทธิพลต่อการเลือกอาชีพ

ทฤษฎีการเลือกอาชีพของอีลี กิซเบิร์ก (1967 อ้างถึงใน อภิชาติ เกตุทัต) คือ พื้นฐานในกระบวนการเลือกอาชีพของบุคคล ได้แก่ (1) สภาพความเป็นจริงของบุคคล เป็นการตอบสนองของบุคคลต่อสภาพความเป็นจริงของสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ ความสามารถ ความถนัด และโอกาสในสังคมซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมาก บุคคลที่ไม่มีความสามารถหรือไม่มีโอกาสที่จะศึกษาเล่าเรียน ก็ย่อมมีโอกาสน้อยที่จะประกอบอาชีพที่มีรายได้ดีมีเกียรติในสังคม (2) ขบวนการศึกษาของ แต่ละบุคคลจะเป็นตัวกำหนดการเลือกอาชีพของเขา เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับโอกาสการเลือกอาชีพของบุคคลถ้าได้รับการศึกษาสูงก็ย่อมจะมีช่องทางในการเลือกประกอบอาชีพได้มาก (3) อารมณ์เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการเลือกชนิดหรือประเภทของอาชีพซึ่งบางคนมีความใฝ่ฝันที่จะประกอบอาชีพทางศิลปะ เช่น อาชีพนักแสดง นักออกแบบ และ (4) ค่านิยมของแต่ละบุคคลจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม

ทฤษฎีมาสโลว์ (1943 อ้างถึงใน นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์, 2561) คือ ทุกคนมีความต้องการซึ่งความ ต้องการมีอยู่มากมายหลายอย่าง และความต้องการจะมีตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย ความต้องการเหล่านั้นจัดเป็น 5 กลุ่ม (1) ความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ความต้องการ พื้นฐานในปัจจุบันสิ่งทั้งหลาย เพื่อให้มีชีวิตอยู่รอด (2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย เมื่อได้รับปัจจัยสี่แล้ว บุคคลต้องการมีความมั่นคงในสิ่งที่ ได้รับ เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน (3) ความต้องการทางสังคม เป็นความต้องการที่จะมีเพื่อน มีกลุ่ม มีคนที่รัก ไว้วางใจแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพราะโดยธรรมชาติคนเราจะเป็นสัตว์สังคม ชอบอยู่เป็นกลุ่มเป็นสังคม (4) ความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ คือ ต้องการให้บุคคลอื่นเห็นคุณค่า เห็นความสำคัญ ยอมรับในความรู้ความสามารถที่บุคคลมีอยู่ (5) ความต้องการความสำเร็จบรรลุถึงสิ่งที่ เป็นสุดยอดปรารถนา ได้ใช้ความสามารถสูงสุด เพื่อประสบความสำเร็จในสิ่งที่มุ่งหวัง

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเจนเนอเรชันวาย

เสาวคนธ์ ศิริดากร (2554) กล่าวว่า กลุ่มคนเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มวัยทำงานตอนต้นที่มีความคิดอิสระ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เชื่อมั่นในตัวเอง ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ต้องการความก้าวหน้า ต้องการอำนาจการตัดสินใจ งานที่ทำหาย และลาออกบ่อย เนื่องจากพวกเขาได้เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกและสื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อมการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว พวกเขาจึงมีความคิดเป็นของตนเอง และเป็นกลุ่มคนที่ทำงานร่วมกับเทคโนโลยีเข้ากันได้เป็นอย่างดี ซึ่งจุดเด่นของบุคคลกลุ่มคนเจนเนอเรชันวายที่กล่าวมาข้างต้นมีความแตกต่างจากคนรุ่นอื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้กลุ่มคนเจนเนอเรชันยายน่าสนใจที่จะทำความเข้าใจเพื่อที่จะดูแลจัดการในการบริหารคนเหล่านี้ให้เกิดประสิทธิภาพ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

น้ำทิพย์ บุญทศ และ วรรณภา ลือกิตตินันท์ (2558) ผลวิจัยพบว่า มีปัจจัยในการเลือกทำอาชีพฟรีแลนซ์ คือความสามารถ (ที่มาจากความชอบ) ซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่ฟรีแลนซ์ในงานจะต้องมีความสามารถในการพูดจาโน้มน้าวและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยมีแรงจูงใจในการทำอาชีพนี้ คือ ความต้องการขั้นพื้นฐาน เนื่องจากมีผลตอบแทนในการทำงานสูงใช้เวลาทำงานระยะสั้น ถัดมา คือ ค่านิยมส่วนบุคคลรวมถึงความก้าวหน้าในอาชีพ โดยผู้ให้ข้อมูลมีความต้องการที่จะเปิดบริษัทรับงานอีเว้นท์ ซึ่งการตัดสินใจและแรงจูงใจในการเลือกประกอบอาชีพฟรีแลนซ์นั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความก้าวหน้า

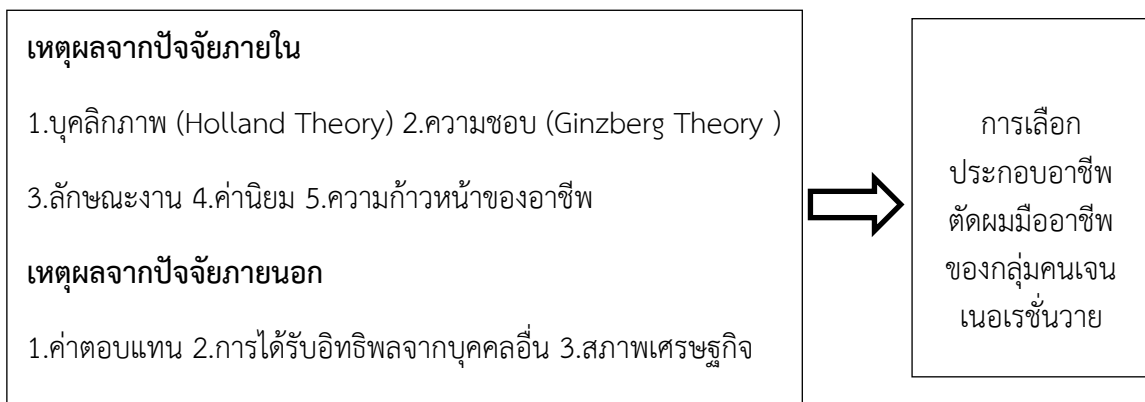
พนิดา พรหมรัตน์ (2559) ผลวิจัยพบว่า มี 3 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกอาชีพ คือ (1) ปัจจัยด้านลักษณะงาน ได้แก่ ความอิสระ การตอบสนองความต้องการในอาชีพ การมีความรู้เดิมเป็นฐาน ความก้าวหน้า และความสมดุลในชีวิตและการทำงาน ด้านที่เด่นสุดจะเป็นความอิสระ และ

ความก้าวหน้า (2) ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ การเลี้ยงดู ความเชื่อมั่นในตนเอง การให้ความสำคัญกับเวลา การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความกล้าเสี่ยง ด้านที่เด่นที่สุดจะเป็นการเลี้ยงดู (3) ปัจจัยด้านผลตอบแทน ได้แก่ รายได้ และความสำเร็จ เนื่องจากกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ต้องการทั้งรายได้และความสำเร็จในชีวิตพร้อมกัน รวมทั้งต้องการเติบโตที่รวดเร็ว

อดิเรก นวลศรี ณิชภา ยศุตมธาดา และ Wang Heng (2560) ผลวิจัยพบว่า ด้านครอบครัวและด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักศึกษา พบว่า ด้านเพศ ด้านผลการเรียนเฉลี่ย ด้านความคาดหวังในการเลือกอาชีพในอนาคตอาชีพของผู้ปกครอง/บิดามารดา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวนั้น มีปัจจัยในการเลือกอาชีพโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่หากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่แตกต่างกัน คือ ด้านครอบครัว และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนทฤษฎีและงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้สรุปกรอบแนวคิดงานวิจัยดังนี้

เหตุผลของการเลือกประกอบอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพ ทัศนศึกษา: ช่างตัดผมมีอาชีพของคนเจนเนอเรชั่นวาย ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือกอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน และเหตุผลที่มาจากปัจจัยภายนอก ผ่านการทบทวนวรรณกรรมของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ตลอดจนการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเลือกอาชีพเพื่อนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิด โดยผู้วิจัยได้เลือกเหตุผลที่ส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพ ได้แก่ เหตุผลจากปัจจัยภายใน (1) บุคลิกภาพ (2) ทักษะและความถนัด (3) งานที่มีความอิสระและท้าทาย (4) ค่านิยม (5) ความก้าวหน้าของอาชีพ และเหตุผลจากปัจจัยภายนอก (1) ค่าตอบแทน (2) การได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น (3) สภาพทางเศรษฐกิจ



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นแนวทางในการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้สัมภาษณ์ดังนี้คือ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเจนเนอเรชั่นวายที่เลือกประกอบอาชีพเป็นช่างตัดผมมีอาชีพ จำนวน 10 ท่าน ในอำเภอ

หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีช่วงอายุ 24-41 ปี หรือผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2521 – 2538 จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป และมีรายได้ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการเลือกโดยอาศัยกลุ่มตัวอย่างบอกต่อ (Snowball Sampling) สำหรับการสัมภาษณ์ใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้างกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่จะทำการวิจัย (เบญจา ยอดดำเนิน, 2552) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบคำถามของงานวิจัยได้ชัดเจนและตรงประเด็น หลังจากทีรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงวาทกรรม (Discourse Analysis) นอกจากนี้มีการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยผู้วิจัยนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการเรียบเรียงบทสัมภาษณ์ด้วยตนเอง และทำการ coding ข้อมูลเหล่านั้น เพื่อหาประเด็น (Theme) อีกทั้งการวิเคราะห์ต่างๆ ได้ผ่านคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและปรับแก้ตามความเหมาะสมเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือได้ของการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาปัจจัยใดบ้างที่เป็นเหตุในการเลือกประกอบอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย กรณีศึกษาช่างตัดผมมีอาชีพ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา พบว่าเหตุผลที่กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายเลือกอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น

1.เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน

พบว่าเหตุผลที่มาจากปัจจัยภายในที่เป็นเหตุผลของการเลือกอาชีพ ประกอบไปด้วยปัจจัยดังนี้

1.1 บุคลิกภาพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน ในด้านบุคลิกภาพเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นพ้องต้องกัน ว่าเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพ การทำอาชีพที่ตรงกับบุคลิกภาพนั้นจะช่วยให้การทำงานของเรามีประสิทธิภาพในด้านตัวงานและมีคุณภาพในด้านการใช้ชีวิตบุคคล จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านบุคลิกภาพ พบว่าแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ (1) *บุคลิกภาพภายนอก* (เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้) โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีบุคลิกภาพภายนอก ซึ่งได้แก่ การชอบแต่งกาย การชอบพูดคุย จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมีอาชีพ ดังตัวอย่าง P1 ได้กล่าวไว้ดังนี้

“ชอบแต่งตัวอาชีพนี้มันทำให้ได้แต่งตัวที่ดูดีทุกวัน จะแต่งแบบไหนก็ได้ที่ อยากจะแต่งเลยรู้สึก ว่าอาชีพนี้มันตรงกับความต้องการของเรา” (P1)

(2) *บุคลิกภาพภายใน* (เป็นสิ่งที่ยากที่จะแก้ไข) โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีบุคลิกภาพ ภายใน ซึ่งได้แก่ มีความคิดสร้างสรรค์ จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมีอาชีพ

1.2 ความชอบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน ในด้านความชอบ เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นพ้องต้องกัน ว่าเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ ความชอบเปรียบเสมือนฐานของการต่อยอดในสิ่งต่างๆที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ ความชอบเมื่อถูกลงมือฝึกฝนบ่อยๆ ก็จะทำให้เกิดเป็นทักษะ เมื่อฝึกฝนจนชำนาญ ก็จะเกิดเป็นความสามารถ ที่เรียกว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เหตุผลการเลือกเข้ามาประกอบอาชีพนี้จากความชอบ ซึ่งได้แก่ (1) *ความชอบด้านศิลปะ* มีพื้นฐานในความชอบด้านศิลปะจึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ (2) *ความชอบด้านดนตรี* มีพื้นฐานในความชอบด้านศิลปะจึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ และ (3) *ความชอบด้านการตัดผม* มีพื้นฐานในความชอบการตัดผมจึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ โดยความชอบในแขนงต่างๆนั้นได้นำมาต่อยอดสู่อาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้มีความเห็นพ้องต้องกันว่า ความชอบเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบอาชีพทุกอาชีพ เปรียบเสมือนเข็มทิศทางเข้าสู่อาชีพต่างๆตามความชอบและคามถนัดต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ (P5) ได้กล่าวว่า

“เราโชคดีที่ได้ทำได้สิ่งที่ตัวเองชอบ รู้ตัวเร็วว่าไม่ชอบงานออฟฟิศก็ตอนไปฝึกงานที่โรงแรม ก็รู้ทันทีว่า อาชีพที่ชอบจริงๆคือการตัดผม ตอน ม ปลายพ่อให้ไปเรียนก็ยังไม่รู้มากหรอก รู้แค่ว่าเป็นงานที่สนุกเฉยๆ พอได้ไปลองไปทดลองงานอื่นรู้เลย เราชอบตัดผมมาตลอด จริงแล้ว” (P5)

1.3 คุณลักษณะงาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน ในด้านคุณลักษณะของงาน เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นพ้องต้องกัน ว่าเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าตัวงาน แบ่งออกเป็น (1) *ตัวงานอิสระ* กล่าวคือ เป็นงานมีอิสระในการแต่งกาย เป็นงานแจอกฎน้อยกว่างานประจำ จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ และ (2) *ตัวงานท้าทาย* กล่าวคือ เป็นงานที่มีความหลากหลาย เป็นงานที่เชื่อมโยงกับแฟชั่นต้องเปลี่ยนเสมอ จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ ซึ่งในความอิสระนั้นบุคคลสามารถกำหนดทิศทางการทำงานของตนเองได้ โดยมีกรอบของวินัยและความรับผิดชอบ โดยผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งได้มีการให้สัมภาษณ์ในด้านตัวงานที่กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายมีความชื่นชอบ คือ งานนั้นจะต้องอิสระทางด้านความคิดและงานนั้นต้องมีความท้าทาย ด้วยลักษณะงานของอาชีพตัดผมมืออาชีพที่มีความอิสระและท้าทาย จึงเหตุผลในการเลือกในการเข้ามาประกอบอาชีพในปัจจุบัน ดังคำให้สัมภาษณ์ของ (P5) ได้กล่าวว่า “เป็นคุณลักษณะงานที่มีความหลากหลายที่เราต้องพบเจอลูกค้าและคนใหม่” (P6)

1.4 ค่านิยม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน ในด้านค่านิยม เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ผู้ให้สัมภาษณ์ 7 ใน 10 กล่าวว่าเหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ จากการให้สัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน ด้านค่านิยม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน (1) *ด้านบุคคล* ที่มีค่านิยมว่าคนเรานั้นไม่ได้สามารถไฝ่ฝันจนถึงเท่าได้ อย่างไรก็ตามต้องมีการตัดผมออก รวมถึงเป็นอาชีพที่หุ่นยนต์ไม่สามารถทำแทนได้ จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ และ (2) *ด้านสังคม* ที่สร้างค่านิยมเกี่ยวกับอาชีพตัดผม “โดยที่ภาครัฐได้มีการส่งเสริมอาชีพตัดผมชาย” (P5) จึงเป็นเหตุผลในการ

เลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ ค่านิยมมักสร้างกระแสของอาชีพในทางบวกและลบ ปัจจุบันสำหรับอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพในได้มีค่านิยมที่เป็นบวกทั้งจากค่านิยมทางสังคมและบุคคล บางทีจะนำค่านิยมมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกอาชีพ ทำให้ผู้คนต่างให้ความสนใจที่จะเข้ามาสู่อาชีพ โดยผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งได้ให้สัมภาษณ์ว่า ค่านิยมของอาชีพตัดผมทั้งจากด้านบุคคลและสังคมเป็นค่านิยมเชิงบวก กล่าวคือเป็นอาชีพที่ได้รับการยอมรับจากสังคมในวงกว้าง ค่านิยมเดิมอาชีพตัดผมส่วนใหญ่จะเหมาะสมผู้หญิงที่สามารถทำอาชีพนี้ได้ นั่นคือ ซาลอน (ผู้หญิง) ณ ปัจจุบันได้มีการแบ่งพื้นที่ในการทำงานเพิ่มที่ผู้ชายสามารถทำอาชีพนี้ได้ นั่นคือ บาร์เบอร์ (ผู้ชาย) โดยงานยังคงให้บริการเหมือนตัดผมเหมือนเดิมแต่เป็นการแบ่งกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนขึ้น ส่งผลให้ผู้คนรุ่นใหม่จึงได้นำค่านิยมด้านบวกมาเป็นส่วนในการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพตัดผมเพิ่มมากขึ้น

1.5 ความก้าวหน้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน ในด้านความก้าวหน้า เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นพ้องต้องกัน ว่าเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ จากการให้สัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายใน ด้านความก้าวหน้า แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ (1) *ด้านความรู้* เป็นอาชีพที่สามารถขยายความรู้ต่อยอดได้ ด้วยลักษณะของอาชีพที่สามารถเชื่อมโยงกับด้านบุคลิกภาพภายนอกทำให้มีโอกาสในการขยายความรู้ที่สอดคล้องกับงานได้เพิ่มมากขึ้น เช่น เดิมทำงานด้านตัดผมผู้ชาย ก็ขยายความรู้สู่ด้านงานผมผู้หญิง หรือ ขยายไปสู่การออกแบบภาพลักษณ์ภายนอกของผู้คนให้ดูดี สง่า ตามความเหมาะสม *“อาชีพตัดผมมันสามารถต่อยอดไปสู่ศาสตร์อื่นได้”* (P2) จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ (2) *ด้านชื่อเสียง* เป็นอาชีพที่สามารถสร้างชื่อเสียงได้ เมื่อเรามีความระดับความรู้และทักษะที่เชี่ยวชาญในด้านงานตัดผมระดับหนึ่ง สังคมในวงการตัดผมก็จะมีการยกย่อง ลูกค้าก็มีจำนวนเพิ่มขึ้น ผนวกด้วยปัจจัยเสริมทางอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ช่วยให้ความรู้ ความสามารถ ที่มีได้กระจายตัวเผยแพร่ไปทั่วโลกได้รวดเร็วขึ้น และยังทำให้เราได้เห็นงานตัดผมที่แปลกใหม่ จากหลากหลายประเทศ ได้ชื่นชมงานของคนทั่วโลกให้การยอมรับ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ว่ายังมีโอกาสในการสร้างชื่อเสียงระดับโลกผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ และ (3) *ด้านเงินทอง* เป็นอาชีพที่มีความก้าวหน้าในด้านการเงิน ในการเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว เป็นอาชีพที่ไม่อดตาย สามารถหาเงินได้ตลอดภายใต้ความสามารถของตนเอง กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ยังได้มีการเก็บออมจากเงินรายได้ที่เหลือเก็บเพื่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมืออาชีพ

2. เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายนอก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกในภาพรวมเพื่อศึกษาปัจจัยใดบ้างที่เป็นเหตุในการเลือกประกอบอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพในกลุ่มคนเจนเนอเรชันวาย พบว่าปัจจัยภายนอกที่เป็นเหตุผลของการเลือกอาชีพ ประกอบไปด้วยปัจจัยดังนี้

2.1 ค่าตอบแทน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายนอก ในด้านค่าตอบแทน เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เห็นพ้องต้องกัน ว่าเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมืออาชีพ จากการ

ให้สัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายนอก ด้านค่าตอบแทน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ซึ่งได้แก่ (1) *ด้านรายได้* เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกอาชีพ เนื่องจากเป็นการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานทั้งในด้านส่วนตัว ครอบครัว และการดำรงชีวิตในสังคม อาชีพตัดผมค่าตอบแทนจะขึ้นอยู่กับความสามารถส่วนบุคคล ถ้ามีความสามารถในการตัดได้จำนวนที่มาก ค่าตอบแทนก็สูงตาม “*พ่อก็บอกแล้วว่าต่อไปค่าตัดผมมันไม่ได้ตัด 80 มันจะสูงขึ้น ตอนนี้ที่ตัดหัว 200*” (P2) จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมีอาชีพ และ (2) *ด้านการออม* บุคคลมองหาอาชีพที่สามารถมีรายได้เหลือเงินออม มีการจัดการระบบการเงิน มีการจัดทำประกันชีวิต มีการฝากประจำ และยังมีการนำค่าตอบแทนไปต่อยอดลงทุนในตราสารหุ้น อาชีพตัดผมจึงเป็นอาชีพหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้เหลือออมได้ จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมีอาชีพ

2.2 อิทธิพลจากบุคคลอื่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายนอก ในด้านอิทธิพลจากบุคคลอื่น เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ผู้ให้สัมภาษณ์ 6 ใน 10 ได้กล่าวถึงว่าเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพช่างตัดผมมีอาชีพ จากการให้สัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า เหตุผลที่มาจากปัจจัยภายนอก ด้านอิทธิพลจากบุคคลอื่น แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ซึ่งได้แก่ (1) *ด้านครอบครัว* การแนะนำชักจูงการเข้าสู่อาชีพ จากผู้ที่มีประสบการณ์จากสายอาชีพตรง โดยมาจากบุคคลเหล่านี้ เช่น พ่อแม่ และสามี สิ่งที่น่าสนใจคือผู้ไม่มีประสบการณ์ในอาชีพตัดผม คนเหล่านั้น ได้มาจากข้อมูลพื้นฐานที่ได้รับจากคนที่ทำอาชีพตัดผม คำนิยม และการสังเกตส่วนบุคคล เนื่องจากอาชีพตัดผมเป็นอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของคนทั่วไปซึ่งมีโอกาสที่จะหารายได้เลี้ยงชีพได้จึงทำการแนะนำบุคคลใกล้ชิด เมื่อคนที่แนะนำเป็นคนที่เป็ อิทธิพลกับชีวิตยิ่งส่งผลต่อการเลือกเพิ่มขึ้น เนื่องจากบุคคลเหล่านั้นเขามีพลังในการสนับสนุน “*สามีเปิดร้านตัดผม ตัดไม่ทันเลยให้พี่ไปเรียนเพื่อที่จะมาช่วยงานเขาอีกแรง*” (P4) จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมีอาชีพ และ (2) *ด้านบุคคลอื่น (ช่างตัดผม)* เป็นการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของอาชีพผ่านผู้มีประสบการณ์โดยตรง ในด้านตัวงาน ความก้าวหน้า และรายได้ ก่อนที่จะตัดสินใจเข้าสู่อาชีพนี้ การแนะนำจากช่างตัดผม จึงเป็นเหตุผลในการเลือกอาชีพตัดผมชายมีอาชีพ

การอภิปรายผล

1. พนักงานกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย

พบว่าธุรกิจตัดผมสมัยใหม่ ควรมีการปรับลักษณะงานให้มีเป็นงานที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย คือ ลักษณะงานต้องมีความอิสระและต้องมีความท้าทาย เนื่องจากคนกลุ่มนี้เป็นคนที่รักความอิสระในงานที่ทำ มีความต้องการทำอะไรแปลกใหม่ที่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานของซาลิสลา สุกสี (2551) ที่พบว่าธุรกิจต้องมีการกระตุ้นลักษณะงานให้มีความยากง่ายขึ้นไปตามลำดับ เพื่อให้เขารู้สึกว่าลักษณะงานที่ทำไม่ได้มีจุดอิมตัว แต่เป็นลักษณะงานที่ต้องเรียนรู้หลากหลายด้านมาผสมผสานกันก่อให้เกิดความท้าทายของลักษณะงาน

ผลประโยชน์เชิงปฏิบัติ

1. การอบรมเพื่อการเรียนรู้ระยะยาว

ธุรกิจตัดผมสมัยใหม่ ควรมีการส่งเสริมการอบรมแนวใหม่ ที่ชัดเจนให้กับพนักงานคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ทักษะใหม่ๆ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลทรงผม การอบรมเทคนิค ด้านงานตัด ด้านงานทำสี และด้านงานถักเปีย เนื่องจากคนกลุ่มนี้ต้องการพัฒนา ศักยภาพตนเองให้มีความเชี่ยวชาญในสายอาชีพ นอกจากนี้ธุรกิจก็ควรให้พนักงานกลุ่มนี้ได้มีบทบาท ในการสร้างสรรค์ผลงาน พร้อมให้การสนับสนุนผลักดันผลงานให้เป็นที่รู้จักเพื่อเป็นการสร้างการ มีชื่อเสียงให้แก่พนักงาน และธุรกิจตัดผมสมัยใหม่

2. เส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ

ธุรกิจตัดผมสมัยใหม่ควรมีการสร้างเส้นทางความก้าวหน้าของอาชีพ (Career Path) เนื่องจากกลุ่มคน เจนเนอเรชั่นวายได้ให้ความสำคัญกับอาชีพที่สามารถเติบโตก้าวหน้า ซึ่งโดยธุรกิจทั่วไปส่วนใหญ่มีการ สร้างแบบเป็นแนวตั้ง เช่น เลื่อนลำดับตำแหน่งกับผลตอบแทนให้สูง ขึ้นเรื่อยๆ แต่ในด้านของธุรกิจตัดผม พบว่า มักมีที่มีโครงสร้างแบบแนวนอน มีตำแหน่งให้เติบโตน้อย จึงจำเป็นต้องมาให้ความสำคัญใน ด้านความเป็นมืออาชีพในงานผ่านกระบวนการเป็นผู้ประกอบการใหม่สู่ความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจบริการตัดผมสมัยใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กองวิจัยตลาดแรงงาน. (2557). *ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอาชีพ*. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2561 จาก https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/bkk_th/a8b1450c699bf90745de2cf8221447b6.pdf
- จิรนนท์ ไวยศรีแสง. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชาลิสสา สุกสี. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อพยาบาลในการตัดสินใจเลือกทำงานในโรงพยาบาลเอกชนจังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบัณฑิตวิทยาลัย, สาขาบริหารธุรกิจ.
- นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. (2561). *หลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- น้ำทิพย์ บุตรทศ และวรรณภา ลือกิตินันท์. (2558). การตัดสินใจเลือกอาชีพ แรงจูงใจ และความก้าวหน้าในอาชีพปริทัศน์เอ็มซี. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 10(1), 121-132.
- เบญจมา ยอดดำเนิน. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ :การจัดการข้อมูลการตีความและการหาความหมาย*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประชาชาติธุรกิจ. (29 ตุลาคม 2560). *ธุรกิจบริการ : ทางรอดประเทศไทย 4.0*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2561 จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-62014>

-
- พนิดา พรหมรัตน์. (2559). *อิทธิพลที่มีการเลือกประกอบอาชีพเป็นติวเตอร์ในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย*. สารนิพนธ์สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาบริหารธุรกิจ.
- พรเทพ ฉันทนาวิ. (2561). การบริหารดาวเด่น. *HR SOCIETY MAGAZINE*, 48-53.
- วิจัยของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ. 2561. *ธุรกิจดาวเด่น 2561*. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2561 จาก <http://cebf.utcc.ac.th/>
- เสาวคนธ์ ศิริดากร. (2554). *45 กระบวนท่าพัฒนา GEN Y*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- อภิชาติ เกตุทัต. (2541). *การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในองค์กร พัฒนาเอกชนระหว่างนักพัฒนารุ่นใหม่กับนักพัฒนารุ่นเก่า ศึกษาเฉพาะกรณีองค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์.
- อมรรัตน์ เหล่าบุญมา. (2550). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอัสสัมชัญศึกษาเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. สืบค้นจาก <http://newtdc.thailis.or.th/docview.aspx?tdcid=256535>
- อดิเรก และคณะ. (2560). ปัจจัยในการเลือกอาชีพของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. *ข้อพระยอม*, 28(1), 115-123.
- อุบลรัตน์ วรรณวิไลย. (2551). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสนใจในอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนสิริมังคลานุสรณ์ อำเภอเมืองเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว.
- ThaiSMEcenter. (2561). *เทคนิคเปิดร้านตัดผมยุคนี้รายได้ไม่ธรรมดา*. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2561 จาก <http://www.thaismescenter.com/เทคนิคการเปิด-ร้านตัดผม-ยุคนี้รายได้ไม่ธรรมดา/>

การหมุนเวียนงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา

Effect of Job Rotation on Job Performance in Oil and Gas Exploration and Production Business in Songkhla Province

วรารณ โสณเสน

Waraporn Sonsen¹

พัฒนิจ โภจนาท

Pattanit Gonejanart²

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการหมุนเวียนงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจำนวน 125 คนจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์เชิงพหุคูณพบว่า อิทธิพลระหว่างการหมุนเวียนงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมีปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ทางธุรกิจ ด้านความรู้เกี่ยวกับการบริหาร และด้านความสนใจในการหมุนเวียนงาน จากการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปแนะนำเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับบริษัทในอุตสาหกรรมสำรวจและผลิตปิโตรเลียม ที่สนใจในการใช้การหมุนเวียนงานเพื่อพัฒนาบุคลากร นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้เพื่อที่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มผลผลิตและการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

คำสำคัญ: การหมุนเวียนงาน ประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน ธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม

Abstract

This research aims to study the effect of job rotation on job performance in oil and gas exploration and production business in Songkhla province. The research employs questionnaires collected from 125 employees. The result obtained from multiple regression analysis indicated that only three independent variables that effect to job rotation including business knowledge, administrative knowledge, and interest in job rotation. The result can be used to improve the training and development strategy in oil and gas industry for implement job rotation to train their employees and focus on the area that impact the most on job performance.

Keywords: Job Rotation, Job Performance, Oil and Gas Exploration and Production

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: wsonsen1987@gmail.com

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: pattanij.g@psu.ac.th

บทนำ

อุตสาหกรรมปิโตรเลียมในประเทศไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยประเทศไทยได้มีการเริ่มผลิตปิโตรเลียมมาตั้งแต่ปี 2524 เป็นต้นมา ในการผลิตปิโตรเลียมนั้นสามารถผลิตได้เป็นผลิตภัณฑ์ได้ 3 อย่างคือ น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติเหลว และ ก๊าซธรรมชาติ โดยมีแหล่งเจาะปิโตรเลียมทั้งบนบกและในทะเลอ่าวไทย (กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ, 2562) จังหวัดสงขลาถือเป็นหนึ่งในฐานสำคัญของการผลิตปิโตรเลียมในภาคใต้ นอกจากนี้ยังเป็นที่อยู่ของฐานการผลิตปิโตรเลียม ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าของประเทศไทย โดยมีฐานธุรกิจปิโตรเลียมจำนวนมากเพื่อสนับสนุนการขุดเจาะและสำรวจแหล่งผลิต ยิ่งไปกว่านั้นยังมีท่าเรือน้ำลึกและท่าเรือของบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ซึ่งใช้ในการขนส่งสินค้าและอุปกรณ์ต่าง ๆ ไปยังแท่นขุดเจาะน้ำมันในอ่าวไทย การที่การสำรวจและผลิตปิโตรเลียมเป็นอุตสาหกรรมหลักอย่างหนึ่งในจังหวัดสงขลา ส่งผลให้ให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากในพื้นที่ ทำให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานซึ่งส่งผลต่อการทำกำไรของกิจการทางด้านการสำรวจและผลิตปิโตรเลียม

หนึ่งในปัญหาของการทำงานที่ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลงคือ ความเบื่อหน่ายในการทำงาน และการขาดความรู้และทักษะในการทำงาน (Eriksson & Ortega, 2006) การหาวิธีใหม่ในการทำงานที่มีประสิทธิภาพในโลกแห่งการแข่งขัน หนึ่งในวิธีการที่ดีที่สุดในการพัฒนาบุคลากรในแนวอนคือ การหมุนเวียนงาน (Jorgensen, 2005) ยิ่งไปกว่านั้น ชูลซ์ (Schultz, 2010) กล่าวว่า การหมุนเวียนงานเป็นวิธีที่เพิ่มความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ให้แก่พนักงานขององค์กร นอกจากนี้ คานส์ และคณะ (Khan et al., 2014) กล่าวว่า การหมุนเวียนงานที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องมีการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีการแจ้งพนักงานอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษรถึงเงื่อนไขต่าง ๆ และ คอสเจล และมิเชลลี (Cosgel & Miceli, 1999) ยังพบว่าการหมุนเวียนงานนั้นสามารถเพิ่มความพึงพอใจและเพิ่มกำลังใจในการทำงานได้ แต่กระนั้น ยังไม่มีการศึกษาเรื่องผลของการหมุนเวียนงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมมาก่อนในอดีต และเนื่องจากการนำการหมุนเวียนงานมาใช้ในธุรกิจนี้เยอะขึ้นในปัจจุบันแม้ว่าตำแหน่งงานต่างๆในธุรกิจนี้ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านเพื่อให้ทำงานได้อย่างราบรื่น แต่การหมุนเวียนงานสามารถเพิ่มความชำนาญให้ผู้อื่นที่ถูกหมุนเวียนงานได้ และสามารถทำงานแทนตำแหน่งที่ว่างลงได้หากมีเหตุสุดวิสัย ดังนั้นเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานจึงเป็นที่มาของการนำการหมุนเวียนงานเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะหาคำตอบเนื่องจากเริ่มมีการใช้การหมุนเวียนงานมากขึ้นในธุรกิจนี้

ดังนั้น ด้วยเหตุผลตามที่ได้กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาการหมุนเวียนงานซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการนำระบบการหมุนเวียนงานไปพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม และเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นกับผู้ที่เกี่ยวข้องระบบการหมุนเวียนงานอีกด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการหมุนเวียนงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

องค์กรสามารถทราบถึงผลกระทบของนำระบบการหมุนเวียนงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา ซึ่งสามารถนำระบบการหมุนเวียนงานไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อป้องกันปัญหาในกรณีที่พนักงานต้องทำงานแทนในตำแหน่งที่ว่างลงเนื่องด้วยเหตุสุดวิสัย เพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการหมุนเวียนงาน

ศิริวรรณ (2540) กล่าวว่า การหมุนเวียนงาน หมายถึง การโยกย้าย หรือสับเปลี่ยนพนักงานที่ทำงานหนึ่ง ไปปฏิบัติงานในอีกตำแหน่งหนึ่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความหลากหลาย ทั้งในด้านทักษะของพนักงาน วัฒนธรรม และความคิด ซึ่งความหลากหลายนำไปสู่การพัฒนาทักษะใหม่ แนวทางการทำงานแบบใหม่ และมีโอกาสเพิ่มประสิทธิภาพในงานนั้น ๆ ได้

เพลินพรรณ (2550) กล่าวว่า การหมุนเวียนงานนั้นมักทำการเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่ในระดับเดียวกัน อีกทั้งยังทำให้งานเกิดความท้าทาย ทำให้พนักงานได้ประสบการณ์ใหม่ ทำให้สนุกกับงาน และเกิดการเรียนรู้ได้ดี

ทรัพยากรมนุษย์จัดเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในองค์กร การปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้นั้นย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพและศักยภาพของพนักงาน ซึ่งหมายถึงพนักงานต้องมีความรู้ความสามารถ และทัศนคติที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงานนั้น ๆ การพัฒนาให้พนักงานมีความรู้และสอดคล้องตามเป้าหมายขององค์กรนั้นพนักงานจะต้องมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ มีทัศนคติที่ดีและมีพฤติกรรมการทำงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ซึ่งการหมุนเวียนงานถือเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อีกวิธีการหนึ่งที่ทำให้พนักงานมีประสบการณ์การเรียนรู้อย่างเป็นระบบแล้วยังทำให้ความสามารถของพนักงานเพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล (ปวีศรี, ภาวิน, และภุชงค์, 2019)

จากการศึกษาโดย แคมป์เปียน, เซอราสกิน, และสติเฟิน (Campion, Cheraskin, & Stevens, 1994) พบว่าปัจจัยของการหมุนเวียนงานที่ส่งผลต่อพัฒนาการทางอาชีพมีดังนี้

1. ความสนใจในการหมุนเวียนงาน หากพนักงานมีความสนใจในการหมุนเวียนงานมาก และมองว่าการหมุนเวียนงานถือเป็นโอกาสในการพัฒนาทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ จะทำให้พนักงานมีความสนใจในการเข้าร่วมการหมุนเวียนงานมากยิ่งขึ้น

2. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงาน การรับรู้พัฒนาการทางความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานสามารถพัฒนาจากการหมุนเวียนงานไปในตำแหน่งใหม่ๆ ซึ่งสามารถทำให้ผู้ถูกหมุนเวียนงานได้รับมุมมองใหม่ๆ พร้อมใช้ทักษะและความรู้การติดต่อประสานงาน ทักษะการเป็นผู้นำ การพัฒนาตนเอง และการวางแผนในงาน ในรูปแบบใหม่อันเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่นั้นๆ ซึ่งทำให้สามารถพัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารงานเพิ่มขึ้นได้

3. ความรู้ทางเทคนิค การพัฒนาความรู้ทางเทคนิคสามารถได้รับมาจากการหมุนเวียนงานโดยการทำงานในตำแหน่งใหม่ๆ ทำให้พนักงานสามารถเรียนรู้นโยบาย ข้อบังคับการปฏิบัติงาน และความรู้ในการผลิตใหม่ๆ และสามารถเพิ่มการติดต่อประสานงานภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ การหมุนเวียนงานสามารถทำให้ผู้ผ่านการหมุนเวียนงานสามารถมองภาพองค์กรในมุมมองที่กว้างขึ้น จากการทำงานในตำแหน่งอื่นๆ สามารถทำให้รู้ถึงบทบาท และหน้าที่ของแต่ละส่วนประกอบในธุรกิจ ทำให้เห็นปัญหา และมีความเข้าใจมากขึ้นในเป้าหมายขององค์กรได้

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

คำว่า “ประสิทธิภาพการทำงาน” ประกอบด้วยคำสองคำ ได้แก่ “ประสิทธิภาพ” กับ “การทำงาน” โดยคำทั้ง 2 นี้สามารถแปลได้หลายความหมายขึ้นอยู่กับผู้ให้ความหมาย ดังต่อไปนี้

นันทนา (2540) กล่าวว่า “ประสิทธิภาพ หมายถึง วิธีการทำงานโดยสิ้นเปลืองเวลา และสูญเสียพลังงานในการทำงานน้อยที่สุดแต่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ และสร้างความพึงพอใจมากที่สุด” อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นการเปรียบเทียบระหว่างการปฏิบัติงาน ในหนึ่งหน่วย ต่อค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในกระบวนการปฏิบัติงานหนึ่งหน่วยนั้นๆ (พิทยา ,2552)

พิริยะ (2552) ได้ให้ความหมายในด้าน ประสิทธิภาพในเชิงการประเมินว่า “ผลลัพธ์ที่ได้นั้นใช้เวลา ค่าใช้จ่าย หรืองบประมาณในการลงทุนน้อยที่สุดหรือไม่”

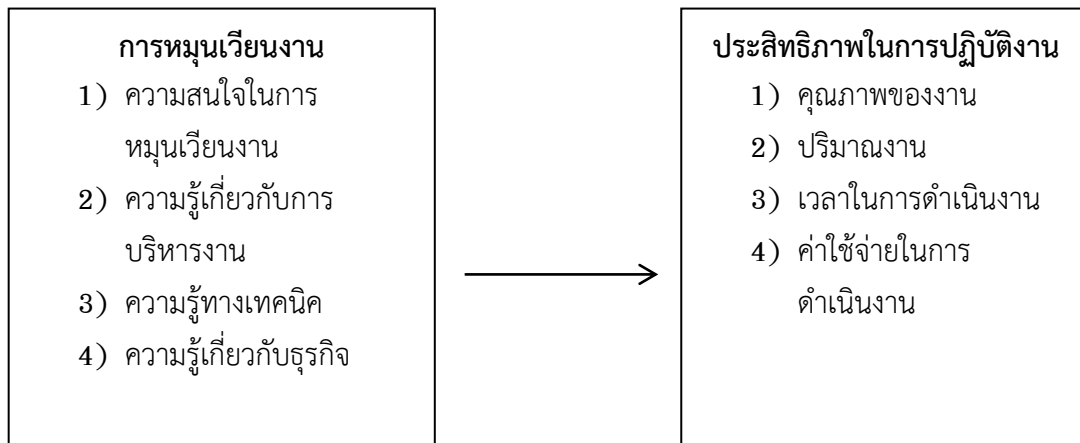
ปีเตอร์สัน และพลาวแมน (Petersen & Plowman, 1989) ได้นำเสนอแนวคิดของการวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไว้ 4 ข้อ อันประกอบด้วย

1. คุณภาพของงาน (Quality) คุณภาพของงานต้องสูง ซึ่งหมายถึงทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคได้รับประโยชน์และรู้สึกคุ้มค่า อีกทั้งมีอัตราความพอใจในการทำงานในระดับดี การปฏิบัติงานต้องได้มาตรฐาน โดยผลงานที่มีคุณภาพนั้นส่งผลประโยชน์โดยตรงต่อองค์กร และเป็นคุณสมบัติสำคัญยิ่งที่มักจะมีในสินค้าที่ลูกค้ามักพอใจ โดยมีต้นทุนต่ำ แต่ประสิทธิภาพและคุณภาพสูง ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจที่สูงด้วยเช่นกัน

2. ปริมาณงาน (Quantity) ปริมาณงานที่องค์กรกำหนด จะต้องเป็นไปตามเป้าหมายและกลยุทธ์ที่องค์กรได้วางไว้ และควรมีการวางแผนบริหารเวลาและต้นทุน เพื่อให้ได้ปริมาณตามความคาดหวังขององค์กร เพื่อให้งานออกมามีคุณภาพมากที่สุด

3. เวลาที่ใช้ในการดำเนินงาน (Time) เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับงานแต่ละประเภท อีกทั้งมีการพัฒนาเทคนิคที่ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำงานรวดเร็วขึ้น สะดวกยิ่งขึ้น คุณภาพงานที่ได้ดีขึ้น ซึ่งเทคนิคในการบริหารเวลาดังกล่าวนี้ คือการใช้เวลาทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด เพราะเวลาเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสร้างขึ้นใหม่เพื่อทดแทนได้ เวลาที่เสียไปจึงมีความสำคัญในการปฏิบัติงาน ผู้ที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้เวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุผลการทำงาน

4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Cost) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงานแต่ละประเภท โดยต้องมีการใช้ต้นทุนน้อยที่สุด แต่สร้างกำไรให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ ซึ่งต้นทุนการผลิต ได้แก่ ทรัพยากรการเงิน เวลาที่ใช้ ทรัพยากรบุคคล วัสดุที่ใช้ในกระบวนการผลิตหรือวัตถุดิบ เทคโนโลยี ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ต้องใช้ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด และหาวิธีปฏิบัติงานเพื่อลดอัตราการสูญเสียระหว่างการผลิตให้น้อยที่สุด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือพนักงานที่ทำงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม ในจังหวัดสงขลา โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยมีการส่งจดหมายไปยังบริษัทในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม ในจังหวัดสงขลาทั้งหมด ผลปรากฏว่ามีการตอบจดหมายกลับมาจากทางบริษัททั้งหมด พบว่ามีพนักงานผู้ทำการหมุนเวียนงานมาแล้วทั้งหมดจำนวน 182 คนจากทุกบริษัท เมื่อทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 125 คน โดยมีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{สูตรการคำนวณ} \quad n &= N/1 + N(e)^2 \\
 &= 182/(1+(182(0.0025))) \\
 &= 182/1.455 \\
 &= 125
 \end{aligned}$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 e คือ ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ เท่ากับ 0.05
 N คือ ขนาดประชากรพนักงานที่ผ่านการหมุนเวียนงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม ในจังหวัดสงขลา

เมื่อนำมาคำนวณ

โดยได้ผลเป็นพนักงานที่ผ่านการหมุนเวียนงานมาแล้ว จำนวน 125 คน จากบริษัทในพื้นที่จังหวัดสงขลา ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

จำนวนกลุ่มตัวอย่างบริษัทในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา

ลำดับ	ชื่อบริษัท	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1	PTT Exploration and Production Public Company Limited	60
2	Onshore Services and Supply Ltd., Part.	15
3	Marubeni-Itochu Tubulars (Thailand) Ltd.,	10
4	OMS Oilfield Services (Thailand) Ltd.	10
5	Baker Hughes, a GE Company	10
6	MM Logistics Co., Ltd.	20
รวม		125

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม ในลักษณะคำถามปลายปิด ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ปัจจัยการหมุนเวียนงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์โดยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีปัจจัยทั้งหมด 4 ปัจจัยได้แก่ ความสนใจในการหมุนเวียนงาน (X_1) ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร (X_2) ความรู้ทางเทคนิค (X_3) และความรู้ทางธุรกิจ (X_4) ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Y) โดยต้องมีการวิเคราะห์เบื้องต้นเพื่อให้ตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) ซึ่งพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2

ผลการศึกษาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการศึกษาการหมุนเวียนงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	Y
X_1		0.476*	.376*	.396*	.437*
X_2			.654*	.673*	.604*
X_3				.689*	.485*
X_4					.610*
Y					

หมายเหตุ: *นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า ตัวแปรอิสระทุกปัจจัย มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 แสดงให้เห็นว่าไม่มีความสัมพันธ์สูงเกินไป

ระหว่างตัวแปร ทำให้สามารถใช้ตัวแปรทุกปัจจัยในการพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลาได้

ตารางที่ 3

การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา โดยนำปัจจัยทุกด้านเข้าในสมการ

ตัวแปร	b	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.205	0.285		4.231	0
1. ความสนใจในการหมุนเวียนงาน	0.112	0.052	0.163	2.133	0.035*
2. ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร	0.262	0.088	0.3	2.988	0.003*
3. ความรู้ทางเทคนิค	-0.017	0.092	-0.018	-0.183	0.855
4. ความรู้ทางธุรกิจ	0.318	0.091	0.356	3.502	0.001*

หมายเหตุ: ค่าคงที่ 1.205 ; SEest = ±0.40 R = 0.679; R² = 0.461 ; F = 25.639

จากตารางที่ 3 สามารถเห็นได้ว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้านของการหมุนเวียนงาน มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.679 (R) โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 46.1 (=0.461) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความคลาดเคลื่อน ±0.40

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความรู้ทางเทคนิคซึ่งมีค่า Sig. เท่ากับ 0.855 ซึ่งไม่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ ส่วนปัจจัยด้าน ความสนใจในการหมุนเวียนงาน ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร และความรู้ทางธุรกิจนั้น สามารถทำนายประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา เมื่อนำปัจจัยทุกด้านเข้าสมการ สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$Y = 1.205 + 0.112X_1 + 0.262X_2 + 0.318X_3$$

แทนค่า Y = ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

X_1 = ความสนใจในการหมุนเวียนงาน

X_2 = ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร

X_3 = ความรู้ทางธุรกิจ

จากสมการหมายถึง ปัจจัยการหมุนเวียนงานได้แก่ ความสนใจในการหมุนเวียนงาน ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร และความรู้ทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยความรู้ทางธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.318 หมายถึง หากปัจจัยด้านความรู้ทางธุรกิจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้เพิ่มขึ้น 0.318 หน่วย เมื่อตัวแปรอื่นในสมการคงที่

ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับการบริหาร มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.262 หมายถึง หากปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการบริหารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้เพิ่มขึ้น 0.262 หน่วย เมื่อตัวแปรอื่นในสมการคงที่

ปัจจัยความสนใจในการหมุนเวียนงาน มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.112 หมายถึง หากปัจจัยด้านความสนใจในการหมุนเวียนงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้เพิ่มขึ้น 0.112 หน่วย เมื่อตัวแปรอื่นในสมการคงที่

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยการหมุนเวียนงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา นั้นสามารถอภิปรายประเด็นหลักๆ ที่ได้จากการศึกษาดังนี้

ความรู้ทางธุรกิจ ปัจจัยด้านความรู้ทางธุรกิจนั้นมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นที่พนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานมีความรู้เพิ่มขึ้นทางด้านบทบาทของแผนกที่ทำงานอยู่ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซิน, ชามซูดิน, และชูปรามาเนียม (Zin, Shamsudin, & Subramaniam, 2013) โดยพนักงานที่ได้ผ่านการหมุนเวียนงานนั้นมีความรู้ทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น โดยพนักงานที่มีความสนใจและให้ความสำคัญกับการหมุนเวียนมีโอกาสมากขึ้นที่จะมีพัฒนาการในด้านความรู้และทักษะ เนื่องจากพนักงานมองว่า การหมุนเวียนงานนั้นสามารถช่วยในการพัฒนาความรู้ของตนเองได้ ดังนั้นความรู้และทักษะที่ได้จากการหมุนเวียนงานมักจะทำให้พนักงานได้รับการยอมรับมากขึ้นในองค์กร และสามารถมองเห็นภาพรวมในการทำงานของแผนกที่ตนทำงานอยู่ได้ เนื่องจากการหมุนเวียนงานสามารถทำให้ได้เห็นมุมมองในการทำงานใหม่ๆ จากตำแหน่งงานอื่นๆ และทำให้มีความเข้าใจในเป้าหมายองค์กรมากขึ้น นอกเหนือจากนั้นแคมป์เปียน, เซอราสกิน, และสตีเฟ่น (Campion, Cheraskin, & Stevens, 1994) พบว่า การหมุนเวียนงานนั้นสามารถเพิ่มความรู้ทางธุรกิจได้มากกว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร เนื่องจากการหมุนเวียนงานทำให้พนักงานได้ไปทำงานในตำแหน่งอื่นๆ ทำให้มีประสบการณ์มากขึ้นในธุรกิจนั้นๆ ทำให้พนักงานสามารถมีความเข้าใจในตัวองค์กรเพิ่มมากขึ้นและพบเจอกับปัญหาต่างๆ ของธุรกิจในมุมมองอื่นๆ ซึ่งทำให้พนักงานสามารถมองภาพรวมในธุรกิจได้ดีขึ้น และสามารถคิดวิธีแก้ปัญหานั้นๆ ในการทำงานของตนให้ดีขึ้นได้

ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการบริหารนั้นเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นที่พนักงานให้ความสำคัญกันมากที่สุดคือ พนักงานมีพัฒนาการทางความคิดที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โมฮาน และโกมาตี (Mohan & Gomathi, 2015) ซึ่งพบว่า การหมุนเวียนงานนั้นสามารถทำให้พนักงานมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นได้ และเป็นการเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้การทำงานใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตนเองทั้งในด้านความคิด ความรู้ และทักษะในการทำงาน ซึ่งสามารถส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาการติดต่อประสานงานระหว่างผู้คนในหน่วยงาน และการหมุนเวียนงานนั้นเป็นวิธีการฝึกพนักงานที่มีค่าใช้จ่ายน้อยอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้นอีกประเด็นที่สำคัญคือ พนักงานมีพัฒนาการในการเปลี่ยนแปลงตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบาติสตาร์, เปเรซ, บาลูท, และ กอนซาเลส (Bautista, Perez, Balute, &

Gonzales, 2017) ซึ่งพบว่า การหมุนเวียนงานนั้น ช่วยในการเพิ่มความรู้และทักษะในการใช้ทักษะช่วยในการทำงาน นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาการด้านการวางแผนและการจัดการเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย โดยพนักงานเห็นว่า การหมุนเวียนงานนั้นเป็นโอกาสสำคัญที่จะเพิ่มโอกาสในการพัฒนาตนเองเพื่อให้มีทักษะและความรู้ที่มากขึ้น ซึ่งการหมุนเวียนงานนั้นยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อีกด้วย และการหมุนเวียนงานเป็นวิธีที่ดีในการฝึกฝนพนักงานโดยที่สามารถลดต้นทุนทางเวลาและต้นทุนทางการเงินเพื่อจ้างหรือฝึกฝนพนักงานใหม่อีกด้วย

ความสนใจในการหมุนเวียนงาน เป็นอีกปัจจัยที่พนักงานให้ความสำคัญในระดับมาก โดยประเด็นที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานมีความสนใจในการหมุนเวียนงานเพื่อฝึกฝนและพัฒนาตนเอง โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ แอดเจย (Adjei, 2012) ซึ่งพบว่าพนักงานมีความสนใจในการหมุนเวียนงานอยู่ในระดับสูงเนื่องจากพนักงานมองเห็นความเป็นไปได้ที่จะได้รับความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาปฏิบัติงานให้ได้ผลงานที่ดีขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ แคมป์เปียน, เซอราสกิน, และสตีเฟน (Campion, Cheraskin, & Stevens, 1994) ซึ่งพบว่า พนักงานในสายการผลิตมองการหมุนเวียนงานเป็นวิธีหนึ่งซึ่งสามารถช่วยในการพัฒนาตนเองเพื่อสามารถพัฒนาไปในตำแหน่งงานที่สูงขึ้นได้ โดยระดับความสนใจโดยการหมุนเวียนงานนั้นมักจะเพิ่มขึ้นเมื่อพนักงานมองว่า การหมุนเวียนงานนั้นเป็นวิธีที่ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. จากข้อมูลปัจจัยการหมุนเวียนงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้นพบว่า การหมุนเวียนงานนั้นเพิ่มความรู้ ทักษะ และประสบการณ์มากที่สุด ทางด้านความรู้ทางธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร และ ความสนใจในการหมุนเวียนงานตามลำดับ ดังนั้น ผู้จัดทำแผนการหมุนเวียนงานควรกำหนดเป้าหมาย และจัดทำแบบประเมินทักษะตามปัจจัยเหล่านั้น นอกเหนือจากนั้นผู้ผลักดันให้มีการหมุนเวียนงานควรสามารถสร้างความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับประโยชน์ของการหมุนเวียนงานให้แก่ผู้ถูกหมุนเวียนงาน เนื่องจากสามารถทำให้ผู้หมุนเวียนงานพร้อมที่จะพัฒนาตนเองด้วยการหมุนเวียนงาน หากผู้ที่ทำการหมุนเวียนงานมีความสนใจในการหมุนเวียนงานมาก จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาทั้งทางด้าน ทักษะ ประสบการณ์ และความรู้ในการทำงาน นอกจากนี้ ยังส่งผลให้มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอีกด้วย

2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากพนักงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา เพียงอย่างเดียว ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปนั้นสามารถขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังพื้นที่อื่นๆ เพื่อสามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกันในแต่ละพื้นที่ได้

3. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการหมุนเวียนงานต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนั้นนอกจากปัจจัยที่ได้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ สามารถศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมได้ด้วย เช่น ปัจจัยความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยผลตอบแทนในการทำงาน หรือปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อให้เข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในตัวแปรเหล่านี้มากยิ่งขึ้น

4. การวิจัยครั้งต่อไป สามารถนำเทคนิคการเก็บข้อมูลแบบอื่นๆ เช่นการสัมภาษณ์มาใช้ เพื่อให้ได้ข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ. (2562). *รายงานประจำปี 2561*. กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ กระทรวงพลังงาน.
- นันทนา ธรรมบุศย์. (2540). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. *วารสารแนว*, 30(166), 25-30
- ปวีศรี ทิมาสาร, ภาวิน ชินะโชติ, และกริพัฒน์ ชาญกิจ. (2019). การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานระหว่างการหมุนเวียนงานแบบเต็มรูปแบบกับแบบแบ่งกลุ่มย่อยของนักรังสีการแพทย์ แผนกรังสีวินิจฉัย คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี. *Phranakhon Rajabhat Research Journal (Humanities and Social Sciences)*, 14(2), 245-257.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2552). *ทฤษฎีองค์การสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภกา.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2552). *การวางแผนกลยุทธ์และการวิเคราะห์โครงการ*. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมและพัฒนาเอกสารวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เพลินพรรณ โชติพงษ์. (2550). *การเปรียบเทียบการหมุนเวียนงานกับความพึงพอใจในงานของพนักงาน*. สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชา มนุษยศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). *รู้เพียงเรื่องศัพท์การบริหารธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์พัฒนา.
- Adjei, D. (2012). *The impact of job rotation on employees' performance A case study: Utrak Financial Services Limited*. Retrieved from <http://ir.knust.edu.gh/handle/123456789/7534>
- Bautista, V. M., Perez, A. M., Balute, A. A. N., & Gonzales, J. G. (2017). Job rotation practices in accounting firm: its effect on employee performance and job satisfaction level. *International Journal of Computer Applications*, 167(6), 9-12.
- Campion, M. A., Cheraskin, L., & Stevens, M. J. (1994). Career-related antecedents and outcomes of job rotation. *Academy of management journal*, 37(6), 1518-1542.
- Cosgel, M. M., & Miceli, T. J. (1999). Job rotation: cost, benefits, and stylized facts. *Journal of institutional and theoretical economics*, 155(2), 301-320.
- Eriksson, T., & Ortega, J. (2006). The adoption of job rotation: Testing the theories. *Industrial & Labor Relations Review*, 59(4), 653-666.
- Jorgensen, M. (2005). Characteristics of job rotation in the Midwest US manufacturing Sector. *Ergonomics*, 48(15), 1721-1733.
- Khan, F., Rasli, A. M., Tariq, Rahman, A., & Khan, M. M. (2014). Job rotation, job performance, organizational commitment: An empirical study on bank employees. *Journal of Management info (JMI)*, 1(3), 10-13.
- Mohan, K., & Gomathi, S. (2015). The effects of job rotation practices on employee development: an empirical study on nurses in the hospitals of Vellore District. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1), 209-215.
- Petersen, E., & Plowman, G. E. (1989). *Business Organization and Management*. Illinois: Irwin.

Schultz, C. M. (2010). HR competencies at a merged higher education institution. *SA Journal of Human Resource Management*, 8(1), 1-8.

Zin, M. L. M., Shamsudin, F. M., & Subramaniam, C. (2013). Investigating the influence of job rotation on career development among production workers in Japanese companies. *International Journal of Business & Society*, 14(1). 135.-148.

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานและการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพใน โรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Transformational Leadership of Supervisors and Retention of Professional Nurses in Private Hospitals at Hatyai District, Songkhla Province

ชญาณี จุลบอล

Chayanee Julbol¹

ดรณิกร สุปันทิ

Daraneekorn Supanti²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานและการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพยาบาลวิชาชีพที่มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 1 ปี ขึ้นไป และปฏิบัติงานเต็มเวลาอยู่ในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 375 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย

ผลการวิจัย พบว่า ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน และระดับการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพอยู่ในระดับสูงมาก โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถพยากรณ์ความแปรปรวนของการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพได้ร้อยละ 35.6 ($R^2 = 0.356$)

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การคงอยู่ในงาน พยาบาลวิชาชีพ

Abstract

This research aims to study the transformational leadership of supervisors and retention of professional nurses in private hospitals at Hatyai District, Songkhla Province. Questionnaires were used to collect data from 375 professional full-time nurses who have worked more than 1 year in private hospitals at Hatyai District, Songkhla Province. The data were analyzed using mean scores, standard deviation, and regression analysis.

Results revealed that transformational leadership of supervisors and retention of professional nurses showed at a very high level. Supervisors' transformational leadership had significant influence on retention of professional nurses. This factor could predict the variance of professional nurses' retention at 35.6% ($R^2 = 0.356$).

Keywords: Transformational Leadership, Job Retention, Professional Nurse

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: chayanee_julbol@hotmail.co.th

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: daraneekorn.s@psu.ac.th

บทนำ

พยาบาลวิชาชีพเป็นบุคลากรทางการแพทย์และการสาธารณสุขที่มีความสำคัญมากในการดูแล ส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟูสุขภาพประชาชน เป็นกำลังคนที่มีความสำคัญและมีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78 เมื่อเปรียบเทียบกับบุคลากรด้านสุขภาพในระบบบริการสุขภาพ (บุญช่วย ศิลาหม่อม, 2561) ปัจจุบันพบว่า พยาบาลวิชาชีพยังคงขาดแคลนและมีการคงอยู่ในงานต่ำ ทำให้โรงพยาบาลต่างๆ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและไม่เพียงพอกับภาระงาน ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ สร้างความไม่พึงพอใจให้กับผู้มารับบริการ (จันทร์จิรา แดงน้อย, 2559)

การที่พยาบาลวิชาชีพจะยังคงอยู่ในงานมากหรือน้อยเพียงใดนั้น มีปัจจัยสำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้องหลายปัจจัย เช่น ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน สัมพันธภาพในการทำงาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน เป็นต้น โดยจากการศึกษาถึงปัจจัยดังกล่าวร่วมกัน พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ (Israel, Kifle, Tigist, & Fantahun, 2017; Nurdiana, Hariyati, & Gayatri, 2019; นวลรัตน์ วรจิตติ และกัญญาดา ประจุศิลป์, 2560) โดยตามทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของแบบส (Bass, 1985) ผู้นำจะทำให้ผู้ตามเกิดความรู้สึกไว้วางใจ ซินชม รักดี และเคารพ จึงสามารถเปลี่ยนแปลงและจูงใจให้ผู้ตามปฏิบัติงาน โดยมอบหมายงานที่ทำทลายความสามารถ มีความสำคัญ มีคุณค่า และแรงจูงใจให้มองเห็นวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการทำงานอย่างชัดเจน นำไปสู่ความรู้สึกผูกพันในงานและการคงอยู่ในงานสูง (AbuAlRub & Narallah, 2017; Dawson, 2014)

โรงพยาบาลเอกชนเป็นธุรกิจบริการสุขภาพที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูง ในด้านคุณภาพ การรักษาพยาบาล ความสะดวกสบาย และการให้บริการที่รวดเร็ว โดยอุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจของโรงพยาบาลเอกชนในปัจจุบัน คือ การขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ โดยเฉพาะพยาบาลวิชาชีพที่พบว่ามีการคงอยู่ในงานต่ำ (จันทร์จิรา แดงน้อย, 2559) เพราะแม้ว่าการทำงานในโรงพยาบาลเอกชนจะได้รับเงินเดือนหรือค่าตอบแทนที่สูงกว่าโรงพยาบาลของรัฐ แต่การได้รับเงินเดือนที่สูงนั้นต้องแลกมากับหน้าที่และความรับผิดชอบในการดูแลสุขภาพของคนไข้เป็นอย่างดี และยังมีโอกาสก้าวหน้าและมีความมั่นคงในงานต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับโรงพยาบาลของรัฐ ทำให้โรงพยาบาลเอกชนขาดแคลนบุคลากรด้านพยาบาลวิชาชีพมากขึ้น (นวลรัตน์ วรจิตติ และกัญญาดา ประจุศิลป์, 2560) ซึ่งจากการสำรวจโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชนปีล่าสุด (พ.ศ. 2560) พบว่า ประเทศไทยมีพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานเต็มเวลาอยู่ในโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 26,964 คน โดยภาคใต้มีจำนวนพยาบาลวิชาชีพ 2,022 คน ซึ่งมีปริมาณน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) และเมื่อพิจารณาโรงพยาบาลเอกชนที่รับผู้ป่วยค้างคืนในเขตพื้นที่ภาคใต้ พบว่า มีเพียง 7 จังหวัด คือ กระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช ภูเก็ต สงขลา และสุราษฎร์ธานี ในบรรดาพื้นที่ดังกล่าว จังหวัดสงขลาถือเป็นจังหวัดเดียวที่มีโรงพยาบาลเปิดให้บริการครบวงจร ทั้งโรงพยาบาลของรัฐ โรงพยาบาลเอกชน และโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย (สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ, 2563) ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้พยาบาลวิชาชีพตัดสินใจลาออกจากโรงพยาบาลเอกชนเพื่อเข้าทำงานในโรงพยาบาลของรัฐและโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยได้ โดยโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสงขลา มีเพียง 3 แห่ง คือ โรงพยาบาลราษฎร์ยินดี โรงพยาบาลกรุงเทพ และโรงพยาบาลศิครินทร์ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ทั้งหมด ดังนั้นการศึกษารายการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพของโรงพยาบาลเอกชน

ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จึงสามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาการขาดแคลนพยาบาลวิชาชีพของโรงพยาบาลเอกชนในภาพรวมได้

จากผลการวิจัยที่ผ่านมา พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานส่งผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ แต่การศึกษาถึงปัจจัยดังกล่าวที่ผ่านมายังมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ได้รับคำตอบที่ไม่สมบูรณ์ เช่น (1) การมีผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องกัน กล่าวคือ การศึกษาถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในงานวิจัยหนึ่งส่งผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ (AbuAlRub & Narallah, 2017; Basit & Duygulu, 2018) แต่อีกงานวิจัยหนึ่งกลับพบว่าไม่ได้ส่งผล (รวีสรา เผือกสิงห์, 2555; สิริตา สังข์เฉย, 2558) และ (2) งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทของโรงพยาบาลภาครัฐ ซึ่งบริบทของโรงพยาบาลที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อการรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานและการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพที่แตกต่างกันได้ (บุญช่วย ศิลาม่อม, 2561; รวีสรา เผือกสิงห์, 2555) ในการศึกษาครั้งนี้ โรงพยาบาลเอกชนที่เปิดให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วยโรงพยาบาลราษฎร์ยินดี โรงพยาบาลกรุงเทพ และโรงพยาบาลศิริรินทร์ เป็นบริบทที่ใช้ในการศึกษาการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ข้อมูลที่ได้จะใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารจัดการองค์กร เพื่อพัฒนาและปรับปรุงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานให้เอื้อต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาระดับการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

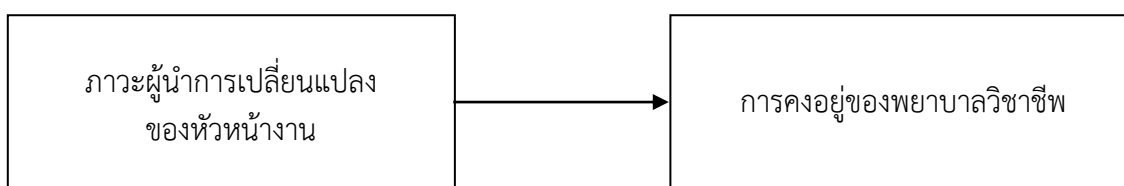
1. โรงพยาบาลเอกชนอื่น ๆ หรือโรงพยาบาลของรัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพิจารณาวางแผน แก้ไข และปรับปรุงการบริหารจัดการองค์กร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารจัดการองค์กร เพื่อหาแนวทางพัฒนาและปรับปรุงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานให้เอื้อต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพมากขึ้น เพื่อธำรงรักษาบุคลากรขององค์กรให้สามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้นานที่สุด
2. นักศึกษา นักวิจัย และนักวิชาการ สามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้านวิชาการ คือ การขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพหรือบุคลากรทางการแพทย์ด้านอื่นๆ เพื่อเป็นพื้นฐานการวิจัยในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่ในงาน พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้ (1) คุณลักษณะของบุคคล (Employee Characteristics) เช่น ประสิทธิภาพการทำงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน และระดับการศึกษา เป็นต้น (2) คุณลักษณะของงาน (Job Characteristics) เช่น ทักษะในการทำงาน โครงสร้างของงาน ความจำเจของงาน การมีส่วนร่วม การติดต่อสื่อสารภายในหน่วยงาน ความรับผิดชอบ การให้อิสระในการทำงาน และการยืดหยุ่นของงาน เป็นต้น (3) คุณลักษณะขององค์กร (Organization Characteristics) เช่น สถานที่ทำงาน ขนาดของโรงพยาบาล วัฒนธรรมองค์กร และการสนับสนุนจากองค์กร เป็นต้น และ (4) คุณลักษณะของผู้บังคับบัญชา (Manager Characteristics) เช่น ความมุ่งมั่นของผู้นำ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แรงจูงใจในการบริหาร และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน เป็นต้น (Cowden & Cummings, 2012) ในการนี้การคงอยู่ในงาน หมายถึง การที่บุคคลได้เข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรระยะหนึ่งด้วยความเต็มใจ และพอใจจะปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรนั้นให้นานที่สุด โดยไม่คิดจะเปลี่ยนงานไม่ว่าด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม (Owen, 2013; Werner, 2012)

นอกจากนี้ การรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพ ซึ่งคำนิยามของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้นำมีการแสดงออกถึงความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้ตาม ทำให้ผู้ตามมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมตามผู้นำ เพื่อพัฒนาศักยภาพที่สูงขึ้น (Daft, 2011; Muchinsky, 2006) โดยงานวิจัยส่วนใหญ่จะเลือกใช้ทฤษฎีอธิบายภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของเบิร์น (Burns, 1978) และแนวคิดของแบส (Bass, 1985) โดยทฤษฎีของเบิร์นจะมุ่งเน้นที่ผู้นำต้องมีคุณธรรม จริยธรรม และมองในแง่ที่สังคมได้รับผลประโยชน์จากการกระทำของผู้นำ กล่าวคือ ผู้นำต้องมีการแสดงค่านิยมอันเป็นแบบอย่างที่ดีงามให้แก่ผู้ตามและเป็นมาตรฐานแก่สังคม ส่วนทฤษฎีของแบสจะมุ่งเน้นและมองที่คุณค่าของการกระทำของผู้นำและมองในแง่ของระยะเวลา กล่าวคือ ผู้นำจะทำให้ผู้ตามเกิดความรู้สึกไว้วางใจ ซินชม รักดี และเคารพยกย่องในตัวผู้นำ

งานวิจัยในประเทศที่ได้ศึกษาปัจจัยการคงอยู่ในองค์กรของพยาบาลวิชาชีพที่ขาดแคลนของโรงพยาบาล พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีองค์ประกอบ คือ เป็นผู้มีความมุ่งมั่น การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นปัญญา และคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล เป็นปัจจัยในการคงอยู่ในองค์กรของพยาบาลวิชาชีพ (กิตติยา ชัชวาลชาญชนกิจ, จิตาภา ถิรศิริกุล, และ พรเทพ ศิริวนารังสรรค์, 2560) นอกจากนี้ นวลรัตน์ วรจิตติ และกัญญาดา ประจุศิลป์ (2560) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจอยู่ในองค์กรของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร และงานวิจัยต่างประเทศจากการศึกษาของ AbuAlRub และ Narallah (2017) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพในประเทศจอร์แดน รวมถึง Dawson (2014) พบว่า ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทำให้พยาบาลมีความพึงพอใจในงาน และส่งผลต่อการคงอยู่ในงาน อีกทั้งงานวิจัยของ Mokoka, Ehlers, และ Oosthuizen (2011) ที่พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในประเทศแอฟริกาใต้ ถึงร้อยละ 90.7 จึงนำมาสู่การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชนในครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ศึกษา คือ พยาบาลวิชาชีพ ในการเลือกกลุ่มประชากรมีหลายวิธี งานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มประชากรแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มประชากรที่ต้องการ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ (1) เป็นพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานเต็มเวลาอยู่ในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมีโรงพยาบาลของภาครัฐและโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยที่เปิดให้บริการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชนได้ และรูปแบบการปฏิบัติงานแบบเต็มเวลาถือเป็นรูปแบบการทำงานที่สามารถสะท้อนการคงอยู่ในงานพยาบาลได้อย่างเหมาะสม (วรรณิ วิริยะกังสานนท์, 2556) และ (2) เป็นพยาบาลวิชาชีพที่มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 1 ปี ขึ้นไป ซึ่งเป็นระยะเวลาที่พอที่จะสามารถประเมินการคงอยู่ในงานได้ (วรรณิ วิริยะกังสานนท์, 2556) โดยการวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูลประชากรทั้งหมดจากโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้ง 3 แห่ง รวมทั้งหมด จำนวน 375 คน ประกอบด้วย โรงพยาบาลราชบุรียินดี จำนวน 91 คน โรงพยาบาลกรุงเทพ จำนวน 172 คน และโรงพยาบาลศิรินครินทร์ จำนวน 112 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนของตัวแปรต้น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน สร้างขึ้นโดยดัดแปลงจากแบบวัดของ Carless, Wearing, และ Mann (2000) ที่พัฒนามาตรวัดแบบสั้นเพื่อใช้วัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (A Short Measure Transformational Leadership) ครอบคลุมใน 7 มิติ ได้แก่ วิสัยทัศน์ การพัฒนาพนักงาน ภาวะผู้นำ การสนับสนุน การให้พลังอำนาจ การเปลี่ยนแปลงใหม่หรือการคิดนอกกรอบ การทำให้ดูเป็นแบบอย่าง และภาวะผู้นำแบบบารมี คำถาม 7 ข้อที่สร้างขึ้นมีชื่อเรียกว่า “มาตรวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงระดับสากล (Global Transformational Leadership Scale: GTL)” มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยวัดการแสดงผลพฤติกรรมภาวะผู้นำ ตั้งแต่ระดับไม่เคยมีการแสดงออกเลย ไปจนถึงมีการแสดงออกเป็นประจำ มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.90

ในส่วนของตัวแปรตาม งานวิจัยส่วนใหญ่จะวัดการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ โดยใช้แบบสอบถามพัฒนาจากมาตรวัดของ McCloskey และ McCain (1987) ที่วัดการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพโดยใช้แบบวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง จากคำถาม 5 ข้อ ได้แก่ (1) การวางแผนที่ทำงานกับโรงพยาบาลนานเท่าที่สามารถทำได้ (2) การใช้เวลาที่เหลือในอาชีพกับโรงพยาบาล (3) การไม่ลาออก ถึงแม้ว่างานไม่ได้เป็นไปตามความคาดหวัง (4) การจะทำงานพยาบาลที่โรงพยาบาล ไม่ว่าสถานการณ์ใด ๆ และ (5) การวางแผนทำงานกับโรงพยาบาลต่อไปอีกมากกว่า 2-3 ปี แบบวัดมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.903

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย โดยงานวิจัยนี้ได้ใช้เกณฑ์ของซูครี วงศ์รัตน์ (2553) สำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยของระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานและระดับการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 = ต่ำมาก, ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 = ต่ำ, ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 = สูง และค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 = สูงมาก

ผลการวิจัย

ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน ตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก ($\mu = 4.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานข้อที่อยู่ในระดับสูงมาก คือ หัวหน้างานปลุกฝังให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจและเคารพบุคคลอื่น และเป็นผู้ที่มีอิทธิพลอย่างสูงในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน ($\mu = 4.45$) รองลงมา คือ หัวหน้างานมีความชัดเจนในค่านิยมและการกระทำที่ได้กล่าวไว้ ($\mu = 4.44$) หัวหน้างานมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและมีมุมมองกว้างไกล ($\mu = 4.44$) หัวหน้างานให้ความช่วยเหลือพนักงานแต่ละคน คอยสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาของพนักงาน ($\mu = 4.33$) และหัวหน้างานสร้างความไว้วางใจ การมีส่วนร่วม และการให้ความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม ($\mu = 4.32$) ตามลำดับ ส่วนภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานข้อที่อยู่ในระดับสูง คือ หัวหน้างานคอยกระตุ้นให้พนักงานคอยตั้งคำถามและมองปัญหาในมุมมองใหม่ ๆ ($\mu = 4.20$) และหัวหน้างานให้กำลังใจและยกย่องชมเชยการทำงาน of พนักงาน ($\mu = 4.19$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	μ	σ	ระดับ
1. หัวหน้างานปลุกฝังให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจและเคารพบุคคลอื่น และเป็นผู้ที่มีอิทธิพลอย่างสูงในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน	4.45	0.68	สูงมาก
2. หัวหน้างานมีความชัดเจนในค่านิยมและการกระทำที่ได้กล่าวไว้	4.44	0.69	สูงมาก
3. หัวหน้างานมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและมีมุมมองกว้างไกล	4.44	0.70	สูงมาก
4. หัวหน้างานให้ความช่วยเหลือพนักงานแต่ละคน คอยสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาของพนักงาน	4.33	0.75	สูงมาก
5. หัวหน้างานสร้างความไว้วางใจ การมีส่วนร่วม และการให้ความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม	4.32	0.77	สูงมาก
6. หัวหน้างานคอยกระตุ้นให้พนักงานคอยตั้งคำถามและมองปัญหาในมุมมองใหม่ ๆ	4.20	0.70	สูง
7. หัวหน้างานให้กำลังใจและยกย่องชมเชยการทำงาน of พนักงาน	4.19	0.69	สูง
รวม	4.34	0.54	สูงมาก

ในส่วนองระดับการคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก ($\mu = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพอยู่ในระดับสูงมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยของระดับการคงอยู่ในงานสูงสุด คือ ท่านจะทำงานพยาบาลที่โรงพยาบาล ไม่ว่าจะสถานการณ์ใดๆ ($\mu = 4.58$) รองลงมา คือ ท่านใช้เวลาที่เหลือในอาชีพกับโรงพยาบาล ($\mu = 4.41$) ท่านวางแผนที่จะทำงานกับโรงพยาบาลต่อไปอีกมากกว่า 2-3 ปี ($\mu = 4.40$) ท่านไม่ลาออก ถึงแม้ว่างานจะไม่ได้เป็นไปตามความคาดหวัง ($\mu = 4.39$) และท่านวางแผนจะทำงานกับโรงพยาบาลนานเท่าที่จะสามารถทำได้ ($\mu = 4.38$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ระดับการคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การคงอยู่ในงาน	μ	σ	ระดับ
1. ท่านจะทำงานพยาบาลที่โรงพยาบาล ไม่ว่าจะสถานการณ์ใด ๆ	4.58	0.58	สูงมาก
2. ท่านใช้เวลาที่เหลือในอาชีพของท่านกับโรงพยาบาลนี้	4.41	0.72	สูงมาก
3. ท่านวางแผนที่จะทำงานกับโรงพยาบาลต่อไปอีก 2-3 ปี	4.40	0.73	สูงมาก
4. ท่านจะไม่ลาออก ถึงแม้ว่างานจะไม่ได้เป็นไปตามความคาดหวัง	4.39	0.72	สูงมาก
5. ท่านวางแผนจะทำงานกับโรงพยาบาลนานเท่าที่จะสามารถทำได้	4.38	0.73	สูงมาก
รวม	4.43	0.61	สูงมาก

ผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน มีอิทธิพลทางบวกต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t = 14.37$, Sig. = 0.000) โดยเมื่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้การคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพเพิ่มขึ้น 0.67 ระดับ ($B = 0.67$) ซึ่งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน สามารถทำนายความแปรปรวนของการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพได้ร้อยละ 35.6 ($R^2 = 0.356$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตัวพยากรณ์	การคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ				
	B	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่	1.52	0.20		7.46	0.000**
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน	0.67	0.05	0.60	14.37	0.000**

$R^2 = 0.356$, $F = 206.388$, Sig. = 0.000**

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่าระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพอยู่ในระดับสูงมาก โดยประเด็นที่มีระดับการรับรู้สูงสุด คือ หัวหน้างานปลุกฝังให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจและเคารพบุคคลอื่น และเป็นผู้ที่มีอิทธิพลอย่างสูงในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริบทโดยทั่วไปของโรงพยาบาลเอกชนนั้นจะมีบุคลากรพยาบาลวิชาชีพไม่มากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับโรงพยาบาลของรัฐ ทำให้หน้าหัวหน้างานได้อยู่ใกล้ชิดกับพยาบาลวิชาชีพ และมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน คอยช่วยเหลือ ชี้แนะ และปลุกฝังสิ่งที่ดีต่าง ๆ ให้กับพยาบาลวิชาชีพ หรือทำตัวเป็นแบบอย่างให้กับพยาบาลวิชาชีพได้ปฏิบัติตาม ทำให้พยาบาลวิชาชีพเกิดความไว้วางใจและยอมรับศรัทธาในตัวหัวหน้างาน ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยรัตน์ วัฒนา (2551) พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วยตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเอกชนกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่หัวหน้าหอผู้ป่วยมีการแสดงออกบ่อยที่สุด คือ การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) กล่าวคือ หัวหน้าหอผู้ป่วยจะประพฤติปฏิบัติตัวในทางที่ทำให้เกิดแรงบันดาลใจกับผู้ตาม โดยการสร้างแรงจูงใจภายใน การให้ความหมาย และความท้าทายในเรื่องงานกับผู้ตาม

นอกจากนี้ พบว่าระดับการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพอยู่ในระดับสูงมาก โดยการคงอยู่ในงานที่อยู่ในระดับสูงสุด คือ ท่านจะทำงานพยาบาลที่โรงพยาบาล ไม่ว่าสถานการณ์ใด ๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากแม้ว่าการทำงานเป็นพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชนนั้นต้องมีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบในการดูแลสุขภาพของคนไข้เป็นอย่างดี เนื่องจากโรงพยาบาลเอกชนมีค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลค่อนข้างสูง ทำให้พยาบาลวิชาชีพต้องให้บริการแก่คนไข้อย่างมีคุณภาพ และต้องรับความกดดันจากความคาดหวังของผู้ป่วยและญาติต่อการรับบริการ แต่อย่างไรก็ตามการทำหน้าที่ดังกล่าวก็แลกมากับการได้รับเงินเดือนหรือค่าตอบแทนที่สูงกว่าโรงพยาบาลของรัฐ ซึ่งในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่ประเทศไทยและประเทศอื่นทั่วโลกได้รับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ค่าตอบแทนที่พยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชนได้รับนั้น สามารถทำให้พยาบาลวิชาชีพดำรงชีวิตอยู่ได้ตามมาตรฐานการครองชีพในสังคม จึงทำให้ยังมีการคงอยู่ในงานสูงมาก และจะทำงานพยาบาลที่โรงพยาบาลต่อไปไม่ว่าสถานการณ์ใด ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตยา ใจขาน, ยუნุช สัตยสมบุรณ์, จุฑาธิป ศีลบุตร, และภูษิตา อินทรประสงค์ (2561) พบว่า ความตั้งใจคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับสูง และงานวิจัยของพิมณพัฒน์ แฉล้มเกตุต์ (2559) พบว่า พยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ จังหวัดปทุมธานี มีการคงอยู่ในงานในประเด็นการจะยังคงทำงานอยู่ในโรงพยาบาลต่อไปไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้นสูงกว่าประเด็นอื่น ๆ

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน มีอิทธิพลทางบวกต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหัวหน้างานที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะแสดงพฤติกรรมเพื่อเปลี่ยนแปลงและจูงใจให้พยาบาลวิชาชีพปฏิบัติงานด้วยการมอบหมายงานที่ทำหายความสามารถ มีความสำคัญ มีคุณค่า และแรงจูงใจให้พยาบาลวิชาชีพมองเห็นวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการทำงานอย่างชัดเจน ทำให้พยาบาลวิชาชีพรู้สึกผูกพันในงาน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับงานที่ทำ จึงมีการคงอยู่ในงานสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ AbuAlRub และ Narallah (2017) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพในประเทศจอร์แดน และงานวิจัยของ Mokoka และคณะ (2011) พบว่า

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในประเทศแอฟริกาใต้ ในการนี้ Dawson (2014) พบว่า ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทำให้พยาบาลมีความพึงพอใจในงานและส่งผลกระทบต่อคงอยู่ในงาน

ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบของงานวิจัย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน มีอิทธิพลทางบวกต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ ดังนั้นเพื่อให้พยาบาลวิชาชีพมีการคงอยู่ในงานสูงขึ้น ทางผู้บริหารของโรงพยาบาลควรให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานมากเป็นพิเศษ โดยจากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานที่อยู่ในระดับต่ำสุด คือ หัวหน้างานให้กำลังใจและยกย่องชมเชยการทำงานของพนักงาน ดังนั้นทางหัวหน้างานควรยกย่องชมเชยพยาบาลวิชาชีพให้มากขึ้น เมื่อพวกเขาปฏิบัติงานได้สำเร็จ โดยอาจให้กำลังใจหรือยกย่องพยาบาลวิชาชีพผ่านกิจกรรมหรือช่องทางต่าง ๆ ของโรงพยาบาล เช่น การให้การชมเชยหรือการสรรเสริญต่อหน้าสาธารณชน การประกาศเป็นพนักงานดีเด่น ติดรูปถ่ายผู้มีผลงานดีเด่น ลงประวัติการทำงานไว้ในที่ที่เห็นได้ชัด มอบรางวัล โล่เกียรติยศ จัดงานเลี้ยงแสดงความยินดีในโอกาสที่ได้รับการยอมรับ หรือการประชาสัมพันธ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ของโรงพยาบาล เป็นต้น

สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มปัจจัยในการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลการศึกษามากขึ้น เช่น ปัจจัยด้านภาระงาน ความเครียดในการทำงาน และคุณภาพชีวิตการทำงาน เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ได้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในมิติอื่นๆ ได้มากขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงปัจจัยด้านต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพเพื่อแก้ไขปัญหาการลาออก การโอนย้าย และการเปลี่ยนอาชีพของพยาบาลวิชาชีพในองค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กฤตยา ใจขาน, ยუნุช สัตยสมบูรณ์, จุฑาธิป ศีลบุตร, และภูษิตา อินทรประสงค์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขและการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน กับความตั้งใจคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลมหาวิทยาลัย. *วารสารพยาบาลสาธารณสุข, 3*(2), 185-201.
- กิตติยา ชัชวาลชาวนุชกิจ, จิตภา ธีรศิริกุล, และพรเทพ ศิริวนารังสรรค์. (2560). ปัจจัยการคงอยู่ในองค์กรของพยาบาลวิชาชีพที่ขาดแคลนของโรงพยาบาล. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 6*(2), 81-86.
- จันทร์จิรา แดงน้อย. (2559). *ปัจจัยทำนายการคงอยู่ในงานตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นวลรัตน์ วรจิตติ และกัญญาดา ประจุกิตลิป. (2560). ปัจจัยทำนายการคงอยู่ในองค์กรของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร. *วารสารพยาบาลทหารบก, 18*(1), 112-120.
- บุญช่วย ศิลาหม่อม. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงาน ของพยาบาลวิชาชีพ Generation Y โรงพยาบาลแห่งหนึ่ง*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ปิยรัตน์ วัฒนา. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วย การเรียนรู้ตลอดชีวิต กับการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมณพัฒน์ แฉล้มเกตุ. (2559). *ปัจจัยที่ทำให้เกิดการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาล ธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ จังหวัดปทุมธานี*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รวีสรา เผือกสิงห์. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลชุมชน ตามแนวชายแดนภาคเหนือประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรรณิ วิริยะก้านานนท์. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- สรिता สังข์เฉย. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพไทยในรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *การสำรวจโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชน พ.ศ. 2560*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ. (2563). *รายชื่อสถานพยาบาลประเภทที่รับผู้ป่วยค้าง คับ (โรงพยาบาลเอกชน) ทุกจังหวัด: ข้อมูล ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2563*. กรุงเทพฯ: สำนัก สถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ.
- AbuAlRub, R.F., & Narallah, M.A. (2017). Leadership behaviors, organizational culture and intention to stay amongst Jordanian nurses. *International Nursing Review*, 64(1), 520-527.
- Basit, G., & Duygulu, S. (2018). Nurses' organizational trust and intention to continue working at hospitals in Turkey. *Collegian*, 25(2018), 163-169.
- Bass, B.M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: Free.
- Burns, J.M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.
- Carless, S.A., Wearing, A.J., & Mann, L. (2000). A short measure transformational leadership. *Journal of Business and Psychology*, 14(3), 389-405.
- Cowden, T. L., & Cummings, G.G. (2012). Nursing theory and concept development: A theoretical model of clinical nurses' intentions to stay in their current positions. *Journal of Advanced Nursing*, 68(7), 1646-1657.
- Daft, R.L. (2011). *Leadership* (5thed.). Canada: South-Western Cengage Learning.
- Dawson, T.L. (2014). *The influence of supportive nursing leadership in staff nurse retention*. Doctoral Dissertations in Doctor of Nursing Practice, Kirkhof College of Nursing.
- Israel, B., Kifle, W., Tigist, D., & Fantahun, W. (2017). Organizational commitment and its predictors among nurses working in Jimma University Specialized Teaching Hospital, Southwest Ethiopia. *Prim Health Care*, 7(1), 262-270.

- McCloskey, J.C., & McCain, B. (1987). Satisfaction, commitment, and professionalism of newly employed nurses. *Journal of Nursing Scholarship*, 19(10), 20-24.
- Mokoka, K.E., Ehlers, V.J., & Oosthuizen, M.J. (2011). Factors influencing the retention of registered nurses in the Gauteng Province of South Africa. *Curationis*, 34(1), 1-9.
- Muchinsky, P.M. (2006). *Psychology applied to work: An introduction to industrial and organizational psychology* (8thed.). California: Thomson/Wadsworth.
- Nurdiana, N., Hariyati, R.T.S., & Gayatri, D. (2019). Head nurse strategy for increasing nurse retention: A factor analysis. *Enferm Clin*, 29(S2), 560-566.
- Owen, R. (2013). *Managing others the organizational essentials*. United Kingdom Chartered Management Institute.
- Werner, S. (2012). *Human resource management* (11thed.). Canada: South-Western Cengage.

Elderly Volunteers: Exploring Intrinsic Motivations in Participating Volunteering Activities

Chula Wongsathaporn¹

Daraneekorn Supanti²

Abstract

Thailand has become the aging society, similar to other countries, World Health Organization (WHO) adopted the concept of active aging for elderly. This study was conducted to explore intrinsic motivations in volunteering activities of elderly volunteers. The qualitative data was collected from eleven elderly volunteers who were 60 years old and older staying in Hatyai, and helped religious ceremony at temples, using the snowball sampling technique and content analysis for interpreting data. Results revealed that participants who decided to join in volunteering activities other Buddhist or Atheist. The research findings offer better understanding of elderly volunteers and support the organizations in developing effective policy for promoting volunteering activities for elder people, resulting in benefitting elderly volunteers and community.

Keywords: Intrinsic Motivations, Elderly Volunteers, Volunteering Activities

Introduction

According to United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). the world's population is around 7.7 billion and estimated to 9.7 billion in 2050. Life expectancy which increased from 64.2 years old in 1990 to 72.6 years in 2019, was estimated to 77.1 years old in 2050. The population aged over 65 years old was projected to double between 2019 and 2050. In 2019, the proportion of older people was estimated 9 percent. The proportion of older people in the world was estimated 12 percent in 2030. In 2050, the proportion was estimated 16 percent, and 23 percent in 2100. Furthermore, the World Health Organization (WHO) concerned about the older population and adopted the concept of active aging as a goal for processing the opportunities for better health, participation, and life security. Many countries adapted this concept for dealing with the aging society in each country.

¹ Master Degree Student, IMBA, Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University,
Email: chulawongsathaporn@gmail.com

² Lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Management Science, Prince of Songkla University,
Email: daraneekorn.s@gmail.com

In 2000, Thailand had the older people estimated 8 percent of population. The proportion of older people increased into 18 percent in 2018. Thailand will become the proportion of older people over 30 percent of population in 2038 (Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute, 2018). The older population as aged over 60 years old in Thailand had grown rapidly because the changing of population structure in Thailand. The decreasing of the birth rate and the long life of population resulted in the proportion of older people was increasing. Furthermore, Thailand proceeded the management by following the Madrid international Plan of Action on Ageing – MIPAA included older persons and development, advancing health and well-being into old age, and ensuring enabling and supportive environment. Additionally, National Commission on the Elderly and Ministry of Social Development and Human Security Thailand (2009) established the Second National Plan for Older Persons for supporting older population in the concept active aging.

There were many plans for supporting older people in community including continuing employment, having family activities, participating in community, and volunteering activities (Walker, 2002). Older people who decided to participate in volunteering activities, called elderly volunteers. Many previous studies focused on elderly volunteers in developed countries because developed countries have become the aged society longer time than developing countries (Clowes, 2016; Ehlers, Naegele, & Reichert, 2011). The factors which motivated elderly volunteers participated in volunteering activities such as making new relationship, fulfilling their purpose, developing their personal skills, and helping others (Smith, 2004; Seaman, 2012). In addition, there were other factors which different culture could be different factors which affected to their decision to participate in volunteering activities such as family, religion, and community. Therefore, this study focused on intrinsic motivations for elderly volunteers participating in volunteering activities in Thai context using qualitative method.

Purpose of the Study

The purpose of the study is to explore the motivations for elderly volunteers participating in volunteering activities.

Literature Review

This section presents literature review in motivations for elderly volunteers. The topics included concepts and theory of motivation, concept of elderly volunteers, and the motivations for participating in volunteering activities.

Motivation refers to an individual's reasons for doing something. The first concept for understanding the general motivation was classified into two concepts: intrinsic motivation and extrinsic motivation (Ryan & Deci, 2000). Intrinsic motivation was explained as doing something that came from personal reasons or satisfactions. Extrinsic motivation was explained doing something was affected by external factors such as environment, rewarding, and punishing. In addition, the Volunteer Functions Inventory defines the six motivational functions for volunteering are the instrument for clarifying the motivations among volunteers (Clary, Snyder, Ridge, Copeland, Stukas, Haugen, & Miene, 1998). These six functions of motivation of volunteering include values, understanding, enhancement, career, social, and protective. First, values refer to altruistic concern which helping others for fulfilling their values. Second, understanding is about developing skills and knowledge for opening their new perspectives. Enhancement is the third function which focusing on developed their self-esteem. Next, career involves preparing themselves for the future career path. Then, social is related with making and developing social relationships in volunteers' group. Finally, protective is claimed that dismissing from personal problems which helped them to reduce the negative feeling. Thus, previous studies, such as Clary et al. (1998) and Ryan and Deci (2000) offer better understanding of the concept of motivations which could explain the motivating factors in participating volunteering activities among elderly volunteers.

Volunteering is defined by United Nations (1999) as doing something which advantage for others and community without financial concerning. However, volunteering is defined as different meanings in different countries for instance Netherlands define the meaning of volunteering as the short period of time in activities as against long period of time. Volunteering in Denmark is defined as participating in volunteering and getting monetary from the organizations by law (Ehlers et al., 2011). Thailand refers to the meaning of volunteering as informal activities for example religious activities (Thanakwang, Isaramalai, & Hattakit, 2014).

Further, elderly volunteers in this study refer to Baby Boomers who were born between 1946 and 1964 or aged 60 years old and above (as cited in Williams, Page, Petrosky, & Hernandez, 2010). Baby Boomers are workaholic and need to continue working after retirement, for instance starting the business (Isele & Rogoff, (2014). Volunteering activities are one of their requirements as continue working as elderly volunteers (Walker, 2002). Moreover, elderly volunteers were classified into three groups included lifelong volunteers, serial volunteers, and trigger volunteers (Pavelek, 2013). First, lifelong volunteers are those people who participating in volunteering activities before retirement, after that they have continued the same volunteering

work. Second, in opposite to lifelong volunteers, serial volunteers are those people who participating in volunteering activities in break times from their responsibility. Last, trigger volunteers were participating in volunteering activities for the first time after retirement.

There are many reasons for elderly volunteers in participating in volunteering activities. Self-motivations are about increasing their self-esteem by participating in volunteering activities, as a result they felt they had the values from giving something which benefits for others (Krawulski, Boehs, Oliveira, & Medina, 2017). O’Dea (2018) indicates that these reasons may include helping communities and others for achieving personal reason, including social concerns such as building social relationship or feeling belong in communities. Furthermore, many elderly volunteers perceived the benefits for themselves such as keeping their productive mind for better physical and mental health (Li, Chen, & Chen 2013; O’Dea, 2018; Ruggiano et al., 2017). The motivating reasons derive from their positive attitude towards themselves which after they retired from routine work, they still had more energy (Ruggiano, O’Driscoll, Lukic, & Schotthoefer, 2017). Elderly volunteers had the positive attitude to understand, accept, and adapt themselves for their aging (Clowes, 2016). While these are some motivating reasons for participating in volunteering activities, this study further explores intrinsic motivations in participating in volunteering activities among elderly volunteers in Thai context.

Research Method

The qualitative method was chosen for exploring the motivations in volunteering among elderly volunteers for better understanding, in-depth experiences, and observing interaction (Mason, 2002). This study used snowball sampling from the nonprobability sampling (Zikmund, Babin, Carr, & Griffin, 2013). Snowball sampling was used in this study because there was a small group of the elderly volunteers in Hatyai, they could advice others whom they had known who were the target population for this study. Data were derived from eleven participants aged 60 years old and above who were volunteers at temple in Hatyai. Denzin & Lincoln (2008) stated that using triangulation as the qualitative data collection for verifying the data. Therefore, this study collected the data by using semi-structured interviews and participant observation. The content analysis was undertaken for understanding and extending the content (Hsieh & Shannon, 2005). This study followed eight steps for interpreting data including preparing the data, defining the categories, developing the coding, Testing the coding on the sample of existing data, coding all data, setting validity and reliability, concluding the data analysis, and presenting the results (Weber, 1990).

Results

Data derived from eleven participants who aged range from 60 to 67. Previous studies collected data from 8-15 participants which reach data saturation (Clowes, 2016; Krawulski et al., 2017; Pavelek, 2013). The participants included seven retirees and four participants continued working with their own businesses. The research findings indicated that the intrinsic motivations refer to the willingness to do something from within the individual which motivated elderly volunteers participated in volunteering in religious activities. In this study, intrinsic motivations classified into two sub-themes including Buddhism values and personal values.

The first sub-theme of intrinsic motivation is Buddhism values. This sub-theme is classified into five categories including having personal interests in Dhamma, promoting Buddhism, practicing the meditation, repaying the temple, and helping others and community.

First, majority of participants expressed that they had their interests in Dhamma and they had leaned Dhamma by themselves before they participated in volunteering in religious activities as Informant 6 illustrated “...people who participated in volunteering activities in religious part are **extremely fond of Dhamma**, because you need to do more than tasks.”.

Second, half of participants mentioned that participating in volunteering in religious activities was a part of promoting Buddhism. This task becomes a part of doing the inheriting Buddhism was their attention to become volunteers. For example, Informant 1 stated “I think this part is very valuable because **we have promoted Buddhism**, we had done for many years. Formerly, I had sent Dhamma books to many places, and now I am talking with you about Dhamma too.”

Third, having attention to practice the meditation was the first reasons for participating in religious activities. Becoming volunteers in religious activities was the following reason after practicing the meditation. As Informant 3 explained “I have practiced the meditation since 1996, **I attended the association for practicing the meditation** at the retreat ‘Khun Mae Siri Kawinchai’ and I feel better every time when I did.”.

Forth, half of participants expressed that they were very grateful for the temple or Dhamma retreat. Volunteering in religious activities was one of repaying the kindness to temple or Dhamma retreat as Informant 2 stated “...therefore, I need to **repay something back** to the next practitioners, so you can donate money or another way which is Dhamma ministraton.”.

The last category, majority of participants mentioned that Dhamma could help others and community. Therefore, they expressed their willingness to share the better

things to others as same as they received. As Informant 1 stated “*Dhamma from this place is fulfill my purpose and I feel joyful. Therefore, I need to **share others for the good things.***”.

The second sub-theme was Personal values. Six categories stemming from personal values include using personal skills and getting the new experiences, taking advantage of free time and feeling worthy, making social relationship, building good mental health, wishing to reduce personal problems, and having positive attitude towards themselves.

First, participants referred to volunteering activities that supported them for using personal skills and getting the new experiences from volunteering activities as Informant 1 stated “*There is the task which **I can use my skill** because I can speak in English language. This association provides the interpreters to foreigners who were interested in Dhamma.*”.

Second, volunteering activities gave the participants’ opportunity for taking advantage of free time and made them feel valuable as Informant 1 stated “*After retiring I have more time for doing many things such as taking children to the temple and helping others at association. **I feel valuable from these things.***”.

Third, half of participants mentioned that making good relationship was the reason for participating in volunteering activities as Informant 2 stated “*...this place has **good friends** who have been support and kind together.*”.

Forth, majority of participants expressed that participating in volunteering activities supported the better mental health and avoiding from depression as Informant 4 stated “*...practicing the meditation, participating in volunteering are **relaxation**. Body need food as same as mind. Dhamma is one kind of food. Dhamma will refine your mind.*”.

Fifth, half of participants indicated that volunteering in religious activities helped them to mitigate their problems or negative experiences as Informant 7 stated “*Because we alive, we will **have problem**. I have gone to temple for this reason and after that I continued to help religious ceremony at this place.*”.

The last category was the positive attitude towards themselves. Participants showed the positive attitude in terms of understanding, learning, and adapting their life for aging as Informant 2 stated “*.... **Aging and other’s perspective are not affect on us**, it depends on us.*” and Informant 3 stated “*I am older, I do not tell to afraid that, but **I learn to live**. I choose Dhamma, making the good things is better.*”.

Discussions

The purpose of the study was to explore intrinsic motivations for participating volunteering activities among elderly volunteers. This section discussed the research findings based on previous studies in the literature review. The research findings highlighted Buddhism values as their motivating reasons for volunteering in religious activities including having personal interests in Dhamma, promoting Buddhism, practicing the meditation, and repaying the temple. In support, Buddhism is related to Thai culture and the way of living or the Buddhist practices in terms of merit-making (Supanti, Butcher, & Fredline, 2015). Previous studies showed that Christ religion and Jewish religion related to helping others was the main concept (O’Dea, 2018). This is similar to the present study because helping others was one of the principles in Buddhism.

Helping others and community was a category of Buddhism values. This category is consistent with the Volunteer Functions Inventory (VFI) as helping others was the value function of VFI (Clary et al., 1998). In addition, participants identified personal values as their intrinsic motivation. This finding is in line with previous studies. Elderly volunteers focused on the positive parts in the problems and changed it to the opportunity for adapting to live the new path of their life (Clowes, 2016; Taghian et al., 2012). Furthermore, the present findings supported previous studies about the benefits from participating in volunteering were motivating reasons for elderly volunteers to engage (Li, Chen, & Chen 2013; O’Dea, 2018; Ruggiano et al., 2017). The benefits from participating volunteering activities contributed to the feeling of satisfaction and pleasure in supporting their mental health.

In support, the findings of this study will further contribute to the foundations or the organizations in developing their policies for supporting elderly volunteers for coping with aging society in Thailand. This study offers practical contributions in the field of elderly volunteers, especially in the Thai context. First, the empirical results offer better understanding of the motivations of elderly volunteers in religious activities. Second, the emerging trend on aging society raises social awareness on how elderly people are important in Thai context. Finally, these results are anticipated to suggest policy makers to create volunteering activities relating to religion’s event will enhance their motivation in participation.

Recommendations

First, this study collected data from elderly volunteers in Hatyai, this group might have the different motivating reasons from other areas. Second, this study focused on elderly volunteers who participated in similar type of activities at the

temples. Participants' motivating reasons might be different from participating in other activities like teaching, building, guiding, or nursing. Therefore, the findings of this study would not be generalized into other types of elderly volunteering activities.

References

- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1516.
- Clowes, A. (2016). Absolutely Positively Ageing: Positive ageing and volunteering in Wellington, Aotearoa New Zealand.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2008). Introduction: The discipline and practice of qualitative research.
- Ehlers, A., Naegele, G., & Reichert, M. (2011). *Volunteering by older people in the EU. Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute*. (2018). Annual report on the situation of the Thai elderly 2017.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Isele, E., & Rogoff, E. G. (2014). Senior entrepreneurship: The new normal. *Public Policy & Aging Report*, 24(4), 141-147.
- Krawulski, E., Boehs, S. D. T. M., de Oliveira Cruz, K., & Medina, P. F. (2017). Voluntary teaching in retirement: a transition between work and non-work. *Revista Psicologia-Teoria e Prática*, 19(1).
- Li, Y. P., Chen, Y. M., & Chen, C. H. (2013). Volunteer transitions and physical and psychological health among older adults in Taiwan. *Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 68(6), 997-1008.
- Mason, J. (2002). *Qualitative researching* (2nd Ed.). London: SAGE Publications Ltd.
- National Commission on the Elderly, & Ministry of Social Development and Human Security Thailand. (2009). The 2nd National Plan on the Elderly (2002–2021).
- O'Dea, E. (2018). An exploration of pathways, motivations, and experiences among older Jewish volunteers in Vancouver. British Columbia: Simon Fraser University.
- Pavelek, L. (2012). Understanding the motivation for senior volunteering. *Proceedings in ARSA-Advanced Research in Scientific Areas*, (1).
- Pavelek, L. (2013). Senior volunteering in the context of active ageing. *World Applied Sciences Journal*, 26(8), 1070-1078.
- Ruggiano, N., O'Driscoll, J., Lukic, A., & Schotthoefer, L. (2017). "Work Is Like a Therapy That Prevents Aging" Perceptions of Retirement, Productivity, and Health Among Minorities and Immigrants. *SAGE Open*, 7(1), 2158244016687234.

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology, 25*(1), 54-67.
- Seaman, P. M. (2012). Time for my life now: Early boomer women's anticipation of volunteering in retirement. *The Gerontologist, 52*(2), 245-254.
- Smith, D. B. (2004). Volunteering in retirement: Perceptions of midlife workers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 33*(1), 55-73.
- Supanti, D., Butcher, K., & Fredline, L. (2015). Enhancing the employer-employee relationship through corporate social responsibility (CSR) engagement. *International Journal of Contemporary Hospitality Management.*
- Thanakwang, K., Isaramalai, S. A., & Hattakit, U. (2014). Thai cultural understandings of active ageing from the perspectives of older adults: A qualitative study. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research, 18*(2), 152-165.
- United Nations (1999). International Year of the Volunteer 2001, Background Note, United Nations Volunteers, Bonn, Germany
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). World Population Prospects 2019: Highlights. ST/ESA/SER.A/423.
- Walker, A. (2002). A strategy for active ageing. *International social security review, 55*(1), 121-139.
- World Health Organization. (2002). *Active ageing: A policy framework* (No. WHO/NMH/NPH/02.8). Geneva: World Health Organization.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods*. Cengage Learning.

ห้องนำเสนอ 5

การจัดการการท่องเที่ยว/MICE

การศึกษาความคิดเห็นของออกาไนเซอร์ต่อความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Investigating Organiser Perceptions on Incentive Travel Visitors' Demands Towards Health and Spas in Bangkok, Thailand

เกดศิริ เจริญวิศาล

Kaedsiri jaroenwisan¹

ทรงลิน วีระกุลพิศุทธิ์

Songsin Teerakunpisut²

ศตายุ ร่มเย็น

Satayu Romyen³

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษานี้ประกอบด้วย (1) เพื่อศึกษาระดับความสนใจด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ (2) เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และ (3) เพื่อจัดทำแนวทางการจัดการบริการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ เจ้าของ ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ ตลอดจนพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทจัดการธุรกิจไมซ์ที่อยู่ในสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (Event Management Association (EMA)) เขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 249 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ระดับความสนใจในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งในส่วนของด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล พบว่า มีความต้องการในการวางแผนไทยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพร นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความต้องการด้านบุคลากรผู้ให้บริการกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล พบว่า มีความต้องการการใส่ใจบริการ กระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการการบริการด้วยความสุภาพ มีรอยยิ้มแจ่มใส โดยผลการศึกษาดังกล่าวผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดขีดความสามารถในการรองรับของกลุ่มนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ: ความต้องการ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล กิจกรรมเชิงสุขภาพ ออกาไนเซอร์

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: songsin.t@psu.ac.th

³ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการจังหวัดสงขลา

E-mail: romyen2537@gmail.com

Abstract

This research examines views of organisers on incentive travel visitors' demands towards health and spas in Bangkok, Thailand. In order to address these perceptions, three objectives are investigated; (1) degrees of interest on health and spa-based incentive travel activities, (2) patterns of incentive travel activities which are in line with health and spa-oriented practice, and (3) health and spa-service provision guidelines for incentive travel visitors. This study has been positioned within a quantitative approach being incorporated into surveys with Event Management Association (EMA) members who have experienced in organising incentive travel events in Bangkok. 249 surveys were completed by organisers. With respect to data analysis, the surveys were analysed using the computer program Statistical Product and Service Solutions. The findings reveal that Thai massage has been ranked as the highest level, followed by herbal service and provision. With regard to health and spa front-line staff, the most significant percentage of organiser participants indicated that staff must be always willing to serve, followed by being polite and friendly. This research sheds light on health-spa service and provision for incentive travel visitors. The study also provides recommendations for medical tourism industry and MICE sector on how to improve their practice.

Keywords: Demands, Incentive Travels, Health and Spas Activities, Organisers

บทนำ

ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ หรือการประชุมองค์กร (Meetings) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และการแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions) มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก (มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง, 2562) โดยภายใต้ยุทธศาสตร์ประเทศไทยด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น มาตรการสำคัญประการหนึ่งคือการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ นอกจากนี้ยุทธศาสตร์ชาติยังมุ่งหมายให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติของโลก ทั้งนี้เนื่องจากไมซ์มีความแตกต่างจากธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการเดินทางและกำลังในการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ที่มีมากเป็น 3.5 เท่าของนักท่องเที่ยวแบบปกติ (Wann, 2011) โดยในปี 2562 อุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถทำรายได้ให้กับประเทศสูงถึง 2.51 แสนล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2562) ทั้งนี้ด้วยจุดเด่นทางด้านภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมต่อการเดินทางเพื่อเจรจาทางด้านธุรกิจและการท่องเที่ยว ตลอดจนความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมต่างๆ ทางด้านไมซ์และก่อให้เกิดการขยายตัวทางด้านการค้าและการลงทุน อย่างไรก็ตามการออกแบบกิจกรรม “ก่อน - ระหว่าง - หลังการทำกิจกรรมไมซ์” ที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น

นับเป็นการเพิ่มความน่าสนใจอันเป็นการสร้างการเรียกร้องให้เกิดการเดินทางมาประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้นมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ บริษัท แบงคอกเทรนนิง อินเทอร์เน็ต ชั้นนัล จำกัด (2561) ได้จัดทำโครงการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของกิจกรรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ เสนอต่อสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยได้เสนอกิจกรรมสร้างสรรค์ 7 รูปแบบ เพื่อให้เกิดการต่อยอดและเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Fascinating History and Culture) การผจญภัย (Exhilarating Adventures) การสร้างทีมเวิร์ค (Treasured Team Building) กิจกรรม CSR และการประชุมเชิงอนุรักษ์ (CSR and Green Meetings) กิจกรรมบรรยากาศชายหาดการจัดงาน (Beach Bliss) การจัดงานและกิจกรรมหรูหรามีระดับ (Lavish Luxury) และกิจกรรมนำเสนออาหารไทยในทุกการจัดงานที่หลากหลาย (Culinary Journeys) เพื่อเพิ่มคุณค่าของกิจกรรม และพัฒนาสู่การมีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังจะเห็นได้ว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการสร้างกิจกรรมแปลกใหม่และท้าทายมีความสำคัญต่อการสร้างความประทับใจแก่ผู้ประกอบการไมซ์รวมถึงผู้ใช้บริการไมซ์ โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นพบว่า ได้มีความพยายามบูรณาการกิจกรรมทางด้านสุขภาพและสปาเข้าไปในเส้นทางการสร้างประสบการณ์ ทั้งนี้จากรายงาน Global Wellness Institute ระบุว่าปี 2560 มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยใหญ่เป็นอันดับที่ 13 ของโลก สามารถสร้างมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจประมาณ 320,000 ล้านบาท (ณาริญา วีระกิจชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม, 2562) และที่สำคัญกรุงเทพมหานครนับเป็นจุดหมายปลายทางที่มีสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่เข้าระบบและผ่านการรับรองมาตรฐาน JCIA (Joint Commission International Accreditation USA.) สูงที่สุดในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงได้มีการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นหนึ่งในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 5 ประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561 - 2580) เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยพร้อมเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ที่สามารถแข่งขันกับนานาชาติ โดยใช้ศักยภาพความแข็งแกร่งด้านระบบบริการสุขภาพของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งทั้งทางด้านนวดแผนไทย การใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรต่างๆ อาหารเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น (Hamed 2015) อีกทั้งด้วยความนิยมในการสอดแทรกกิจกรรมเชิงสุขภาพให้ไปอยู่ในตารางกำหนดการ “ก่อน - ระหว่าง - หลังการทำกิจกรรมไมซ์” แต่ทั้งนี้เมื่อทบทวนวรรณกรรมและเอกสารทางวิชาการในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทางด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพพบว่า งานแทบทั้งหมดจะเน้นไปทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วไป (Medical tourism) ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลสามารถสร้างมูลค่าแก่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างสูงต่อไปได้นั้น ช่องว่างทางด้านความรู้โดยเฉพาะ ความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพจึงควรจะต้องเร่งทำการศึกษา อันจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของไมซ์ไทยให้มากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความสนใจด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ
2. เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล
3. เพื่อจัดทำแนวทางการจัดการบริการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับความสนใจด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ
2. บริษัทบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ (Destination Management Company) รวมทั้งธุรกิจด้านสุขภาพ และสปา สามารถนำข้อค้นพบไปใช้ในการวางแผนออกแบบและดำเนินงานกิจกรรมเชิงสุขภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels)

การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travels) เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสูงที่สุดของประเทศไทย ซึ่งสามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาได้มากกว่าหลายพันล้านเหรียญสหรัฐ และในปี 2561 มีนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยสูงถึง 335,992 คน โดยการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นหนึ่งในกิจกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ที่ประกอบด้วย การประชุมองค์กร (Meetings) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travels) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และนิทรรศการ (Exhibitions) และมีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบุคลากร ซึ่งการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต การรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพและบุคลากรที่ทรงคุณค่าขององค์กร (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2563) ทั้งนี้การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลมีรูปแบบการเดินทางแบบหมู่คณะมีผู้เข้าร่วมไม่ต่ำกว่า 10 คน และจะมีการพักผ่อนอย่างน้อย 1 คืน ซึ่งจัดขึ้นโดยความต้องการขององค์กรเพื่อตอบแทนบุคลากรที่สามารถทำงานบรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ และสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร อันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการการทำงานที่ดีต่อไป โดยการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบแทนเฉพาะบุคลากรขององค์กรเท่านั้น แต่องค์กรยังสามารถจัดการการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเพื่อตอบแทนแก่ลูกค้าได้ด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งหมดองค์กรจะเป็นผู้รับผิดชอบ ดังนั้นการเลือกจุดหมายปลายทางจึงจำเป็นต้องสร้างประสบการณ์คุณค่า และความน่าพอใจให้กับผู้มาเยือน (ทรงสิน อธิระกุลพิศุทธิ์, 2563) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมไมซ์ที่องค์กรใช้เป็นเครื่องมือในการตอบแทนแก่บุคลากรและลูกค้าที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายที่ได้วางไว้ และสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเหล่านั้นให้เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร อันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่อไป โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลทั้งหมดองค์กรจะเป็นผู้ดูแล และลักษณะของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลจะมีการเดินทางและพักผ่อนแบบหมู่คณะ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ โดยจะมีการทำกิจกรรมส่งเสริม รักษา และฟื้นฟูสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสไปพร้อมกับการท่องเที่ยวที่จะช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดและชุมชนโดยรอบ อีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ซึ่ง Thirachaya, Aree และ Tran (2014) ยังได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นผลมาจากการเดินทางโดยคนที่มีความตั้งใจในการรักษา หรือส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพวกเขา ซึ่งการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างน้อยนักเดินทางต้องการพักผ่อนหนึ่งคืน เพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับร่างกาย และเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของร่างกายและจิตใจ

ซึ่งในอนาคตกระแสนิยมทางด้านความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวัน อาทิ สปาและการดูแลสุขภาพสำหรับเด็ก (Spa & Wellness for Kids) และการดูแลสุขภาพกายและใจในช่วงการเปลี่ยนแปลงของชีวิต (Retreat During Life's Transitions) เป็นต้น (Nutworadee, 2017) และในปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการการท่องเที่ยวได้นำโปรแกรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาทำการตลาดมากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีผู้ประกอบการบางรายได้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาเชื่อมโยงกับการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเพื่อเพิ่มฐานทางการตลาดให้กับองค์กร (Hamed 2015) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของการฟื้นฟู บำบัด และเสริมสร้างสุขภาพทั้งกายและใจให้แข็งแรง ด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือการบำบัดด้วยการบริการด้านสุขภาพต่าง ๆ ตลอดจนการนำมาซึ่งการทำการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบใหม่ๆ

ความต้องการของนักเดินทางไมซ์

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบันได้มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ยุรพร และคณะ 2559; Akkaphin, 2016; Songsin, 2018) และมีการกล่าวถึงพฤติกรรมความต้องการและการตัดสินใจของนักเดินทางไมซ์อย่างหลากหลาย โดย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2562ก) ได้กล่าวว่า ความต้องการของนักเดินทางไมซ์ คือ ความต้องการในประสบการณ์การเรียนรู้ที่แปลกใหม่ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และลงมือปฏิบัติในสถานที่จริง ซึ่งนำไปสู่การสัมผัสกับการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากเดิม อันส่งผลต่อความประทับใจและการบอกต่ออย่างไม่รู้ลืม อีกทั้งงานวิจัยของ Zhang, Leung & Qu (2007) ได้ค้นพบว่า นักเดินทางไมซ์มักจะมีพฤติกรรมการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานประชุมวิชาการ โดยมีเงื่อนไขของความคุ้มค่าทางด้านเวลาที่สูญเสียไปในราคาที่เหมาะสม และปัจจัยทางด้านการเข้าถึงสถานที่ที่เป็นตัวแปรสำคัญในความต้องการ หรือความสนใจในการเลือกสถานที่จัดกิจกรรม ตลอดจนงานวิจัยของ Macartney (2008) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวไมซ์จะพิจารณาความสนใจในกิจกรรมที่จัดนอกเหนือการประชุม ภาพลักษณ์ของเมือง และความพิเศษของแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรม ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ความต้องการของนักเดินทางไมซ์ เป็นการเดินทางในความต้องการที่จะเรียนรู้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ สัมผัสกับการแลกเปลี่ยนความรู้ และลงมือปฏิบัติในสถานที่จริง เพื่อสร้างความประทับใจในการเดินทาง โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญต่างๆ ในการพิจารณาความคุ้มค่าในการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ ความคุ้มค่าทางด้านเวลาที่สูญเสียไป การเข้าถึง

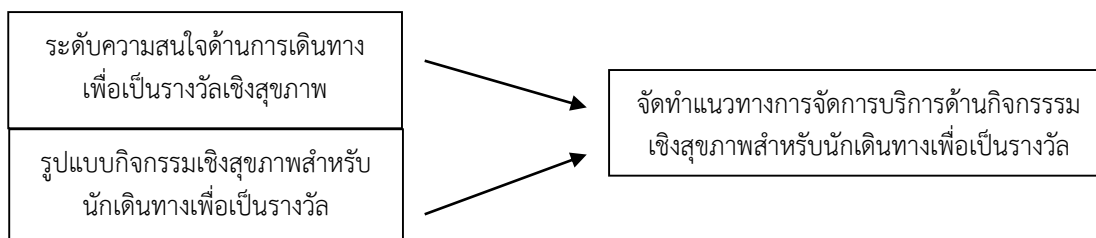
สถานที่จัดกิจกรรม กิจกรรมที่จัดนอกเหนือการประชุม ความพิเศษของแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ของเมือง เป็นต้น

การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ เป็นการผสมผสานระหว่างการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ถึงแม้ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการขยายตัวของธุรกิจการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Han, Kiattipoom, Jung & Kim, 2017) แต่กลับพบว่างานวิจัยที่เน้นมาทางด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพยังมีจำนวนน้อย ซึ่งในปัจจุบันจากความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เพิ่มขึ้น (Nutworadee, 2017) ทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดในจัดทำทริปการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพของธุรกิจการท่องเที่ยว หรือกิจกรรมนอกเหนือจากโปรแกรมการประชุมสัมมนาและการประชุมทางธุรกิจอื่น ๆ มากขึ้น ซึ่งโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คนหนุ่มสาวให้ความสนใจ คือ การทำสปา-นวด (Kadieva, 2015) ทั้งนี้บริษัทหลากหลายแห่งได้ริเริ่มมีการนำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาเป็นหนึ่งในโปรแกรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล เพื่อกระตุ้นให้พนักงานของตนได้ตระหนักถึงการดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ (Hamed, 2015) อันนำมาซึ่งสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงและความพร้อมในการดำเนินงาน อันส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพของพนักงานในองค์กร (Schmidt & MA, 2012) ทั้งนี้เนื่องด้วยความต้องการที่แพร่หลายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงนำมาซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาเพื่อการบำบัด และการพักผ่อน เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ตลอดจนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนักเดินทางไมซ์ คือ มีกำลังในการใช้จ่ายค่อนข้างสูง และต้องการความใส่ใจเป็นพิเศษ อาทิ การพักโรงแรมหรู ต้องการผู้ประสานงานในการเดินทางและที่ปรึกษาทางการแพทย์โดยตรง เป็นต้น (ณารัตนา วีระกิจ และคณะ, 2562) จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับการสนับสนุนในการขยายโปรแกรมการท่องเที่ยวการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้กับองค์กร ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่องค์กรใช้ตอบแทนบุคลากรที่สามารถทำตามเป้าหมายขององค์กรได้ โดยมีจุดหมายปลายทางเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิ สถานที่นวดบำบัด หรือสปาคุณภาพดี เป็นต้น เพื่อบำบัด ผ่อนคลาย และฟื้นฟูสุขภาพร่างกายของบุคลากรให้กลับมาแข็งแรงอีกครั้ง อันมีผลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการทำงานและค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพบุคลากรขององค์กร โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพขององค์กรจะเป็นผู้รับผิดชอบในรายการจ่ายทั้งหมด

กรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย

เพื่อความคิดเห็นของออกาไนเซชันต่อความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เจ้าของ ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ ตลอดจนพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทจัดการธุรกิจไมซ์ (Destination Management Company) ที่อยู่ในสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (Event Management Association (EMA)) เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 437 คน กลุ่มตัวอย่างได้มาจากตารางสำเร็จรูปของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างถึงในสมชาย วรภิเษมสกุล, 2557) ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ 205 คน เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย และทำการเก็บแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ มีการกระจายแบบสอบถามต่อกันของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาที่ผ่านการคัดกรองข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งหมด 249 ชุด แบ่งเป็น เจ้าของ 20 ชุด ผู้บริหาร 48 ชุด หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ 68 ชุด และพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทจัดการธุรกิจไมซ์ 113 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามเพื่อพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามที่ครอบคลุมงานวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งแบบสอบถามจะแบบออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) ระดับความสนใจด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ (2) รูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และ (3) ความต้องการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยมีการตอบคำถามเป็นแบบเลือกตอบการให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความคิดเห็นของออกาไนเซชันต่อความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อพิจารณาข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.26 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.26 และ เพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 1.61

ซึ่งมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 74.63 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.40 โดยมีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทจัดการธุรกิจไมซ์ คิดเป็นร้อยละ 45.38 รองลงมา คือ หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 27.31 และมีประสบการณ์ส่วนใหญ่อยู่ที่ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 52.24 รองลงมาคือ 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.78 ตลอดจนรูปแบบขององค์กรส่วนใหญ่เป็นเอกชน คิดเป็นร้อยละ 68.66 รองลงมาคือ ภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 20.90 เป็นต้น

2. ระดับความสนใจการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ พบว่า ระดับความสนใจในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D = 0.77)

3. ความต้องการรูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D = 1.11) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความต้องการการนวดแผนไทยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.84$, S.D = 1.00) รองลงมาเป็นความต้องการการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\bar{x} = 3.82$, S.D = 1.15) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการการแช่น้ำพุร้อน ($\bar{x} = 3.40$, S.D = 1.12)

4. ความต้องการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.97$, S.D = 0.95) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความต้องการการใส่ใจบริการ กระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับที่มากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$, S.D = 0.68) รองลงมาเป็นความต้องการการบริการด้วยความสุภาพ มีรอยยิ้มแจ่มใส และความต้องการความสุภาพอ่อนน้อม ($\bar{x} = 4.48$, S.D = 0.65) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการกล่าวคำทักทาย คำขอบคุณ คำอำลา คำอวยพร ($\bar{x} = 4.22$, S.D = 0.93)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของออกาไนเซอร์ต่อความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ระดับความสนใจในการจัดกิจกรรมเชิงสุขภาพในโปรแกรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล เป็นตัวแปรเบื้องต้นที่สอบถามความคิดเห็นในด้านความสนใจของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลต่อกิจกรรมเชิงสุขภาพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่ากิจกรรมดังกล่าวมักจะได้รับความคิดเห็นในระดับสูงจากนักเดินทางกลุ่มนี้ ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลซึ่งมักจะได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางจากบริษัท อีกทั้งยังต้องเดินทางพร้อมกันในลักษณะของบุคลากรทั้งองค์กร รวมทั้งต้องมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ดังนั้นการสรรหากิจกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการเดินทางครั้งนี้ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะดำเนินการโดยผู้บริหารของบริษัท รวมทั้งนักวางแผนการจัดประชุม (Meeting planner) และผู้จัดงานประชุม (Conference organiser) จึงต้องสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำ (ทรงสิน ชีระกุลพิศุทธิ์, 2563) ไม่เพียงแค่นั้นจากการศึกษาของณัฐวรดี คณิตินสุทธิทอง (2560) ยังพบว่า ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความหลากหลายและเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในการมาพักผ่อนร่างกายและบำบัดจิตใจ ตลอดจนริเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นยังสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ที่กล่าวไว้ว่า การได้มาของงานที่มีประสิทธิภาพเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดจากการได้รับความพึงพอใจหรือความสนใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร (พิรญาณ์ รัตน์น่วม, 2556) ตลอดจนการสนับสนุนความ

สนใจในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลที่มีการกระตุ้นมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (2562) ได้จัดทำโครงการ Thailand 7 MICE Magnificent Themes โดยได้นำเสนอรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ เสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ในการเรียนรู้จริงให้กับนักเดินทางไม่ช้หลังจากการทำธุรกิจหรือกิจกรรมที่สำคัญ โดยแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเป็น 7 มิติที่แตกต่างกันไป ซึ่งหนึ่งในกิจกรรมที่แฝงอยู่ในการท่องเที่ยวทั้ง 7 มิตินี้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มาให้รูปแบบของการทำสปา หรือการนวดต่างๆ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าหน่วยงานต่างๆ จะได้มีการนำเสนอรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลายสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล อันเนื่องมาจากความสำคัญของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้เติบโตขึ้นตามลำดับ (ณริญา วีระกิจและคณะ, 2562) แต่การบูรณาการกิจกรรมดังกล่าวเข้าไปในโปรแกรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลโดยเฉพาะในประเทศไทยพบว่ายังมีอยู่อย่างจำกัด

2. “สุขภาพและสปา” เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่เป็นความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล โดยเมื่อพิจารณาความต้องการรายด้าน พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลคือ การนวดแผนไทย และการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งเนื่องมาจากปัจจุบันการนวดแผนไทยของประเทศไทยเป็นการบริการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการบริการที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยที่ชัดเจน และเป็นกิจกรรมที่ผ่อนคลายความเมื่อยล้าจากการทำงาน หรือ กิจกรรมที่หนักหน่วงได้เป็นอย่างดี ตลอดจนการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มักเป็นการบริการที่ควบคู่กับการนวดแผนไทยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวผ่อนคลายความเครียดและกลับมาสดชื่นใหม่อีกครั้ง อีกทั้งเมื่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนวดแผนไทย และสปาที่มีจำนวนมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจและมีการประชาสัมพันธ์โปรโมชันการบริการเชิงสุขภาพประเภทนี้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากจุดเด่นที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้การนวดแผนไทยและการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการที่ต้องการสรรหากิจกรรมในการฟื้นฟูสุขภาพทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจของพนักงานให้คืนกลับมาเหมือนเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย จันทโร สุณีย์ ล่องประเสริฐ และนันทวรรณ ช่างคิด (2559) ที่พบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา-นวดน้ำมัน เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียดของตนเอง

3. ด้วยพฤติกรรมของนักเดินทางไม่ช้มักจะมีคามคาดหวังต่อประสบการณ์ที่จะได้รับในระดับสูง อีกทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อรองรับความต้องการของนักเดินทางกลุ่มนี้มักจะต้องมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า รวมทั้งมีการออกแบบและเตรียมการเป็นอย่างดี (Songsin, 2018) ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์ความต้องการด้านบุคลากรต่อการจัดกิจกรรมเชิงสุขภาพพบว่า นักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลมีความต้องการด้านการใส่ใจบริการและกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานอยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมาเป็นความต้องการการบริการด้วยความสุภาพ มีรอยยิ้มแจ่มใส และความต้องการความสุภาพอ่อนน้อม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าด้วยลักษณะพฤติกรรมที่มักมีการเดินทางเป็นหมู่คณะ หรือการมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไปใช้บริการสถานที่เชิงสุขภาพ ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เข้ามาเพียงไม่กี่คน จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพมีความต้องการในการเตรียมความพร้อมในการรองรับและการเอาใจใส่จากสถานที่ประกอบการเป็นพิเศษ อาทิ การเอาใจใส่ในการรองรับการให้บริการสุขภาพ และการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์การบริการที่เพียงพอ และความ

กระตือรือร้นในการบริการที่เท่าเทียมกันอย่างทั่วถึง ตลอดจนความต้องการในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพของนักเดินทางดังกล่าวมักมีพฤติกรรมความต้องการในการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงใหม่ การเรียนรู้วัฒนธรรม และการต้อนรับขับสู้ที่ดีจากสถานที่ท่องเที่ยว อาทิ การต้อนรับขับสู้ และความ เป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของสถานที่ประกอบการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิภา จิรวรรณ อนันต์ (2553) ที่พบว่า นักเดินทางไม่ซีความพึงพอใจกับการได้รับการบริการที่ดีของสถานที่ให้บริการ อาทิ การบริการของพนักงานที่สุภาพ มีอัธยาศัยที่ดี เป็นกันเอง และความกระตือรือร้นในการเอาใจใส่ ในการปฏิบัติงาน เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kinnunen และ Hahti (2015) ที่พบว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดความล้มเหลวในการจัดกิจกรรมหรือการจัดงานเทศกาล คือ การมีแผนทางการตลาด และคุณภาพในการบริการที่มีคุณภาพต่ำจนเกินไป แต่อย่างไรก็ตามสถานที่ประกอบการเชิงสุขภาพ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการให้บริการที่เป็นมาตรฐานแก่ผู้มาเยือนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ภักดี กลั่นภักดี (2561) ที่พบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานที่ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ที่ ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านสถานที่ การบริการ และด้านบุคลากรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ด้วยความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลมีความต้องการที่มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และมักเดินทางเป็นหมู่คณะ ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรจัดทำแผน หรือมาตรการในการรองรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความประทับใจและพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับการให้บริการแก่นักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การวางแผนการจัดการพนักงานในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากและได้รับมาตรฐานการบริการที่เท่าเทียมกัน การจัดเตรียมอุปกรณ์ในการให้บริการลูกค้าที่เพียงพอ และการวางแผนการให้บริการลูกค้าที่เพิ่มเติม ความแปลกใหม่ ตลอดจนเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยตรง เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรมีการส่งเสริมอัตลักษณ์ของสถานที่บริการของตนให้มีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับจากนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจ และการกระตุ้นให้เกิดความต้องการมาของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

3. ด้วยงานวิจัยฉบับนี้มีเงื่อนไขทางด้านเวลา และขอบเขตในการสำรวจที่จำกัด ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาที่ลงลึกไปเข้าไปในความต้องการของการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพที่แท้จริงในทุกมุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้ อาทิ ความต้องการนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลที่ส่งผลต่อการต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการเชิงสุขภาพที่มีต่อนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น

4. ด้วยงานวิจัยทางการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ เป็นงานวิจัยที่มีค่อนข้างน้อยในปัจจุบัน และผู้คนไม่ค่อยคุ้นชินกับคำว่า การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปในกระบวนการก่อนทำแบบสอบถามผู้วิจัยควรมีการอธิบายถึงบริบทเบื้องต้นให้กับผู้ตอบแบบสอบถามได้ เข้าใจในความหมายของงานวิจัยที่แท้จริงก่อน เพื่อลดความผิดพลาดต่อผลที่ได้มา

เอกสารอ้างอิง

- ณาริญา วีระกิจ, ชัยนันต์ ไชยเสน, พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตเพื่อยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางนานาชาติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 15(2), 35-57.
- ณัฐวรดี คณิตินสุทธิทอง. (2561). ความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 29 เมษายน 2563, จาก https://www.researchgate.net/publication/328305452_khwamtxngkarkhxngtldlaeasakyphaphnikarrxnggrabkarthxngtheiywcheingsukhphaphkhxngprathesthiy
- ทรงสิน วีระกุลพิศุทธิ์. (2563). *แนวทางการยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- บริษัท แบนคอกเทรนนิง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด. (2561). *โครงการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (7 รูปแบบกิจกรรมไมซ์)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- พิรญาณ์ รัตน์น่วม. (2556). *ระดับความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักส่งเสริมและการศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (สำนักส่งเสริมและการศึกษาต่อเนื่องมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา*.
- ภักดี กลั่นภักดี. (2561). ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 37(3), 97-110.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง. (2562). *โครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index)*. ค้นเมื่อ 29 เมษายน 2563, จาก <https://elibrary.tceb.or.th/getattachment/3ada7693-0bd7-4543-89e7-95c07741c0dc/5753.aspx>
- ยุรพร ศุภธรัตน์ และคณะ (2559). *การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สมชาย วรภิรมย์สมกุล. (2557). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.udru.ac.th/index.php/elearning-king-84-years-book02.html>
- สิริวิภา จิรวัฒน์อนันต์. (2553). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*, (ปริญญาศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2562). *Thailand MICE City Profiles: Songkhla*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2562ก). *ไอเดียสร้างสรรค์เส้นทางสายไมซ์ 2019*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).

-
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2563). *Incentive Travels* 101. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560) , *รายงานประจำปี 2560 ขับเคลื่อนแผนฯ สู่เป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี* , กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- อรทัย จันทโร, สุณีย์ ล่องประเสริฐ และนันทวรรณ ช่างคิด. (2559). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี, *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี* 3(1), 186-206.
- Akkaphin, S. (2016). An Evaluation of the Potential of Thailand as a MICE Industry Hub for the International Convention Industry in Asia, PhD Thesis, Liverpool John Moores University.
- Hamed, H.M. (2015). Wellness Tourism: An Initiative for Comprising Wellness Tourism Vacations within the Corporate Wellness Strategy. *American Journal of Tourism Research*. 4(2), 52-67.
- Han, H., Kiattipoom, K., Jung, H. & Kim, W. (2017). The role of wellness spa tourism performance in building destination loyalty: the case of Thailand. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 35(5), 565-610.
- Kadieva, S. (2015). Contemporary Changes in the Hotel Product for Spa and Wellness Tourism and Their Distribution. *BizInfo Journal*. (6), 1-10.
- Kinnunen, M. & Haahti, A. (2015). Visitor discourses on experiences: reasons for festival success and failure. *International Journal of Event and Festival Management*. 6(3), 251-267.
- Schmidt, H. & MA, (2012). Wellness Incentives, Equity, and the 5 Groups Problem. *American Journal of Public Health*. 1(102), 49-54.
- Songsin, T. (2018) . An Examination of the Influence of Islam on Hospitality and Customer Service Standards in the MICE Industry in Southern Thailand. PhD thesis, Western Sydney University.
- Thirachaya, M., Aree, N. & Tran, T.A. (2014). Guidelines to Development Wellness Tourism in Roi-Kaen-San-Sin Cluster, Thailand. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 23(5), 214-220.
- Zhang, H.Q., Leung, V., & Qu, H. (2007). A refined model of factors affecting convention participation decision-making. *Review of Tourism Management*. 28(4), 1123-1127.

ความต้องการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

The Demand on Preservation of Folk-Plays Cultural Heritage in Thannamthip Sub-District Community, Betong District, Yala Province

สุกฤชตา พุ่มแก้ว	Sukrita Pumkaew ¹
เจนตา แก้วไผ่	Jenta Kaewfai ²
มานพ ทองไทย	Manop Thongthai ³
มีนา ระเด่นอาหมัด	Meena Radenarmad ⁴
อรวรรณ กมล	Orawan Kmon ⁵
พยอม ตอประโคน	Phayom Tobprakhon ⁶
สันติ อารักษ์คุณากร	Santi Arukunakorn ⁷
อุมาพร เชิงเชาว์	Umaporn Chuengchao ⁸
ราเชษฐ์ หิมสุหรี	Rached Heemsuree ⁹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นของชุมชนเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) พร้อมใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังนี้ จัดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย กิจกรรมแข่งขัน ร่วมกับการใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยพบว่า ชุมชนต้องการที่จะสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่น คือ รำไท่เก๊ก หมากกรุกจีน และการประดิษฐ์และการเล่นว่าว และเมื่อทำการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมดังกล่าวโดยผ่านกิจกรรมการแข่งขัน พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ เป็นกิจกรรมที่ดี ช่วยปลูกจิตสำนึกให้มีความห่วงใยในมรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นได้อย่างดี และอยากให้งดกิจกรรมเช่นนี้เป็นประจำในทุกปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ชุมชนให้ความสนใจ ตระหนัก และภาคภูมิใจที่มีการละเล่นท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์มากขึ้น อีกทั้งมีการตื่นตัว มีความภาคภูมิใจ ในการเป็นคนในพื้นที่และเป็นส่วนหนึ่งในการมีส่วนร่วมฟื้นฟู อนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นที่ทรงคุณค่ายิ่ง

คำสำคัญ: อนุรักษ์ มรดกวัฒนธรรม การละเล่น เทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์

¹ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: sukrita.r@yru.ac.th

² อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: jenta.k@yru.ac.th

³ อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: manop.t@yru.ac.th

⁴ อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: meena.r@yru.ac.th

⁵ อาจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: orawan.k@yru.ac.th

⁶ อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: phayom.t@yru.ac.th

⁷ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: santi.a@yru.ac.th

⁸ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: umaporn.c@yru.ac.th

⁹ อาจารย์ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: rached.h@yru.ac.th

Abstract

This research aimed to study the demands on preservation of folk-plays cultural heritage in Thannamthip Sub-District Community, Betong District, Yala Province. The concept of mixed method and participatory action research were applied to conduct the research by employing several techniques, community forum, group work meeting, competition, observation, in-depth interview, in order to gather data and assessment form on satisfaction by using content analysis and descriptive statistics for analyzing data. The finding indicated that Tai Chi Dance, Chinese chess, and kite crafting and playing were the folk-plays cultural heritage needed to be preserved. For implementing the preservation of folk-plays cultural heritage by arranging a competition, the participants were satisfied with this activity at the highest level as a whole. In addition, this research also found that the competition was a good activity to raise awareness on the preservation of folk-plays cultural heritage and it should be organized annually. This result implies the increasing of interest, awareness, and pride of a local community in having its own local folk-plays as well as being a part of preserving and rehabilitating the valuable folk-plays and cultural heritage.

Keywords: Preservation, Cultural Heritage, Folk-Plays, Thannamthip Sub-District

บทนำ

การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันถือเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล และเป็นแหล่งสร้างงานให้กับประชาชนอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้ประเทศมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างมั่นคง โดยในปี 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 3.01 ล้านล้านบาท มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว 39.79 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.93 ล้านล้านบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 166.84 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.08 ล้านล้านบาท สำหรับจังหวัดยะลา จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนทั้งหมดในปี 2562 เท่ากับ 689,511 คน มีรายได้ 3,486.76 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำรายได้ให้กับจังหวัดและประเทศอย่างมหาศาลย่อมเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่จะเป็นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความยั่งยืนได้ต่อไป

ในส่วนของการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมเพื่อความยั่งยืนนั้น นักวิชาการจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่พยายามจัดระบบองค์ความรู้เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนได้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมประจำถิ่น (มยุรี ถาวรพัฒน์, 2557) ซึ่งมรดกวัฒนธรรมเป็นอนุสรณ์สถาน กลุ่มอาคารและสถานที่ซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สุนทรียภาพ โบราณคดี วิทยาศาสตร์ชาติพันธุ์วิทยา หรือ มานุษยวิทยา (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2562) อาจรวมถึงจารีตประเพณี การละเล่นประจำถิ่น ดังในความหมาย “การละเล่นพื้นถิ่น” ที่ว่า เป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทเกม ที่สามารถส่งเสริม พัฒนา อารมณ์ สนุกสนาน โดยเป็นที่ยอมรับร่วมกันในสังคมว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง (สยามสปอร์ตคอม, 2562) ซึ่งการละเล่นประจำถิ่น ย่อมมีความแตกต่างกันในแต่ละ

พื้นที่ อาทิเช่น ภาคเหนือ การละเล่นม้าจากคอก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการแข่งเรือบก ส่วนภาคกลางเป็นการละเล่นว่าว แต่สำหรับการละเล่นพื้นบ้านภาคใต้ อาทิ เล่นชักกะเย่อ หรือหมากขุม เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม ในการละเล่นประจำถิ่นดังกล่าว ถือเป็นกิจกรรมนันทนาการที่สังคมให้การยอมรับโดยมีฐานรากแห่งวิถีชีวิตท้องถิ่นที่มีพฤติกรรมปฏิบัติสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น (หุสนา ขุนนัย, 2558, หน้า 1) เป็นศิลปะ ภูมิปัญญาไทยแขนงหนึ่งที่เป็นองค์ความรู้และควรมีการปลูกฝังให้กับเด็กและเยาวชนมีจิตสำนึก ห่วงแหน และภาคภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพื่อให้เกิดการสืบสาน อนุรักษ์ พื้นฟู อนุรักษ์ ต่อเนื่องและก่อให้เกิดความยั่งยืน (สุกัญญา ไหมเครือแก้ว และคณะ, 2560, หน้า 276; อาริรัตน์ พุฒิรุ่งโรจน์, 2557, หน้า 39)

ทว่าการละเล่นนั้นขาดผู้สืบทอด อาจจางหายไปอย่างไม่มีวันหวนกลับ ดังนั้น ควรค่าต่อการอนุรักษ์สืบทอดให้ยังคงอยู่ และจากการลงพื้นที่ของทีมคณะผู้วิจัย พบว่า ในชุมชนยังมีภูมิปัญญาการละเล่นพื้นบ้านที่มีกลุ่มคนจำนวนน้อยที่สามารถรับรู้ และถ่ายทอดได้ แสดงให้เห็นว่า ยังขาดการสืบสาน อนุรักษ์ จากรุ่นสู่รุ่น อาจส่งผลทำให้ลดเลือนหายไปในที่สุด จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา พัฒนาการกระบวนการมีส่วนร่วมในความต้องการสืบสานและอนุรักษ์ พื้นฟู มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นของเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ภายใต้กระบวนการค้นหาความต้องการ ปลูกจิตสำนึก เกิดการเรียนรู้ พร้อมสร้างการมีส่วนร่วมจากเครือข่ายเพื่อสืบสาน อนุรักษ์ มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นให้คงอยู่และทรงคุณค่าต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความต้องการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นของชุมชนได้รับการอนุรักษ์ สืบสาน ต่อคนรุ่นหลังให้ตระหนักสำนึกและห่วงแหนมรดกวัฒนธรรมของพื้นที่ รวมถึงได้เผยแพร่เรื่องราวต่อคนทั่วไปมากขึ้น และได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาความต้องการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นของชุมชนเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา คณะผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) หมายถึง สิ่งดั้งเดิมอันเกิดขึ้นจากภูมิปัญญาของมนุษย์ที่ได้สร้างสรรค์ พัฒนาและสะสม แสดงออกในรูปของวิถีความเป็นอยู่ความเชื่อขนบธรรมเนียม (ณัฐฉิณี ทองดี, 2560, หน้า 41; มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2562) ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นจึงถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนที่มีการสั่งสมสืบทอดและปรับเปลี่ยนเพื่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรม (ขวัญชนก นัยเจริญ และคณะ, 2562, หน้า 77) อีกทั้งมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในส่วนที่เป็นการละเล่น

ห้องถื่นถือเป็นกิจกรรมนันทนาการที่สังคมให้การยอมรับโดยมีฐานรากแห่งวิถีชีวิตท้องถิ่นที่มีพฤติกรรมปฏิบัติสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น (หุสนา ขุนนัย, 2558, หน้า 1)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Participation) ซึ่งกล่าวโดยสรุป การมีส่วนร่วม หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกิดจากกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหา หรือต้องการพัฒนาที่ชุมชนหรือประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม คิด ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบต่อจุดมุ่งหมายของกิจกรรมหรือโครงการเพื่อเกิดประสิทธิผลตามที่ต้องการ (นที เพชรบุรี และ บุญสมหญิง พงเมืองดี, 2560; Keith, 1999; วิษณุ หยกจินดา, 2557; อาช วิชญ์ กฤษณสุวรรณ, 2559) สำหรับทฤษฎีมานุษยวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Anthropology Theory) เป็นเครื่องมือที่ค้นหาแนวทางในการพัฒนาพื้นที่เป้าหมายด้านวัฒนธรรม โดยวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นในอดีตและมีการสืบทอดมาถึงปัจจุบัน (ปรีชา อุปโยคิน, 2558, หน้า 164; สุริยะ หาญพิชัย และ ญัฐทิฎาภรณ์ การะเกตุ, 2561, หน้า 50) ซึ่งงานวิจัยนี้ดำเนินการภายใต้ทฤษฎีดังกล่าวโดยมีการค้นหาแนวทางเพื่อการพัฒนาไปสู่เป้าหมายในการฟื้นฟูและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการเล่นห้องถื่นที่มีมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษและนำไปสู่รุ่นลูกหลานต่อไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ Roberts-Lombard (2009) และ Kotler (2003, p. 36) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า จะเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการที่ได้ใช้บริการและผลลัพธ์ที่ได้ใช้บริการนั้นจริง ถ้าหากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นสูงกว่าความคาดหวังผู้ได้รับบริการจะมีความพึงพอใจ แต่ในทางกลับกัน ถ้าผลลัพธ์นั้นต่ำกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งผู้รับบริการจะเกิดความไม่พึงพอใจหรือผิดหวัง หรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นท่าทีของความรู้อีกหรือเจตคติในทางที่ดีของผู้มาเยือนสถานที่ท่องเที่ยว (อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ, 2550; ธนกฤต สุทธินนท์โชติ, 2559) ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจย่อมเป็นความคาดหวังในทางดีจากผู้ที่มีารใช้บริการหรือเป็นความคาดหวังตามความต้องการในฐานะที่เป็นผู้รับบริการ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกวรรณ ทองดำสิง และคณะ (2561, หน้า 1320) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการเล่นพื้นบ้านของเด็กไทยภาคเหนือ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ครอบครัว เศรษฐกิจ เทคโนโลยีและการสื่อสาร อีกทั้งในการเล่นพื้นบ้านของเด็กในภาคเหนือมีผลดีต่อการพัฒนาเด็กทั้ง 4 ด้านคือ ร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคมและสติปัญญา รวมถึง บุญสมหญิง พงเมืองดี และ กนกวัลย์ แจ่มจำรูญ (2558, หน้า 1) พบอีกว่า การแต่งเพลงเรื่องขึ้นเฉพาะกิจ สามารถสะท้อนถึงค่านิยม เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน กอปรกับ ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล (2554) ในการสร้างอัตลักษณ์ให้โดดเด่นให้กับประเพณีการแข่งขันเรือที่มีมาแต่เดิม โดยมีการจัดแสดง เพลงเรือ เพิ่มเติมเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของการมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึง ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์ และคณะ (2558, หน้า 38) พบว่า หน้ากากและชุดแต่งกายนอกจากถูกใช้ในการเล่นแล้วยังได้กลายมาเป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ วิลาสินี เหมหงษ์ และคณะ (2560, หน้า 59) พบว่า ภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นที่สืบทอดมาแต่โบราณของคนเขมรเมืองสุรินทร์ อาทิ ภูมิปัญญาด้านศิลปะการแสดงกันตรึมพื้นบ้านได้รับการสืบทอดมาแต่เขมรโบราณภูมิปัญญานี้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาวเขมรสุรินทร์เท่านั้นเนื่องจากการเล่นพื้นบ้านนี้จะต้องใช้ภาษาพื้นถิ่นในการขับร้องหรือการเล่น

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยมุ่งเน้นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเสริมด้วยงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่เทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ ซึ่งมุ่งเน้นกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ซึ่งในทีมร่วมกันพิจารณาเพื่อจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การจัดเวทีประชาคม กิจกรรมการแข่งขัน เป็นต้น สำหรับขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาคือ เทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา มีจำนวน 4 หมู่บ้าน ระยะเวลาดำเนินงาน 1 ปี ระหว่างเดือน ตุลาคม 2561 ถึง กันยายน 2562

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย (1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ในการประดิษฐ์การเล่น (2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) มีประเด็นดังนี้ ภูมิหลัง ลักษณะการเล่นท้องถิ่น อุปกรณ์หรือการประดิษฐ์ วิธีการหรือขั้นตอนการเล่น ช่วงเวลา และความเป็นอัตลักษณ์ พร้อมประเด็นอื่นๆ (3) การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์จากหนังสือ World Xiangqi Rules ปี 2018 ทั้งภาคภาษาอังกฤษ และภาษาจีน (4) แบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรม แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอน 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ตอน 2 แบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจมาก ระดับ 3 หมายถึง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจน้อย และ ระดับ 1 หมายถึง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนมีดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย และ คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตามแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) และข้อมูลจากการถอดเทปจากการบันทึกเสียง เฉพาะประเด็นหลัก (Theme) มาตรวจสอบความเหมือนและแตกต่าง (ชาย โพธิธิตา, 2552, หน้า 15) สำหรับแบบประเมินความพึงพอใจใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

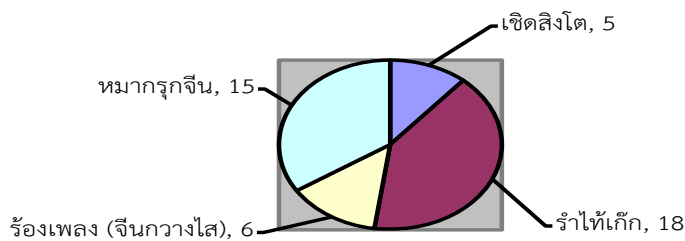
จากที่ได้กำหนดกระบวนการในการดำเนินงานวิจัยที่มุ่งเน้นกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการให้เป็นไปตามกระบวนการพร้อมการยืดหยุ่นไปตามสถานการณ์ในพื้นที่ เพื่อศึกษาความต้องการสืบสาน และอนุรักษ์พร้อมฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมการเล่นท้องถิ่นเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา มีผลการวิจัยแสดงตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 พบว่า ชุมชนเป็นชุมชนที่มีสังคมพหุวัฒนธรรม โดยมี ชาวไทยมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีน ดังนั้นการเล่นท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกัน เช่น ชาวไทยมุสลิมเมื่อก่อนจะมีการจัด

กิจกรรมการแข่งขันว่า จากที่ชาวบ้านประดิษฐ์เองนำมาเข้าร่วมการแข่งขันเป็นประจำทุกปี ในขณะที่เดียวกันคนไทยเชื้อสายจีนบางกลุ่มนิยมใช้เวลาว่างเล่นหมากรุกจีน ซึ่งมีผู้เล่นไม่จำกัดอายุ ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุถือเป็นกีฬาที่ต้องใช้สมาธิ ถ้าคนใดเล่นมีความชำนาญสามารถเข้าร่วมแข่งขันในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด หรือระดับประเทศได้ เป็นต้น การละเล่นดังกล่าวเป็นการละเล่นเฉพาะกลุ่มที่ยังมีจำนวนน้อย แต่ชุมชนส่วนใหญ่รู้สึกว่าเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องสืบทอดถือว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทรงคุณค่าในพื้นที่

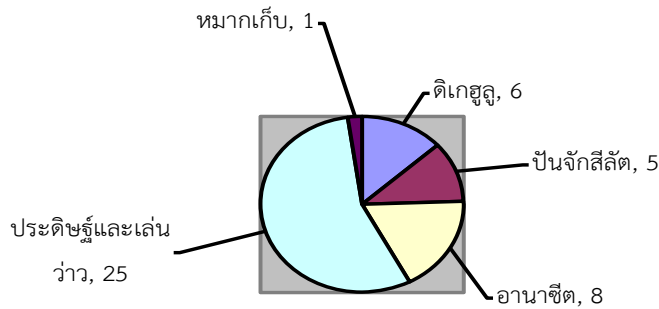
ขั้นตอนที่ 2 พบว่า มติในที่ประชุมให้การจัดการกิจกรรมเปิดเวทีประชาคมเพื่อค้นหาความต้องการสืบสาน อนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการละเล่นประจำถิ่น ควรจัดแยกระหว่างชุมชนคนไทยเชื้อสายจีน มีกำหนดในวันที่ 1 ธันวาคม 2561 ณ ศาลากลางประจำหมู่บ้าน หมู่ที่ 1 และชุมชนคนไทยมุสลิม กำหนดกิจกรรมในวันที่ 22 ธันวาคม 2561 โรงเรียนตาดีกา หมู่ที่ 4 โดยใช้กระบวนการเปิดเวทีประชาคมเพื่อนำเสนอวัตถุประสงค์ องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของมรดกวัฒนธรรมด้านการละเล่น จากนั้นแยกประชุมกลุ่มย่อย นำเสนอเป็นรายบุคคล พร้อมทำการยกมือโหวตเพื่อเลือกมรดกวัฒนธรรมที่ชุมชนมีความต้องการสืบสาน อนุรักษ์มากที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 จัดกิจกรรมโดยเปิดเวทีประชาคม เชิญผู้นำท้องถิ่น (รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบล) หัวหน้าสำนักงานปลัดเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 1-4 ตัวแทนจากแต่ละหมู่บ้านรวมจำนวน 89 คน และได้จัดแยกเป็น 2 ครั้ง ดังนี้ ครั้งที่ 1 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันเสนอมรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ อาทิเช่น รำมวยจีน เชิดสิงโต การร้องเพลง (จิ้นกวางไส) และหมากรุกจีน และเมื่อนำมาเข้าเวทีประชาคมและทำการโหวตที่ต้องการหาการละเล่นที่ต้องการสืบสาน อนุรักษ์ ซึ่งคะแนนสูงสุด 2 อันดับ คือ รำไท่เก๊ก และ หมากรุกจีน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงผลโหวตจากเวทีประชาคม ครั้งที่ 1

กิจกรรมครั้งที่ 2 พบว่า ชุมชนชาวไทยมุสลิมพร้อมร่วมเสนอมรดกวัฒนธรรมการละเล่นประจำถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ อาทิเช่น ดิเกฮูลู ปันจักสีลัด อนาคต หมากเก็บ หมากขุม การประดิษฐ์และการเล่นว่าว และผลโหวต คะแนนสูงสุด 1 อันดับคือ การประดิษฐ์และการเล่นว่าว สำหรับการละเล่นอื่นๆ มีความนิยมในการเล่นตามเทศกาลต่าง ๆ และในส่วนของหมากเก็บหรือหมากขุมเป็นการละเล่นที่เด็กรุ่นหลังยังไม่รู้จัก แต่ด้วยผลโหวตไม่มีผู้เข้าร่วมประชุมท่านอื่นเสนอเพิ่มจึงไม่นำมาสืบสานหรืออนุรักษ์ ดังกล่าว



ภาพที่ 2 แสดงผลโหวตจากเวทีประชาคม ครั้งที่ 2

ขั้นตอนที่ 4 การจัดประชุมกลุ่มย่อยพร้อมสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน ฅสำนักงานเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ พบว่า การรำไท้เก๊ก ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญเป็นเพศชาย อายุ 74 ปี อาศัยอยู่หมู่ 1 อาชีพชาวสวน ประวัติภูมิหลัง ได้นำการรำไท้เก๊กนี้มาจากประเทศจีน เป็นมวยจีน เป็นศิลปะต่อสู้ป้องกันตัว เป็นมวยไท้เก๊ก กงฟู หรือการต่อสู้ ต่อมานำมาดัดแปลงเป็นการออกกำลังกาย มีทั้งหมด 13 กระจวนท่า ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทพื้นที่ มีลักษณะการละเล่นท้องถิ่น แบบตระกูลหยาง เป็นประจำ ชุดที่ 18 เป็นลมปราณ (อยู่กับที่) ชุดที่ 24 เป็นการเคลื่อนไหว และชุดการบริหารข้อมือ (ข้อต่อ ไชข้อ คอ หัวไหล่ มือ ขา เป็นต้น) โดยมีเสียงเพลงประกอบแต่ละชุดแตกต่างกัน และใช้ควบคุมเวลาเป็นการกำหนดลมหายใจกำหนดกระจวนท่า ไม่ต้องใช้อุปกรณ์ มีแต่ชุดวอร์ม โดยวิธีการหรือขั้นตอนการละเล่น จะถูกกำกับโดยเพลง หรือใช้ระยะตามเพลง และรำไปตามกระจวนท่าชุดนั้น นิยมเล่นในช่วงเวลา ตอนเช้า เล่นหรือรำเป็นกลุ่ม และมีความเป็นอัตลักษณ์ซึ่ง มีเฉพาะเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ และเมืองเบตงเท่านั้น (บทสัมภาษณ์ในการศึกษาครั้งนี้)

การเล่นหมากกรุกจีน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพศชาย อายุ 56 ปี อาศัยอยู่หมู่ 1 อาชีพชาวสวน ภูมิหลัง มีมาแล้วเป็นร้อยกว่าปีสมัยบรรพบุรุษ ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ลักษณะการละเล่นท้องถิ่น ตัวหมากกรุกคล้ายคลึงกับหมากกรุกไทย ใช้การวางแผนในการเดิน แยกแดงกับดำ ใช้กระดานหมากกรุก มีตัวหมากกรุก ดังนี้ มีเบี้ย 2 อัน ปืน 2 อัน เรือ 2 อัน เครื่องบิน (อยู่ในรันเวย์) 2 อัน ม้า 2 อัน ช้าง 2 ตัว และ ขุน 1 ตัว ช้างละ 16 ตัว มีขอบเขตจำกัดบางตัว อุปกรณ์หรือการประดิษฐ์ กระจวนหมากกรุก ตัวหมากกรุก วิธีการหรือขั้นตอนการละเล่น ช่วงเวลา เล่นได้ตลอดเวลา ความเป็นอัตลักษณ์ ที่เบตงมีแชมป์ประเทศไทย ตั้งแต่อายุ 18 (สมาคมมุลินิจิงฟา) ซึ่งปัจจุบันมีคนสนใจน้อยลงทุกช่วงวัย อยากรจะอนุรักษ์และสืบทอดให้ยังคงอยู่สืบไป (บทสัมภาษณ์ในการศึกษาครั้งนี้)

การประดิษฐ์และการเล่นว่าว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นเพศชาย อายุ 67 หมู่ 4 อาชีพชาวสวน ภูมิหลัง ทำมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ พบเจอตั้งแต่สมัยเด็ก ๆ ลักษณะการละเล่นท้องถิ่น ใช้กะลาที่เจาะรูใส่ในถังน้ำ รอกกลางม (การจับเวลา) วัดจากเชือกที่ผูกจากว่าว สำหรับเชือกที่ใช้ในการผูกส่วนใหญ่มีความยาวประมาณ 200 เมตร ถ้าเชือกแตงที่ตัววัดหรือ Goal ประตุ ถือว่าชนะ ส่วนอุปกรณ์หรือการประดิษฐ์ เป็นว่าววงเดือน (ว่าวบูลัน) ใช้แข่ง ทำจากไม้ไผ่หรือต้นหมาก กระจวนว่าว เชือก กะลา ประตุ ถังน้ำ นกหวีด เดิมจะเป็นการทำว่าวแบบทั่วไปแต่ปัจจุบันนิยมทำว่าววงเดือน (บูลัน) วิธีการหรือขั้นตอนละเล่น ไม่จำกัดอายุ หรือเพศ ใช้สนามหรือพื้นที่นาโล่ง รางวัลส่วนใหญ่จะประกอบด้วย ถ้วยพร้อมเงินรางวัล (บทสัมภาษณ์ในการศึกษาครั้งนี้)

ขั้นตอนที่ 5 ประชุมวางแผนเพื่อสืบสานและอนุรักษ์ร่วมกับผู้นำท้องถิ่น (รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบล) หัวหน้าสำนักงานปลัดเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 1-4 และประชาชนชาวบ้านที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการละเล่นท้องถิ่น ณ สำนักงานเทศมนตรีเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ โดยการร่วมวางแผนเพื่อลงพื้นที่ถ่ายทำวิดีโอเพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางพร้อมพิจารณาแหล่งที่อยู่ของกลุ่มนักปราชญ์ที่เกี่ยวข้อง การเดินทาง พบว่า ลำดับการถ่ายภาพ ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ การประดิษฐ์และการเล่นว่าว ณ บ้านนักปราชญ์ หมู่ 4 ลำดับที่ 2 คือ การรำไท่เก๊ก ณ ศาลากลางบ้าน หมู่ 1 และลำดับที่ 3 หมากรุกจิ้น ณ สมาคมศิษย์เก่าโรงเรียนจงผา พร้อมในการประชุมนี้ได้สนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดหาอุปกรณ์ในการละเล่นหรือประดิษฐ์ดังกล่าว

ขั้นตอนที่ 6 จัดกิจกรรมถ่ายทอดภูมิปัญญามรดกวัฒนธรรมการละเล่นประจำถิ่น โดยลงพื้นที่ตามสภาพและบริบทจริงตามลำดับที่วางแผนไว้ พบว่า ใช้เวลาในการบันทึกภาพตามบริบทจริงจำนวน 2 วัน อาจเนื่องจาก มีสถานการณ์บางอย่างที่เป็นข้อจำกัด เช่น การเดินทางไปสู่สถานที่จริงแต่ละลำดับค่อนข้างห่างกัน และทางทีมคณะวิจัยไม่ใช่เป็นคนในพื้นที่ อีกทั้งมีช่วงเวลารอคอย ระหว่างกลุ่มผู้เล่นและนักปราชญ์ เป็นต้น ซึ่งแสดงเป็นวิดีโอเพื่อการเผยแพร่งานที่ 3



ภาพที่ 3 QR Code วิดีโอการเผยแพร่

ขั้นตอนที่ 7 พบว่า มีผู้สนใจเข้าร่วมการแข่งขันหมากรุกจิ้น จำนวน 2 คู่ เนื่องจาก นักปราชญ์ได้มีการเตรียมพร้อมก่อนวันแข่งขัน และการประดิษฐ์และการเล่นว่าว มีผู้เข้าร่วมการแข่งขันจำนวน 3 ทีม เนื่องจาก ในช่วงเวลาการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างกระชับ และมีชุมชนที่สนใจเข้าร่วมถึง 118 คน จากที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการอนุรักษ์ ฟื้นฟู มรดกวัฒนธรรม ในพื้นที่เทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ ซึ่งได้ให้เข้าร่วมจำนวน 118 คน ตอบประเมินระดับความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมโดยมีผลตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1

แบบประเมินผลความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรม “การแข่งขันเพื่อ อนุรักษ์ ฟื้นฟู มรดกวัฒนธรรม”

หัวข้อการประเมิน	\bar{X}	SD	ความหมาย
ลักษณะกิจกรรม			
เนื้อหาของกิจกรรม	4.14	0.63	มาก
ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้ ก่อนการเข้าร่วมกิจกรรม	3.88	0.57	มาก
ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้ หลังการเข้าร่วมกิจกรรม	4.24	0.65	มากที่สุด
ประโยชน์ที่คิดว่าจะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้	4.31	0.67	มากที่สุด
พิธีกรดำเนินรายการและคณะกรรมการตัดสิน			
การถ่ายทอดและความรู้ของพิธีกรและคณะกรรมการ	4.19	0.64	มาก
การตอบคำถามของพิธีกรและคณะกรรมการ	4.07	0.61	มาก

ตารางที่ 1

แบบประเมินผลความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรม “การแข่งขันเพื่ออนุรักษ์ ฟื้นฟู มรดกวัฒนธรรม”
(ต่อ)

หัวข้อการประเมิน	\bar{X}	SD	ความหมาย
ระยะเวลาในการจัดกิจกรรม	4.21	0.64	มากที่สุด
เอกสารประกอบและอุปกรณ์ที่ใช้ในกิจกรรม	4.24	0.65	มากที่สุด
สถานที่และบริการอื่นๆ	4.33	0.67	มากที่สุด
ความพึงพอใจภาพรวมทั้งหมด	4.43	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.43 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.69 โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ เป็นกิจกรรมที่ดี ช่วยปลูกจิตสำนึกให้มีความหวงแหนในมรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี และอยากให้จัดกิจกรรมเช่นนี้เป็นประจำทุกปี

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้นซึ่งมีกระบวนการวิจัยมุ่งเน้นการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อศึกษาความต้องการสืบสาน และอนุรักษ์ ฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมการละเล่นท้องถิ่นเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ขอสรุปและอภิปรายผล ดังนี้ ชุมชนเป็นชุมชนที่มีสังคมพหุวัฒนธรรม ดังนั้นการละเล่นท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นการละเล่นเฉพาะกลุ่มที่ยังมีจำนวนที่น้อย แต่ชุมชนส่วนใหญ่ต้องการสืบทอดถือว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทรงคุณค่าในพื้นที่ จากการค้นพบดังกล่าวอยู่ภายใต้ของทฤษฎีมานุษยวิทยาวัฒนธรรมที่เป็นเครื่องมือค้นหาแนวทางในการพัฒนาพื้นที่เป้าหมายด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นในอดีตและมีการสืบทอดมาถึงปัจจุบัน (ปรีชา อุปโยคิน, 2558, หน้า 164; สุริยะ หาญพิชัย และ ฐิติญาภรณ์ การะเกตุ, 2561, หน้า 50) สำหรับการรำให้เก็กมาจากประเทศจีน เป็นมวยจีน เป็นศิลปะต่อสู้ป้องกันตัว ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทพื้นที่ การเล่นหมากรูกจีน ในพื้นที่มีมาแล้วเป็นร้อยกว่าปีสมัยบรรพบุรุษ ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ลักษณะการละเล่นท้องถิ่น ตัวหมากรูกคล้ายคลึงกับหมากรูกไทย ซึ่งปัจจุบันมีคนสนใจน้อยลงทุกช่วงวัย และการประดิษฐ์และการเล่นว่าว ทำมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ลักษณะการละเล่นท้องถิ่น เดิมจะเป็นการทำว่าวแบบทั่วไป แต่ปัจจุบันนิยมทำว่าววงเดือน (บุลัน) ในแต่ละการละเล่นล้วนแล้วมีความสำคัญต่อชุมชน ซึ่งสามารถพัฒนาด้านอารมณ์ จิตใจ สติปัญญา สะท้อนถึงค่านิยมของชุมชน (บุญสมหญิง พลเมืองดี และ กนกวัลย์ แจ่มจำรูญ, 2558, หน้า 1) และในการอนุรักษ์จะเริ่มจากสมาชิกครอบครัวมีการปลูกฝังสร้างความรักและหวงแหน (กนกวรรณ ทองคำสิง และคณะ, 2561, หน้า 1320) ในการละเล่นดังกล่าว

ผลการจัดกิจกรรมสืบสานและอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรม พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด นั้นแสดงให้เห็นถึงชุมชนมีความตั้งใจ ตระหนักและมีความต้องการสืบสาน อนุรักษ์ ฟื้นฟูมรดกการละเล่นท้องถิ่นเพราะเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษได้สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน เป็นภูมิปัญญาด้านศิลปะของคนในพื้นที่ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่น่าหลงใหลสำหรับคนที่มาเยือน (วิลาสินี เหมหงส์ และคณะ, 2560, หน้า 59) อีกทั้งชุมชนมีความคาดหวังที่จะได้รับความรู้และเป็นไปตามที่คาดหวังถือว่าชุมชนมีความรู้สึกหรือเจตคติในทางที่ดีในการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้

(Roberts-Lombard, 2009; Kotler, 2003, p. 36; ธนกฤต สุทธินันท์โชติ, 2559, หน้า 26) สำหรับข้อเสนอแนะ เป็นกิจกรรมที่ดี ช่วยปลูกจิตสำนึกให้มีความห่วงใยในมรดกวัฒนธรรมการเล่นท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี และอยากให้จัดกิจกรรมเช่นนี้เป็นประจำทุกปี แสดงให้เห็นว่าจากที่คณะผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบปฏิบัติการการมีส่วนร่วมถือเป็นกระบวนการที่เกิดจากกิจกรรมเพื่อร่วมแก้ปัญหา หรือต้องการพัฒนาที่มีชุมชนหรือประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ และรับผิดชอบต่อจุดมุ่งหมายของกิจกรรมให้เกิดประสิทธิผลรวมถึงความพึงพอใจของคนในชุมชน (นันทิ เพชรบุรี และ บุญสมหญิง พลเมืองดี, 2560, หน้า 408; Keith, 1999; วิษณุ หยกจินดา, 2557, หน้า 7; อาชวิชัย กฤษณสุวรรณ, 2559, หน้า 8) จากที่ชุมชนได้ตระหนักอนุรักษการเล่นดังกล่าวนี้ ย่อมสามารถนำไปสู่กิจกรรมเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าของการมาท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (ซิโนรส ถิ่นวิไลสกุล, 2554)

ข้อเสนอแนะ

ชุมชนตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา มีความต้องการสืบสาน อนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการเล่นท้องถิ่น คือ รำไท่เก๊ก หมากกรุกจีน และการประดิษฐ์และการเล่นว่าว ซึ่งชุมชนมีความตื่นตัว เกิดความภาคภูมิใจ ถือเป็นสิ่งมีคุณค่าต่อมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่ ถือเป็นองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรสืบต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น และเป็นการแสดงอัตลักษณ์เฉพาะ ถือเป็นเสน่ห์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างดียิ่ง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2562*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521. เมื่อ 10 พฤษภาคม 2563.
- กนกวรรณ ทองดำสิง อนุกุล พลศิริ และ เหมือนแพพร รัตนศิริ. (2561). การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการเล่นพื้นบ้านของเด็กไทยภาคเหนือ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 11(1), หน้า 1320-1336.
- ขวัญชนก นัยเจริญ กฤษณา ญนรงค์ และ เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ. (2562). การศึกษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ตำบลหนองกะท้าว อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 16(2), หน้า 77-92.
- ชาย โปธิสิตา. (2552). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ซิโนรส ถิ่นวิไลสกุล. (2554). *สื่อพื้นบ้านกับการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนศาลายา*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ณัฐินี ทองดี. (2560). ความพอเพียง: ฐานคิดการรักษามรดกทางวัฒนธรรมในภาคอีสานสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 12(1), หน้า 35-58.
- ธนกฤต สุทธินันท์โชติ. (2559). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- นที เพชรบุรี และ บุญสมหญิง พลเมืองดี. (2560). กระบวนการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูอนุรักษ์และสืบ
ทอดประเพณีอาบน้ำคั้นเพื่อชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9(5), หน้า 404-419.
- บุญสมหญิง พลเมืองดี และ กนกวัลย์ แจ่มจรรย์. (2558). *การศึกษามรดกวัฒนธรรมเพลงเรือสู่กิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ปรีชา อุปโยคิน. (2558). มานุษยวิทยากับการวิจัยเพื่อการพัฒนา. *MFU Connection*, 4(1), หน้า
163-195.
- มยุรี ถาวรพัฒน์. (2557). *การอนุรักษ์และฟื้นฟูภาษาและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษากลุ่มชาติ
พันธุ์เลอเวือะ (ละว้า) บ้านป่าแป๋ อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้
จาก: www.culturalapproach.siam.edu/images/magaxine/w15ch28/59-66.pdf.
เมื่อ 9 มิถุนายน 2562.
- วิชญ์ หยกจินดา. (2557). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านทุ่งกว้าง
ตำบลทับไทร อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี*. รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการภาครัฐและเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิลาสินี เหมหงษ์ คณิงนิตย์ ไสยโสภณ และ บุญยงค์ หมั่นดี. (2560). การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการ
ท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*
, 19(1), หน้า 59-68.
- ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์ ศิริรัตน์ จันทร์มาลา และ ปิยกันธิ์ สาธารณ์. (2558). พัฒนาการหน้ากากและชุดแต่ง
กายของการละเล่นผีตาโขนในอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. *วารสารพื้นถิ่นโขง ซี มูล*, 1(2), หน้า
37-66.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2562). *จังหวัดสุโขทัย*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://info.ru.ac.th/
province/Sukhotai/world3htm](http://info.ru.ac.th/province/Sukhotai/world3htm). เมื่อ 9 มิถุนายน 2562.
- สยามสปอร์ตคอม. (2562). *ความหมายของการละเล่นพื้นบ้านไทย*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
[http://www.siamsporttalk.com/th/entertainment/menus-general/471-thaiskits.
html](http://www.siamsporttalk.com/th/entertainment/menus-general/471-thaiskits.html). เมื่อ 9 มิถุนายน 2562.
- สุกัญญา ไหมเครือแก้ว พราวตา จันทโร สุภาพร อภิรัตนานุสรณ์ และ ภมรรัตน์ สุธรรม. (2560). ภูมิ
ปัญญาวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นและความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิจัย
เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9(4), หน้า 274-296.
- สุริยะ หาญพิชัย และ ญัฐทิยาภรณ์ การะเกตุ. (2561). มรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นในตำบลบัวชุม
อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์)*, 8(1), หน้า 47-60.
- หุสนา ขุนนุ้ย. (2558). *การละเล่นพื้นบ้าน*. ศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา,
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- อาชวิชัย ฤกษ์สุวรรณ. (2559). จากเวทีเสวนา “ปิดฝุ่นภูมิปัญญาถิ่นที่มาจากเชียงรากน้อย” สู่โครงการ
“3-3-9 พื้นที่สร้างสรรค์...ปันรัก ปันรู้”. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 8(3),
หน้า 4-29.

- อารีรัตน์ พุฒิรุ่งโรจน์. (2557). แนวทางการส่งเสริมการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาว่าวไทย. *Academic Services Journal Prince of Songkla University*, 25(2), หน้า 37-46.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2550). *จิตวิทยาบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อุดลพัฒน์กิจ.
- Keith, D.D. (1999). Human behavior at work-human relations and organization behavior. *New Planner*, 35, p. 216-224.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (Millenium ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Roberts-Lombard, M. (2009). Customer retention strategies implemented by fastfood outlets in the Gauteng, Western Cape and KwaZulu-Natal provinces of South Africa: A focus on something fishy. Nando's and Steers. *African Journal of Marketing Management*, 1(2), p. 70-80.

การพัฒนาแบบวัดทัศนคติต่อธุรกิจบ้านพักในฟาร์มกรณีศึกษา : นักท่องเที่ยวใช้บริการ ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในจังหวัดน่าน

The Development of Attitude Test Towards Farmstay Business Case Study: Tourists Who Come to Use Farmstay Services in Nan Province

พลกฤต รักจุล

Ponkrit Rakjul¹

ภัทรสุดา กันใจแก้ว

Pattarasuda Kanjaikaew²

ณัฐนิชชา อินพ่อง

Natnitcha Oinpong³

บทคัดย่อ

ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในจังหวัดน่าน เน้นส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ การท่องเที่ยวโดยเรียนรู้จากธุรกิจที่ดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้วิถีชีวิตเชิงเกษตรกรรม วัฒนธรรมชุมชน ผ่านการใช้ชีวิตและลงมือทำ เพื่อให้ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในจังหวัดน่าน มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม ดังนั้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติต่อธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม ผู้วิจัยจึงได้ พัฒนาแบบวัดทัศนคติ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม ใช้การ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ในการตรวจสอบคุณสมบัติ ทางจิตมิติ พบว่ามีข้อคำถามจำนวน 26 ข้อ และสามารถแยกได้ 7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ได้แก่ ปัจจัยต่อความตั้งใจ ปัจจัยต่อความรู้ ปัจจัยต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ ปัจจัยต่อการสร้างประโยชน์ ปัจจัยต่อ การสร้างมูลค่า ปัจจัยต่อการพักผ่อน ปัจจัยต่อการสร้างประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยที่พบสอดคล้องกับการ ทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาและสามารถนำไปใช้สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติต่อธุรกิจบ้านพักใน ฟาร์มต่อไป

คำสำคัญ: การพัฒนาแบบวัด ทัศนคติ ธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม

Abstract

Farmstay business in Nan Province focuses on promoting tourists to get experiences in businesses operation and participate in agrarian lifestyle learning, community culture through staying and doing. To operate farmstay business in Nan province continuously and sustainable, entrepreneurs need to learn the attitudes of

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยน่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

E-mail: Ponkrit.ra@gmail.com

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยน่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

E-mail: patarasuda11@gmail.com

³อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยน่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

E-mail: Siriwimol19k@gmail.com

tourists towards the farmstay. Therefore, to study the factors affecting the attitude towards farmstay business, the researcher has developed an attitude test. The samples were tourists who used farmstay services. The data analysis techniques used were the survey component analysis and the confirmatory element analysis. The examination of the psycho-dimensional properties found that there were 26 questions which could be separated to 7 influence factors of attitude including the factor on intention, the factor on knowledge, factor for learning new things, factor on creating benefits, factor on creating value, factor on resting, and factor on building experience. The factors found are consistent with the previous literature review and can be used for further research regarding the attitude towards the farm stay businesses.

Keywords: Scale Development, Attitude, Farm Stay

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ มีวิสัยทัศน์การวิจัยของชาติโดยเน้นการพัฒนาประเทศ โดยใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศให้เกิดความยั่งยืน โดยกำหนดกรอบการวิจัยประเภททุนสร้างสถานภาพนักวิจัยรุ่นใหม่ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 เน้นมิติการพัฒนาศักยภาพยกระดับของเมืองท่องเที่ยวและเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 ได้กำหนดกรอบวิจัย ด้านการบริการ การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เกิดความยั่งยืนโดยสนับสนุนการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิชาการ ชุมชน หน่วยงาน องค์กรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาการบริการ การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับทุกจังหวัดของประเทศไทยให้มีคุณภาพขึ้น

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตภาคเหนือตอนบน ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวให้เป็นเมืองท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือ ซึ่งในยุทธศาสตร์จังหวัดน่านจะส่งเสริมให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวให้ใช้ชื่อว่าเมืองน่านน่าอยู่อย่างไรก็ตามปัจจุบันจังหวัดน่านมีการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ส่งผลให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่จังหวัดน่าน ดังจะเห็นได้ว่าจังหวัดน่านมียุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับประเด็นดังกล่าวซึ่งเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ที่ 8 เรื่อง อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น ดังนั้น การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลในมิติทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้นเพื่อให้จังหวัดน่านเป็นจังหวัดหนึ่งของภาคเหนือตอนบนที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวในมิติทางวัฒนธรรมนั้นมีความพิเศษ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดน่านมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน สภาพวิถีชีวิตในแต่ละยุคสมัย วัฒนธรรมประเพณี รวมไปถึงสินค้าพื้นเมืองในชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าทางจิตใจ และสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น รวมไปถึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมในพื้นที่ซึ่งเริ่มจาก ธุรกิจการท่องเที่ยวเกษตรในจังหวัดน่าน หมายถึง ธุรกิจที่เน้นส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ สัมผัสในสิ่งที่ธุรกิจดำเนินงานการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม

ในการเรียนรู้วิถีชีวิตเชิงเกษตรกรรม และวัฒนธรรมชุมชน ผ่านการใช้ชีวิตและลงมือทำ ในการสร้างรายได้ให้กับจังหวัด แต่ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเกษตรในจังหวัดน่าน มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนจำเป็นต้องทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยศึกษา ผลรวมของการประเมินความรู้สึก ความเชื่อ และการรับรู้ของบุคคล รวมถึงแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบ ในทางใดทางหนึ่ง ต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น ๆ

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาแบบวัดทัศนคติต่อธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในจังหวัดน่าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำแบบวัดทัศนคติต่อธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในจังหวัดน่านไปใช้ในการสร้างงานวิจัยต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้ คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

ตารางที่ 1

แสดงความหมายของทัศนคติ

ผู้ให้ความหมาย	ความหมาย
Newcomb , 1854	มืออยู่ในเฉพาะคนนั้นขึ้นกับสิ่งแวดล้อมอาจแสดงออกในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะคือลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น ๆ
Carter V. Good , 1959	แสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็น การสนับสนุน หรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง
Rosenberg and Hovland , 1960	เป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น
Howard H. Kendler , 1963	สภาวะความพร้อม ของบุคคล ที่จะ แสดงพฤติกรรม ออกมา ในทางสนับสนุน หรือ ต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือ แนวความคิด
Norman L. Munn , 1971	ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือ ปฏิเสธ

ตารางที่ 1

แสดงความหมายของทัศนคติ (ต่อ)

ผู้ให้ความหมาย	ความหมาย
Roger, 1978	ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ
บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2540	เป็นความรู้สึก และความคิดโดยรวมของบุคคล ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือทางลบ
กรวิทย์ ทรัพย์ประเสริฐวิทย์, 2558	สภาวะความพร้อมของบุคคล ที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา ในทาง สนับสนุน หรือต่อต้าน ทั้งทางด้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์หรือ แนวความคิด
ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. 2559	ความพร้อมของบุคคล ที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา ในทาง สนับสนุนทางด้านจิตใจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมี พฤติกรรมโต้ตอบ ในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของ ทัศนคตินั้น โดยสรุป ทัศนคติ ในงานที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ รายการกรองสถานการณ์ ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ทัศนคติ มีผลให้มีการแสดง พฤติกรรม ออกมา จะเห็นได้ว่า ทัศนคติ ประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้น ออกมาโดยทางพฤติกรรม

องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายของทัศนคติสามารถแยกองค์ประกอบของ ทัศนคติ ได้ 3 ประการคือ องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมี ทัศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดี ก็จะมี ทัศนคติ ที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตาม บุคลิกภาพ ของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกจะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมี ทัศนคติ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจาก บุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมี แนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้น ส่วนประกอบทาง ด้านความคิด หรือ ความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็น ส่วนประกอบ ชั้นพื้นฐาน ของ ทัศนคติ และส่วนประกอบนี้ จะเกี่ยวข้อง สัมพันธ์ กับ ความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวก และทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ และการเรียนรู้

ตารางที่ 2

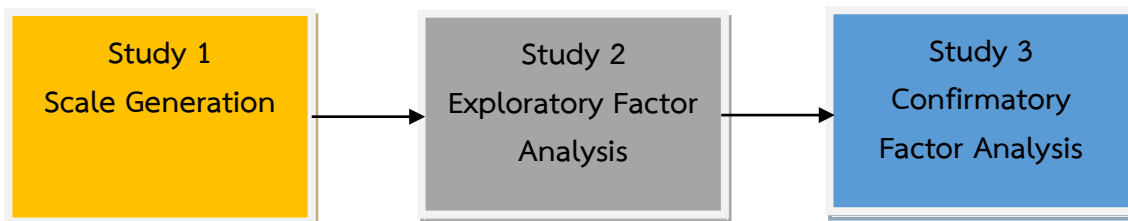
แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ

ตัวแปร	Zimbardo and Ebbeson 1970	Gordon Allport, 1975	Krech and Crutchfield, 1948	ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520	พรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2532	ธงชัย สันติวงษ์, 2539	บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2540	กรวิมล กระจ่างเสวีวิทย, 2558	ศิริพงษ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2559	รวม
ด้านความรู้	√	√	√	√	√	√	√	√	-	8
ด้านความรู้สึก	√	√	√	√	√	√	√	√	√	9
ด้านพฤติกรรม	√	√	√	√	√	√	√	√	√	9
ด้านประสบการณ์	-	-	-	√	-	√	-	-	-	2
ด้านการสื่อสาร	-	-	-	√	-	-	-	-	-	2
ด้านการเลียนแบบ	-	-	-	√	-	-	-	-	-	1
รวม	3	3	3	6	3	4	3	3	2	

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม

ทัศนคติ กับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ มีผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ทัศนคติ มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ในขณะที่เดียวกัน การแสดงพฤติกรรมของบุคคลก็มีผลต่อ ทัศนคติ ของบุคคลด้วย (วิภารัตน์ สุวรรณไวพัฒนา, 2013) กล่าวว่า ทัศนคติ ของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูล ข่าวสารจากผู้อื่น หรือจากสื่อต่าง ๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบของ ทัศนคติ ในส่วนของ การรับรู้ เชิงแนวคิด และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย เมื่อองค์ประกอบของ ทัศนคติ ในส่วนของการรับรู้ เชิงแนวคิดเปลี่ยนแปลงจะทำให้องค์ประกอบในส่วนของการอารมณ์ และ องค์ประกอบในส่วนของการแสดงพฤติกรรม เปลี่ยนแปลงด้วยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัวคือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อการสังเกตต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง

วิธีดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการศึกษา

ระเบียบวิธีวิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 การศึกษา โดยการศึกษาก่อนที่ 1 เป็นการสร้างแบบวัด จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องแนวคิดทัศนคติเพื่อสร้างข้อคำถาม การศึกษาที่ 2 เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(EFA) ซึ่งจะทำให้สามารถลดจำนวนตัวแปรหรือข้อคำถาม และการศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือข้อคำถามที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน(กลยา วานิษฐ์บัญชา, 2555) โดยใช้โปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 21 เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ส่วนการศึกษาที่ 3 เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เพื่อยืนยันโครงสร้างหรือปัจจัยตามทฤษฎีที่ต้องการทดสอบ (Tabachnick&Fidell, 2007) โดยใช้โปรแกรม AMOS เวอร์ชัน 21 จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ 250 คน

ผลการวิจัย

การศึกษาก่อนที่ 1 จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ หลังจากนั้นได้สร้างข้อคำถามขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีตามที่ได้ทบทวนมา จึงได้ข้อคำถามเบื้องต้นทั้งหมดจำนวน 30 ข้อ และสร้างเป็นแบบสอบถามที่มีมาตราวัด 5 ระดับของ Likert Scale (1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง) แล้วทำการทดสอบ face validity กับบุคคลทั่วไป และตรวจสอบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ จำนวน 3 ท่านพิจารณาอีกครั้ง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) จากผลการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.868 แสดงว่า ข้อคำถามทั้ง 28 ข้อ มีความเที่ยงตรงสูงนำไปใช้ได้

การศึกษาก่อนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis :EFA) ในการตรวจสอบความตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity Test) ของแบบวัดที่ได้จากการศึกษาก่อนที่ 1 ซึ่งผลที่ได้จากการทดสอบค่า KMO and Bartlett's Test พบว่าค่า KMO เท่ากับ 0.863 ซึ่งค่าที่ได้มีค่ามากกว่า 0.60 ขึ้นไป และค่า Bartlett's Test of Sphericityมีค่า P Value (Sig) เท่ากับ .000 หมายความว่า ตัวแปรคู่ต่างๆ มีความสัมพันธ์กัน สามารถนำตัวแปรมาทำการทดสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ต่อไปได้ เมื่อนำไปวิเคราะห์ Factor Analysis แล้วผลที่ได้จากการหมุนแกนแบบ Varimax และพิจารณารายข้อ สรุปได้ว่า ตัวแปรที่เหมาะสมทำให้เหลือตัวแปรหรือข้อคำถามทั้งสิ้น 26 ข้อ อยู่ใน 7 องค์ประกอบหรือปัจจัย สำหรับการศึกษาก่อนที่ 3 ค่าเปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวนสะสม (Cumulative% of variance) เท่ากับร้อยละ 66.93 ค่าไอเกนสะสมเท่ากับ 18.34 ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทั้งฉบับอยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่นสูง(Cronbach α = .70) ค่าความเชื่อมั่น

ของแต่ละปัจจัย อยู่ในระดับยอมรับได้ (Cronbach α อยู่ในช่วง .59 - .83) ผลการวิเคราะห์ EFA ดังแสดงในตารางที่ 3 จากนั้นได้ทำการกำหนดชื่อให้แต่ละปัจจัยโดยพิจารณาจากข้อความในแต่ละปัจจัย

ตารางที่ 3

แสดง Factor Loading ของข้อความจากการทำ EFA

Items	factors							(h ²)
	1	2	3	4	5	6	7	
1. ท่านต้องการธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเพื่อผ่อนคลายความเครียด	.806							.738
2. ท่านอยู่ในธุรกิจบ้านพักในฟาร์มที่สวยงามและอากาศบริสุทธิ์	.804							.748
3. ท่านต้องการท่องเที่ยวธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย	.766							.766
4. ท่านต้องการการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร	.630							.428
5. ท่านต้องการใช้เวลาพักผ่อนอย่างสบาย ๆ ที่ใกล้ชิดธรรมชาติ	.533							.656
6. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็น“กิจการเพื่อสังคม”		.813						.784
7. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมและผลักดันสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติให้เป็นที่รู้จัก		.797						.720
8. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		.711						.639
9. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่มุ่งรับผิดชอบต่อสังคมท้องถิ่น		.476						.702
10. ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านอยากไปเรียนรู้			.826					.702
11. ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านอยากไปสร้างประสบการณ์ใหม่			.695					.667
12. ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ			.657					.708
13. ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลายจากการทำงานประจำ			.501					.761
14. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมกิจกรรมของชุมชนในนักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริง				.790				.835
15. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่ช่วยสร้างรายได้เสริมจากการทำเกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพหลักของชุมชน				.763				.488
16. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น				.532				.648
17. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสถานที่หรือสินค้าในท้องถิ่น					.829			.699
18. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่สร้างเศรษฐกิจชุมชนที่ได้อย่างยั่งยืน					.749			.709
19. ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่สะท้อนวิถีชีวิตของสังคมไทย					.625			.670
20. ท่านมีความสุขทุกครั้งที่ได้ใช้บริการธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม						.750		.643
21. ท่านชื่นชอบธุรกิจบ้านพักในฟาร์มที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ						.706		.718
22. ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านผ่อนคลายทุกครั้งหลังจากใช้บริการ						.656		.739
23. ท่านประทับใจทุกครั้งเมื่อได้มาสัมผัสธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม						.424		.665
24. ท่านมีความต้องการสัมผัสกับธุรกิจบ้านพักในฟาร์มด้วยตนเองสักครั้ง							.820	.742
25. ท่านต้องการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม							.694	.696
26. ท่านมีความตั้งใจจะไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นลำดับแรกเมื่อต้องการพักผ่อน							.684	.660

ตารางที่ 3

แสดง Factor Loading ของข้อคำถามจากการทำ EFA (ต่อ)

Items	factors							(h ²)
	1	2	3	4	5	6	7	
Eigenvalue	3.28	2.93	2.69	2.51	2.38	2.33	2.22	18.34
% of variance	14.6	9.98	9.34	9.32	7.96	7.95	7.78	66.93
Reliability (Cronbach α)	0.83	0.69	0.66	0.59	0.73	0.67	0.65	.70

การศึกษาที่ 3 ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(EFA) ในการศึกษาที่ 2 เหลือข้อคำถามจำนวน 26ข้อใน 7 ปัจจัยหลัก จึงได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เพื่อยืนยันโครงสร้างหรือปัจจัยตามทฤษฎีที่ต้องการทดสอบ(Tabachnick&Fidell, 2007) โดยใช้โปรแกรม AMOS เวอร์ชัน21 ประชากรที่สนใจในงานวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน จำนวน 200 คน

ตารางที่ 4

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

	CMIN/DF	CFI	RMSEA	AIC
7 factor	1.092	.998	.022	46.920

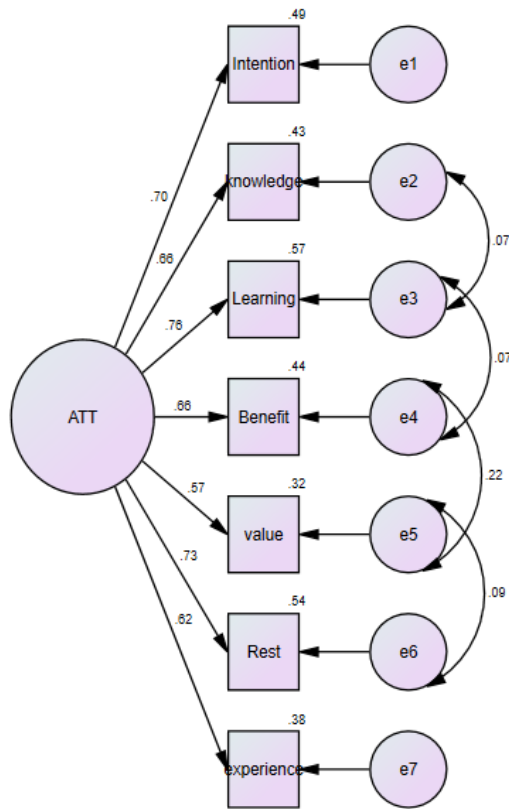
หมายเหตุ: n = 200, CMIN/DF = Chi-Square/Degree of Freedom, CFI = The Comparative Fit Index, RMSEA = Root-Mean-Square Error of Approximation, AIC = Akaike's Information Criterion

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ที่ได้จากการทดสอบโมเดลนั้น พบว่า มีความสอดคล้องกันสูงมาก ประกอบด้วยค่า CMIN/DF = 1.092 , CFI = .998 , RMSEA = .022 , AIC = 523.098 ซึ่งมีค่าที่ดีเนื่องจากค่า CFI = .998 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และ RMSEA = .022 เป็นค่าที่ยอมรับได้เช่นกัน สรุปผลการทำ CFA ทั้งหมดดังตารางที่ 4 ซึ่งหมายความว่าผลที่ได้ยืนยันว่า แบบวัดนี้ประกอบด้วยข้อคำถามที่เหมาะสมทั้งหมด 26 ข้อ ประกอบด้วย 7 ปัจจัยประกอบด้วย

1. ปัจจัยต่อความตั้งใจ (Intention) ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ ได้แก่

- 1.1 ท่านต้องการธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเพื่อผ่อนคลายความเครียด
- 1.2 ท่านอยู่ในธุรกิจบ้านพักในฟาร์มที่สวยงามและอากาศบริสุทธิ์
- 1.3 ท่านต้องการท่องเที่ยวธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย
- 1.4 ท่านต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม
- 1.5 ท่านต้องการใช้เวลาพักผ่อนอย่างสบาย ๆ ที่ใกล้ชิดธรรมชาติ

-
2. **ปัจจัยต่อความรู้ (knowledge)** ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ ได้แก่
 - 2.1 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็น“กิจการเพื่อสังคม”
 - 2.2 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมและผลักดันสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติให้เป็นที่รู้จัก
 - 2.3 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - 2.4 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่มุ่งสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
 3. **ปัจจัยต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ (Learning)**ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ ได้แก่
 - 3.1 ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านอยากไปเรียนรู้
 - 3.2 ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านอยากไปสร้างประสบการณ์ใหม่
 - 3.3 ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆอยู่เสมอ
 - 3.4 ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลายจากการทำงานประจำ
 4. **ปัจจัยต่อประโยชน์ต่อชุมชน (Benefit to the community)**ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ ได้แก่
 - 4.1 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมกิจกรรมของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริง
 - 4.2 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่ช่วยสร้างรายได้เสริมจากการทำเกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพหลักของชุมชน
 - 4.3 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น
 5. **ปัจจัยต่อสร้างมูลค่า (value)**ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ ได้แก่
 - 5.1 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสถานที่หรือสินค้าในท้องถิ่น
 - 5.2 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่สร้างเศรษฐกิจชุมชนที่ได้อย่างยั่งยืน
 - 5.3 ท่านคิดว่าธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นธุรกิจที่สะท้อนวิถีชีวิตของสังคมไทย
 6. **ปัจจัยต่อการพักผ่อน (Rest)**ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ ได้แก่
 - 6.1 ท่านมีความสุขทุกครั้งที่ได้ใช้บริการธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม
 - 6.2 ท่านชื่นชอบธุรกิจบ้านพักในฟาร์มที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ
 - 6.3 ธุรกิจบ้านพักในฟาร์มสามารถทำให้ท่านผ่อนคลายทุกครั้งหลังจากใช้บริการ
 - 6.4 ท่านประทับใจทุกครั้งเมื่อได้มาสัมผัสธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม
 7. **ปัจจัยต่อประสบการณ์ (experience)**ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ ได้แก่
 - 7.1 ท่านมีความต้องการสัมผัสกับธุรกิจบ้านพักในฟาร์มด้วยตนเองสักครั้ง
 - 7.2 ท่านต้องการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในธุรกิจบ้านพักในฟาร์ม
 - 7.3 ท่านมีความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวธุรกิจบ้านพักในฟาร์มเป็นลำดับแรกเมื่อต้องการพักผ่อน



ภาพที่ 2 โมเดลการวัด 7 ปัจจัย

ตารางที่ 5

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของรายตัวแปร

คู่ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย มาตรฐาน (Estimate)	S.E.	C.R. (t-Value)	P- Value	นัยสำคัญทาง สถิติ
Intention <--- ATT	.699	.160	7.969	***	มี
knowledge <--- ATT	.658	.098	7.969	***	มี
Learning <--- ATT	.757	.122	8.934	***	มี
Benefit <--- ATT	.660	.096	7.522	***	มี
value <--- ATT	.566	.090	6.561	***	มี
Rest <--- ATT	.732	.130	8.185	***	มี
experience <--- ATT	.618	.092	7.255	***	มี

ตารางที่ 5 พบว่า ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ (1) เป็นผลการตรวจสอบเชิงลู่เข้า (2) เป็นผลการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (3) เป็นผลการตรวจสอบความเที่ยงเชิงโครงสร้าง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการตรวจสอบเชิงลู่เข้า จากการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับตัวแปรแฝงซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.566 – 0.757 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดคือต้องมีค่ามากกว่า 0.5 จึงสรุปได้ว่ามาตรวัดมีความตรงเชิงลู่

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก จากการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนกของมาตรวัดแต่ละปัจจัยพบว่า AVE ในสดมภ์ที่ทำการตรวจสอบมีค่าสูงกว่าค่า cross construct correlation ทุกค่าในสดมภ์เดียวกัน แสดงให้เห็นว่ามาตรวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกในทุกปัจจัย

ผลการตรวจสอบความเที่ยงเชิงโครงสร้าง พบว่า ค่าความเที่ยงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.566 – 757 มีค่าสูงกว่า 0.5 แสดงว่ามาตรวัดมีความเที่ยงเชิงโครงสร้างค่อนข้างสูง

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในธุรกิจบ้านพักในฟาร์มตามมุมมองของนักท่องเที่ยวซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดต่างๆเกี่ยวกับทัศนคติเพื่อนำมาสร้างข้อคำถามและแสวงหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในธุรกิจบ้านพักในฟาร์มและผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(EFA) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด ดังที่ได้รายงานมาข้างต้น จากข้อคำถามเบื้องต้น 30 ข้อ เหลือข้อคำถามในตอนสุดท้ายเพียง 26 ข้อ ซึ่งประกอบ 7 ปัจจัย ได้แก่ (1)ปัจจัยต่อความตั้งใจ (Intention) ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ (2)ปัจจัยต่อความรู้ (knowledge) ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ (3)ปัจจัยต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ (Learning)ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ (4)ปัจจัยต่อประโยชน์ต่อชุมชน (Benefit to the community)ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ (5)ปัจจัยต่อสร้างมูลค่า (value)ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ(6)ปัจจัยต่อการพักผ่อน (Rest)ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ (7)ปัจจัยต่อประสบการณ์ (experience)ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อจึงได้แบบวัดที่ได้ทำการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพทางจิตมิติในเบื้องต้นมานี้ ซึ่งมีทั้งความตรงตามเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้าง และความเชื่อมั่นที่อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยและแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีข้างต้นโดยเฉพาะงานวิจัยของ(กรวิวิท กรประเสริฐวิทย์(2558)) ซึ่งได้ระบุว่าทัศนคติความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและเพื่อสร้างความมั่นใจสำหรับผู้สนใจในการนำแบบวัดที่ได้รับการพัฒนาในครั้งนี้เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้สนใจจะพัฒนาในกลุ่มเป้าหมายอื่นๆหรือในมุมมองอื่นๆสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ และหากศึกษาแนวทางการวัดโดยใช้หลักการอื่นนอกเหนือจากวิธีที่กล่าวมาในการศึกษารั้งนี้ควรมีการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการศึกษาต่อไป ท้ายที่สุดนี้ประโยชน์ที่ได้จากการพัฒนาแบบวัดนี้ก็เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆให้กับธุรกิจบ้านพักในฟาร์มที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยิ่งขึ้นไป

เอกสารอ้างอิง

- กรวินท์ กรประเสริฐวิทย์(2558). ทักษะคิดความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรมและคุณลักษณะการใช้งานของเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้เครื่องชำระค่าโทรศัพท์อัตโนมัติของประชาชน ใน กรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555) .สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์ธรรมการ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ. ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์(พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). ทักษะคิด: การจัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนามัย. กรุงเทพมหานคร. ไทยวัฒนาพานิช.
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). ทักษะคิด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- รวินท์พรสุวรรณรัตน์. (2559). แรงจูงใจในการทำงานพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและประสิทธิผลการทำงานของบุคลากรวัยทำงาน.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิภารัตน์ สุวรรณไวพัฒนา, น้ำฝน ไททองวงศ์กร, &วิรุฬ จิตราอ่อนจางวาง. (2013). ความสัมพันธ์ ระหว่างความรู้และทัศนคติของผู้สูบบุหรี่ในการป้องกันการสัมผัสควันบุหรี่มือสองให้กับสมาชิก ในครอบครัว. วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมา, 19(1), 31-41.
- ศิริพงษ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. (2559). อิทธิพลของทัศนคติเกี่ยวกับความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิตต่อพฤติกรรมกรรมการครอบครองอาวุธปืนไว้ในที่พักอาศัย. วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์/ Academic Services Journal, Prince of Songkla University, 28(3), 106-123.
- Allport, G. W., & Postman, L. (1975). The Psychology of Rumor (New York: Holt, 1947). PNA Linebarger, Psychological Warfare (Washington, DC: Infantry Journal Press, 1948).
- Good, C. V. (1959). Dictionary of Education. New York: McGraw-HillBook Company.
- Kendler, T. S. (1963). Study guide for Howard H. Kendler's Basic psychology.
- Krech, D., & Crutchfield, R. S. (1948). The field and problems of social psychology.
- Munn, Norman Leslie. 1971. *The evolution of the human mind*. Houghton Mifflin Harcourt (HMH).
- Newcomb, D. (1854, January). Abstract of Descriptions of some Animals of Achatinella, and other remarks. In *Proceedings of the Zoological Society of London* (Vol. 22, No. 1, pp. 310-311). Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.
- Rosenberg, M. J., Hovland, C. I., McGuire, W. J., Abelson, R. P., &Brehm, J. W. (1960). Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components.(Yales studies in attitude and communication.), Vol. III.
- Susman, G. I., &Evered, R. D. (1978). An assessment of the scientific merits of action research. *Administrative science quarterly*, 582-603.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics* (Vol. 5). Boston, MA: Pearson.

Zimbardo, P. G., & Ebbesen, E. B. (1970). Experimental modification of the relationship between effort, attitude, and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(2), 207–213.

แนวคิดในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

The Conceptual Model for Central Region's Local Food Development to Sustainable Food Tourism

ณนนต์ แดงสังวาลย์ Nanoln Dangsungwal¹

เกดศิริ เจริญวิศาล Kaedsiri Jaroenwisan²

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่สามารถสร้างความยั่งยืนทั้งด้านทรัพยากรสังคม และเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน ลักษณะของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะสนใจการเรียนรู้เพื่อเกิดประสบการณ์ใหม่คู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรม อาหารพื้นถิ่นภาคกลางจัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เกิดถ่ายทอดจากบรรพบุรุษจึงถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว และในช่วงปีที่ผ่านมารายได้จากการท่องเที่ยวของภาคกลางมีอัตราการลดลง ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่โดดเด่นจึงเป็นแนวทางแก้ปัญหาที่ดี

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอองค์ประกอบแนวคิดและทฤษฎีในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วทำการวิเคราะห์ ซึ่งจะกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญที่อาจสัมพันธ์กัน ได้แก่ วัฒนธรรมและการบริโภคอาหารไทยท้องถิ่นภาคกลาง ทฤษฎีการท่องเที่ยว แนวคิดหลังสมัยใหม่และการท่องเที่ยวหลังสมัยใหม่ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และแนวคิดนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอาหาร

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว การพัฒนาอาหารพื้นถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

Abstract

Food tourism is one type of niche tourism, which can build the resource, social and economic sustainability in the community. The tourist's characteristic is a person who learns for getting new experiences and to conserve cultures. Central region's local food is a cultural heritage that passed on knowledge from the predecessor, regarding tourism product which contributes tourist motivation to visit tourist attraction. From previous reports showed that central region's tourism income decreased, thus tourism product development is the best way to solve this problem. The purpose of this paper is to present the concepts and theories regarding to central region's local food development to be as sustainable food tourism by literature and research review, used

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการอาหาร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
E-mail: nanoln.d@rmutp.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร. สาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

content analysis method which is based on relational theories such as cultural and central region's local food behavior, tourism, postmodern and tourism in postmodern, sustainable tourism, tourism product, food tourism and innovation in food development.

Keywords: Tourism, Local Food Development, Sustainable Food Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหารจัดเป็นการท่องเที่ยวในยุคหลังนวมัย Urry (2002) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารจัดเป็นนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเภทที่ต้องการความแท้จริง เรียบง่าย วัฒนธรรมและวิถีชีวิต เช่น การค้นหาอาหารประจำชาติและอาหารพื้นถิ่นที่มีวัฒนธรรมแฝงอยู่ (สรีตา พันธุ์เทียม และคณะ, 2560) และจากสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วงเดือนมกราคม ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีรายได้จากการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจากอาหารและเครื่องดื่มระหว่างเดินทางของนักท่องเที่ยวติดอันดับ 1 ใน 3 โดยมีรายได้ 215,093 ล้านบาท หรือ 21.2 เปอร์เซ็นต์ (สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว ยังสามารถช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากการซื้ออาหาร/เครื่องดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 (พรรณี สวนเพลง และคณะ, 2559)

จากโอกาสทางธุรกิจที่กล่าวมารัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งจากนักท่องเที่ยวซึ่งบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564 โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับโครงสร้างและมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มุ่งเน้นพัฒนาจังหวัดภาค และเมืองรอง ด้วยการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ซึ่งนโยบายดังกล่าวยังมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (SDGs) ที่เน้นการพัฒนาในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เชื่อมโยงกันด้วยการสร้างงาน ส่งเสริมวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (United Nations Thailand, 2015)

ในปี พ.ศ. 2562 สถานการณ์การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในประเทศไทย ช่วง 6 เดือนแรกพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วยจำนวน 19.76 ล้านคน ซึ่งเพิ่มจากปี 2561 ที่มีจำนวน 19.42 ล้านคน แต่น้อยกว่าปี 2560 ส่วนด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2562 พบว่า มีการขยายตัวน้อยที่สุดในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะภาคกลางซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยต่ำที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ประสงค์พักค้างคืน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จากอัตรารายได้ของการท่องเที่ยวในประเทศและเขตภาคกลางที่ลดลง ทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำเป็นต้องหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่นเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนและใช้จ่ายมากขึ้น ผู้เขียนจึงมีความสนใจเขียนบทความวิชาการ เรื่องแนวคิดในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน ซึ่งมีขอบเขตด้านเนื้อหาประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้ แนวคิดวัฒนธรรมและการบริโภคอาหารไทยท้องถิ่นภาคกลาง ทฤษฎีการท่องเที่ยว แนวคิดหลังสมัยใหม่และ

และการท่องเที่ยวหลังสมัยใหม่ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และแนวคิดนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอาหาร

วัตถุประสงค์

เพื่อนำเสนอองค์ประกอบแนวคิดและทฤษฎีในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นแนวทางสำหรับการสร้างความเข้าใจเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

วัฒนธรรมและการบริโภคอาหารไทยพื้นถิ่นภาคกลาง

วัฒนธรรม เป็นสิ่งที่แสดงถึงวิถีชีวิตของหมู่คณะหรือสิ่งที่ทำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554, 2556) วัฒนธรรมอาหารไทยจัดเป็นสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์และพัฒนาขึ้นมาจากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ระบบเกษตรกรรม ค่านิยม ชนชาติอื่นจากการอพยพย้ายถิ่นฐาน การเผยแพร่ศาสนา การค้า และความสัมพันธ์ทางการทูต โดยแหล่งวัฒนธรรมหลักในภาคกลางจะเกิดขึ้นในพื้นที่ราบลุ่มที่มีแม่น้ำลำคลองและป่าไม้มีความอุดมสมบูรณ์จนเกิดเป็นค่านิยมและขนบธรรมเนียมประเพณี (วรวิธ สุวรรณฤทธิ์ และคณะ, 2546)

อาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญทางวัฒนธรรม โดยตำรับอาหารจะสามารถบ่งชี้เอกลักษณ์ เชื้อชาติ และลักษณะของบุคคลในท้องถิ่นได้ (Bryant et al., 2003) ดังนั้น วัฒนธรรมอาหารไทยจึงจัดเป็นทรัพยากรที่คุณค่าที่เกิดจากการสั่งสมภูมิปัญญา ประสบการณ์ และทักษะของบรรพบุรุษในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อปรุงอาหารสำหรับใช้บริโภคและถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน (วดีนา จันทร์ศิริ, 2560) อาหารภาคกลางเป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพลจากหลายชาติ เนื่องจากประเทศไทยติดต่อกับต่างชาติตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชซึ่งมีทั้งชาวยุโรปและเอเชีย ด้านรสชาติของอาหารคาวจะมีรสชาติที่หลากหลาย อาทิ เค็ม เผ็ด มัน หวาน เช่น สายบัวต้มกะทิ สะเดาลวกกับน้ำปลาหวาน น้ำพริกปลาหู ส่วนอาหารหวานจะนิยมทำรสหวานจัด เช่น ชูตขนมเครื่องทอง ขนมตาล ขนมดอกโสน (ศรุดา นิติวรการ, 2557) สำหรับความสำคัญของอาหารในด้านการเป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมในบริบทการท่องเที่ยวจากกรณีการศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมและภาพลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นในประเทศมาเลเซียของ Jalis et al. (2009) พบว่า การใช้บริการร้านอาหารและทำกิจกรรมประกอบอาหารสามารถสร้างการรับรู้ความดั้งเดิมของรสชาติ วัตถุดิบ การเตรียมและปรุง การถ่ายทอดประสบการณ์ วัฒนธรรมการบริโภคแบบพื้นบ้านของประเทศได้ดี จึงสรุปได้ว่า วัฒนธรรมและการบริโภคอาหารไทยพื้นถิ่นภาคกลางเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ เชื้อชาติ และวิถีชีวิตของคนไทยภาคกลางที่ถูกพัฒนาจากองค์ประกอบด้านภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม เชื้อชาติ และทรัพยากรที่มีในภูมิภาค จากนั้นได้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ปัจจุบัน สำหรับความสำคัญของวัฒนธรรมการบริโภคอาหารไทยพื้นถิ่นภาคกลางที่มีต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนนั้น ถือเป็นเป้าหมายอีกมิติของ

การพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและยังสามารถเป็นตัวแทนในการสร้างการรับรู้ทางวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดี

การท่องเที่ยว (Tourism)

การท่องเที่ยว คือ ลักษณะของการเดินทางชั่วคราวไปยังจุดหมายปลายทางนอกบ้านหรือนอกสถานที่ทำงานโดยมีการเข้าพักอาศัยและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สร้างขึ้น ทั้งนี้จะมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน นันทนาการ ธุรกิจ หรืออื่น ๆ ภายในระยะเวลาอันน้อยกว่า 1 ปี (Thirumoorthi & Wong, 2015) การจัดการท่องเที่ยวเป็นสหสาขาวิชาชีพที่ต้องเกี่ยวข้องกับศาสตร์หลายแขนงเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจและรูปแบบพฤติกรรมบริการของนักท่องเที่ยว ความสำคัญของการท่องเที่ยวสามารถแยกได้ 4 มิติ คือ (1) ด้านเศรษฐกิจของประเทศ (2) ด้านสังคมก่อให้เกิดความสัมพันธ์ของมนุษยชาติและสันติภาพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน (3) ด้านการเมือง และ (4) ด้านสิ่งแวดล้อม (สมบัติ กาญจนกิจ, 2557) ทั้งนี้การก้าวเข้าสู่สังคมหลังสมัยใหม่ถือเป็นความท้าทายต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะมีความสนใจในความรู้สึกและการเรียนรู้และมีแนวโน้มไปเที่ยวแหล่งใหม่พร้อมค้นหาประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากขึ้น (Bernini & Cracolici, 2015) ซึ่งจะเห็นได้ว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความรู้สึกและประสบการณ์ ทำให้การจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยหลักการจัดการยุคหลังสมัยใหม่เป็นกรอบแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคบนพื้นฐานความยั่งยืนได้ดี

แนวคิดหลังสมัยใหม่และการท่องเที่ยวหลังสมัยใหม่

แนวคิดหลังสมัยใหม่เป็นกระแสที่แสดงถึงปฏิกิริยาที่ตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงของการเติบโตของเศรษฐกิจ สังคม และการถูกครอบงำด้วยสื่อและเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดการถ่ายเทข่าวสารและข้อมูล (จรัสพิมพ์ วัจเย็น, 2554) ลักษณะของกระแสนี้จะผสมผสานระหว่างแนวคิดแบบศึกษาทดลอง (Experimentalism) กับแนวคิดการสะท้อนความจริงเชิงวิพากษ์ (Critical Reflexivity) จึงเป็นการล้มล้างทฤษฎีกระแสหลักเพื่อหามุมมองการสร้างใหม่ ลดการผูกขาดอำนาจและเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงความจริง (ณรงค์ฤทธิ์ สุมาลี, 2558) ลักษณะแนวคิดของกลุ่มคนยุคนี้จะเชื่อว่ามีความจริงที่หลากหลายจะไม่ตีความใดเป็นที่สุดจะให้ความสนใจส่วนย่อย และมีความเคารพต่อพื้นที่ส่วนบุคคลมากขึ้น ทั้งนี้ Warren (2020) กล่าวถึง การลักษณะของการออกแบบและสร้างผลงานในยุคหลังสมัยใหม่จะเป็นลักษณะผลิตเฉพาะกลุ่ม โดยผู้บริโภคจะมองที่ความรู้สึกและการนำไปสู่การค้นหาความรู้และความจริงมากกว่า (Diaconu, 2014)

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในยุคหลังสมัยใหม่ การประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจะไม่สามารถสรุปได้จากการการรับรู้ถึงความแปลกใหม่อย่างเดียวแต่จะประเมินจากทัศนคติและประสบการณ์ร่วมด้วย ดังนั้น เทคนิคการออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว คือ การสนใจในรายละเอียดของความรู้สึกและพฤติกรรมส่วนบุคคลและการสร้างฐานข้อมูลที่บันทึกความต้องการเฉพาะของลูกค้า (D'Urso et al., 2016) นอกจากนี้ Nuryanti (1996) ชี้ให้เห็นว่ามรดกทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สำคัญของการท่องเที่ยวหลังสมัยใหม่ที่เกิดจากการพึ่งพาระหว่างการท่องเที่ยวกับชุมชนใน

ท้องถิ่น จากการเปลี่ยนแปลงข้างต้นรัฐบาลไทยจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งมุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและมรดกของท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวด้วยการเปิดโอกาสให้มีส่วนในการดำเนินกิจกรรมกับคนในชุมชน

สรุปได้ว่า ลักษณะของมนุษย์ในยุคหลังสมัยใหม่โดยรวมจะเป็นการหาความรู้และความจริงด้วยการศึกษาทดลองและการคิดเชิงเหตุและผลส่งผลทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะมีความต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ร่วมกับการรับรู้ถึงความรู้สึกมีส่วนร่วมและการพึ่งพาในสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่ไปเยือน ด้วยเหตุนี้แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคหลังสมัยใหม่จึงมีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนร่วมด้วย

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้งที่ถูกสร้างขึ้นหรือจากธรรมชาติเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่และระบบทางเศรษฐกิจของคนในชุมชนรวมถึงการรักษาทรัพยากรอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการจัดการด้านต้นทุนและผลประโยชน์ที่ได้รับ การรักษาความปลอดภัยและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Briassoulis, 2002) ด้วยเหตุนี้จึงถือว่าการจัดการที่บูรณาการศาสตร์หลายแขนง (Bramwell, 2015)

The Global Sustainable Tourism Council หรือ GSTC (2019) ได้ระบุเกณฑ์ที่ใช้ในการด้านพิจารณาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ (1) การจัดการเพื่อความยั่งยืน ได้แก่ โครงสร้างการจัดการ ความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจและการบริหารความเสี่ยง (2) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ การมอบผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น คุณภาพชีวิตและผลกระทบทางสังคมจากธุรกิจ (3) ความยั่งยืนทางวัฒนธรรม ได้แก่ การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ (4) ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ การบริหารทรัพยากร และการจัดการของเสียและการปล่อยมลพิษ โดยประเด็นสำคัญเพื่อใช้เป็นตัวกำหนดแนวทางในการพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ ทรัพยากร สุขทฤษฎีศาสตร์ เศรษฐกิจ และมรดกที่มีในท้องถิ่น (Dansa & Gonzálezb, 2019) ทั้งนี้ ปิรันธ ชิมโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) กล่าวถึงจุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับยุคหลังสมัยใหม่เนื่องจากการส่งเสริมการใช้วัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นสู่การผลิตเป็นสินค้าและบริการซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ท้องถิ่นและมีการกระจายรายได้ให้ชุมชนเกิดเศรษฐกิจที่ดีและยั่งยืนแก่ชุมชน

จากที่กล่าวมาเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลดีในด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ และยังช่วยรักษาทรัพยากรที่มีในชุมชนให้คงอยู่ สำหรับในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยั่งยืนเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนั้นจำเป็นต้องพัฒนานับพื้นฐานของเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้ง 4 องค์ประกอบ คือ การจัดการเพื่อความยั่งยืน เศรษฐกิจและสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism products)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว คือ สิ่งที่บุคคลซื้อเพื่อเดินทางจากจุดหมายหนึ่งไปยังจุดหมายหนึ่ง และซื้อในขณะที่อยู่ในภูมิภาคอื่น ทั้งนี้ องค์ประกอบที่สำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าและเป็นแรงจูงใจทำให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ของ Smith's five element model ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ (Physical plants) การให้บริการ (Service) สิ่งอำนวยความสะดวก (Hospitality) การมีอิสระในการเลือกใช้บริการ (Freedom of choice) และการมีส่วนร่วม (Involvement) โดยจะเริ่มต้นจากการให้นักท่องเที่ยวมีอิสระในการเลือกใช้บริการคู่กับการมีส่วนร่วม ในกิจกรรม จากนั้นส่งผ่านไปถึงการให้บริการและการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก (Jing, 2010)

ประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ ให้แก่นักท่องเที่ยว (Mckercher, 2016) ประกอบด้วย 5 ประเภท ดังนี้ (1) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความต้องการพื้นฐานหลักของมนุษย์ (2) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว (3) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการสร้างโดยมนุษย์ (4) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากธรรมชาติ ทั้งนี้ ปัจจุบันได้มีการบูรณาการผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการสร้างโดยมนุษย์และเกิดจากธรรมชาติเข้าด้วยกันเพื่อวัตถุประสงค์ของการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายให้ได้มากขึ้น (5) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจ เนื่องด้วยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน การพัฒนาและส่งเสริมทรัพยากรที่มีในชุมชนให้เป็นผลิตภัณฑ์หลัก จึงเป็นประเด็นที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดย Benur & Bramwell (2015) ได้เสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวว่ามี 2 ลักษณะ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มพื้นฐาน (Mass Tourism) และการเพิ่มจำนวนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางเลือก (Niche Tourism) ทั้งนี้ ในขั้นตอนการพัฒนาจำเป็นต้องพัฒนาความสัมพันธ์เพื่อสร้างความร่วมมือในเชิงพื้นที่ด้วย

จากแนวคิดที่กล่าวมา ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคหลังสมัยสมัยที่สนใจประสบการณ์และความรู้สึกซึ่งทำให้ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวนั้นมีความหลากหลาย ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องบูรณาการระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทดังที่กล่าวมาร่วมกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากนักท่องเที่ยวหลายประเทศ ด้วยเหตุนี้แหล่งจำนวนมากต่างใช้อาหารพื้นถิ่นเป็นเครื่องมือ ในการส่งเสริมการตลาด ภูริ ชุณหะวัณ (2560) อธิบายลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าเป็น การท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติ วัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว และเอกลักษณ์ เฉพาะของพื้นที่ร่วมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็น นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ต้องการความแท้จริงด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต (สริตา พันธุ์เทียม และคณะ, 2560) ทั้งนี้ องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมี 5 ส่วนดังนี้ (1) แรงจูงใจ (Motivation) คือ การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของ อาหารที่โดดเด่น การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การสร้างความตื่นเต้น และการสร้างคุณค่าเชิง สุขภาพให้นักท่องเที่ยว (2) วัฒนธรรม (Culture) คือ คุณลักษณะที่ปรากฏ รสชาติ ปริมาณการใช้

ประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (3) ความดั้งเดิมของอาหาร (Authenticity) คือ การเชื่อมโยงที่หลากหลายระหว่างสถานที่ ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม สถานที่ รสชาติ และประวัติผู้สร้างสรรค์ รายการอาหาร (4) การจัดการและการตลาด (Management and Marketing) คือ การแสดงถึงความน่าเชื่อถือของสถานที่ การสร้างภาพลักษณ์ วิธีการนำเสนอ แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมผู้บริโภค และ (5) การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของพื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Orientation) เช่น การแสดงถึงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและอาหารของแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (Ellisa et al., 2018)

จากการวิเคราะห์บทความเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลสุดยอดอาหารและเครื่องดื่มโลกในปี 2011 และปี 2018 ของ CNNgo (Cable News Network: CNN) ที่ผ่านมา พบว่า แกงมัสมั่นได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 1 รองลงมา คือ ต้มยำกุ้งและส้มตำ ซึ่งทั้ง 3 รายการนี้ได้รับความนิยมทั้ง 2 รอบของการจัดอันดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, มปป.) นอกจากนี้ อรอนงค์ ทองมี (2558) ยังกล่าวถึงรายการอาหารไทยที่ขึ้นชื่อสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น มัสมั่น ผัดไท แกงเชียงหวาน ต้มยำไก่ ต้มยำกุ้ง ข้าวมันไก่ ผัดกระเพรา หมูสะเต๊ะ ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ และรวมถึงการบริโภคอาหารแบบสำหรับของกลุ่มชาติพันธุ์ในแต่ละภูมิภาคยังสามารถสร้างความท้าทายให้กับนักท่องเที่ยวได้ดี ดังผลการศึกษาความสำเร็จของการรับรู้อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำจังหวัดเลยของ Chaigasem & Tunming (2019) พบว่า การค้นหาเมนูพื้นถิ่นของจังหวัด เช่น ข้าวบูน น้ำแจ่วเพื่อเป็นรายการอาหารสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นสามารถสร้างการตระหนักรู้ด้านรสชาติ ส่วนประกอบพื้นถิ่น คุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพและความคุ้มค่า และสร้างภาพลักษณ์อาหารประจำจังหวัดที่มีความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารที่รับประทานในชีวิตประจำวันให้นักท่องเที่ยวได้ดี

จากที่กล่าวมาชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยสามารถเป็นเครื่องมือที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความต้องการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมให้มาเยือนได้ โดยเฉพาะอาหารพื้นถิ่นซึ่งเป็นอาหารที่ความโดดเด่นขององค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาทิ การสร้างแรงจูงใจ วัฒนธรรม ความดั้งเดิมของอาหาร และหากพิจารณาถึงแนวการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การพัฒนาจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาจากเดิมที่ผู้ผลิตเป็นผู้ออกแบบกิจกรรมเป็นการให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม อีกทั้งควรมีการบูรณาการร่วมกับศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผลที่เกิดขึ้นนอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้วแต่ยังสามารถช่วยสร้างความหลากหลายที่ยั่งยืนให้แก่การท่องเที่ยวและชุมชนอีกด้วย

นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอาหาร

นวัตกรรมเป็นกระบวนการนำสิ่งใหม่หรือความคิดเพื่อแก้ปัญหาและเป็นกระบวนการสร้างการยอมรับโดยมีวิธีการดำเนินการตามความคิดและกระบวนการ ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมบริการจึงเป็นความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการพัฒนาลักษณะสินค้าหรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการบูรณาการศาสตร์คู่กับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอันก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของการบริการ (วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์ และคณะ, 2557) ทั้งนี้ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริการสำหรับร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Product Innovation) คือ การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่หรือมีปรับปรุงอย่างมีนัยสำคัญ

(2) นวัตกรรมด้านกระบวนการจัดการ (Process Innovation) คือ การเปลี่ยนแปลงโดยมุ่งหวังเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพ และ (3) นวัตกรรมทางการตลาด (Marketing Innovation) เป็นกระบวนการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานโครงสร้างและการสร้างความร่วมมือของธุรกิจทั้งภายในและภายนอกองค์กร (Camisona & Monfort, 2012) อย่างไรก็ตามกระบวนการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารยังขึ้นอยู่กับวิธีการที่ผู้ประกอบการนั้นเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อการพัฒนาอาหารด้วยเช่นกัน (Olsen, 2015) นั้นแสดงว่า ผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการเอง (Human Capital of the restaurant owner) รวมถึงการรับรู้ระดับความสามารถของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial self-efficacy; ESE) (Lee et al., 2016)

ทั้งนี้ เกณฑ์พื้นฐานในการพิจารณานวัตกรรมประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งบ่งชี้รูปแบบต่าง ๆ จากนวัตกรรมและผลกระทบของนวัตกรรมที่สามารถสังเกตได้ (Hall & Williams, 2008) โดยการวัดระดับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหารและบริการสามารถใช้การสอบถามระดับการรับรู้การตอบสนองความต้องการขณะใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับประสบการณ์ของการให้บริการกับคู่แข่ง (Lin, 2013) ควบคู่กับการพิจารณาสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพและกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการออกแบบหรือสร้างนวัตกรรมอาหารขึ้นมาใหม่ด้วย (Grissemann et al., 2013)

การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นระบบที่ใช้จินตนาการหลากหลายจากกลุ่มคนต่างสาขา ต้นแบบที่สร้างขึ้นจะถูกนำไปทดสอบเพื่อนำผลลัพธ์ไปปรับแก้จนได้นวัตกรรมที่สมบูรณ์ ขั้นตอนของกระบวนการคิดเชิงออกแบบของ ดี สกูด (IDEO) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ (1) การทำความเข้าใจเชิงลึก (Empathize) (2) การตีความปัญหา (Define) (3) การระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด (Ideate) (4) การพัฒนาต้นแบบ (Prototype) และ (5) การทดสอบต้นแบบ (Test) (นุชจรี กิจวรรณ, 2561) ในอุตสาหกรรมอาหารการคิดเชิงออกแบบถือเป็นวิธีการเรียนรู้สำหรับสร้างนวัตกรรมอาหารเพื่อการปรับปรุงและทดสอบคุณภาพอาหาร โดยแนวทางในยุคนี้ใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ (1) การทำความเข้าใจเชิงลึก (Customer Empathize) การทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด (2) การพิจารณาปัญหาและพัฒนาเพื่อสร้างต้นแบบ (Visualization and Rapid Prototyping) และ (3) การบูรณาการองค์ความรู้ (Collaboration) ข้อดีอีกด้านของการใช้การคิดเชิงออกแบบ คือ ช่วยพัฒนาความคิดของพนักงานที่เกิดระหว่างการสร้างนวัตกรรมใหม่ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร (Olsen, 2015)

จากนิยามและความสำคัญของนวัตกรรมและนวัตกรรมอาหารชี้ให้เห็นถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือและองค์ความรู้หลายด้าน ซึ่งเริ่มจากการทำความเข้าใจเชิงลึกของนักท่องเที่ยว การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบ และการบูรณาการองค์ความรู้เพื่อหาข้อสรุปที่สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังรวมถึงทุนมนุษย์และการรับรู้ระดับความสามารถของผู้ประกอบการซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้นำของการพัฒนา ความร่วมมือจากผู้ร่วมงานในองค์กร ประชาชนท้องถิ่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีการเลือกวิธีการพัฒนาที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวและความต้องการผู้บริโภค

สรุปและอภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเลือกที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมในท้องถิ่น สำหรับความพร้อมของอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตภาคกลาง พบว่า เป็นภูมิภาคที่มีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่หลากหลายอันเกิดจากลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่ส่งผลทำให้มีวัตถุดิบและวิธีการปรุงที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่น นอกจากนี้ยังรวมถึงการได้รับอิทธิพลจากชาติอื่น ๆ ในอดีต โดยประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคกลางนั้นสามารถแบ่งออกได้ 2 มิติ คือ มิติการสร้างควมยั่งยืนในระดับชุมชน ได้แก่ การส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจและมีการจ้างงานในระดับชุมชน การอนุรักษ์วัฒนธรรมอันเกิดจากภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ และการบริหารทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่มีในพื้นที่ด้วยการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษของประเทศไทย และมิติการสร้างควมยั่งยืนในระดับประเทศ ได้แก่ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและดึงดูดการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ผ่านการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นของไทย อย่างไรก็ตามผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากขึ้นทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจต่อนักท่องเที่ยวรวมถึงทำให้เกิดความพึงพอใจจนเกิดกลับมาใช้บริการซ้ำ บทความวิชาการนี้จึงสรุปองค์ประกอบเชิงทฤษฎีที่ใช้สำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน (แสดงดังภาพที่ 1)

องค์ประกอบเชิงทฤษฎีที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนจะมีความเชื่อมโยงในภาพรวม 3 ส่วน ดังนี้ (1) แนวคิดและทฤษฎีหลัก คือ การใช้แนวคิดการจัดการหลังสมัยใหม่เป็นทฤษฎีหลัก เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความเชื่อว่าความรู้และความจริงมีความหลากหลาย (2) แนวคิดและทฤษฎีรอง ประกอบด้วย ทฤษฎีการท่องเที่ยวซึ่งมีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์และความต้องการของนักท่องเที่ยว แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งมีความสัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรที่โดยเฉพาะอาหารที่มีอยู่ในชุมชนด้วยการบูรณาการเพื่อการคงอยู่ทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน แนวคิดและทฤษฎีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวซึ่งมีความสัมพันธ์กับการสร้างความเข้าใจลักษณะและความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแต่ละระดับที่มีอยู่ในชุมชนสู่การใช้เป็นแนวทางในการเลือกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และแนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีความสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางเลือกที่สามารถตอบสนองประสบการณ์และการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมทางอาหารที่ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น และ (3) แนวคิดและทฤษฎีเสริม ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีวัฒนธรรมและการบริโภคอาหารไทยพื้นถิ่นภาคกลางสัมพันธ์กับการค้นหาอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นภาคกลางที่เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและแนวคิดและทฤษฎีนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอาหารที่สัมพันธ์กับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ



ภาพที่ 1 กรอบความคิดเชิงทฤษฎีในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าสาเหตุหลักของการมาเยือนของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การสร้างแรงจูงใจที่สามารถสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้ ด้วยเหตุนี้ ความเป็นแก่นแท้ของอาหารพื้นถิ่นภาคกลาง วิธีการจัดการทรัพยากรด้านอาหารและวัฒนธรรมในชุมชนและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จึงถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการศึกษาในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จรัสพิมพ์ วั่งเย็น. (2554). แนวคิดหลังสมัยใหม่: การย้อนสู่โลกแห่งภูมิปัญญา. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*, 13(1), 20-23.
- ณรงค์ฤทธิ์ สุมาลี. (2558). *แนวคิดของกลุ่มหลังสมัยใหม่ (Post Modern)*. มหาสารคราม: โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์มหาวิทยาลัยมหาสารคราม.
- นุชจรี กิจวรรณ. (2561). กระบวนการคิดออกแบบ: มุมมองใหม่ของระบบสุขภาพไทย. *วารสารสภาการพยาบาล*, 33(1), 5-14.
- ปรีนธ์ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(1), 250-268.
- พรณี สวนเพลง และคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*, 4(2), 38-45.
- ภูริ ชุณหะวัณ. (2560). ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(1), 321- 332.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. (2556). กรุงเทพมหานคร: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.
- วรวิฑูร์ สุวรรณฤทธิ์ และคณะ. (2546). *วิถีไทย*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

- วลัยลักษณ์ รัตน์วงศ์, ณัฐธิดา สุวรรณโณ และธีรศักดิ์ จินดาบถ. (2557). การวัดนวัตกรรมบริการของธุรกิจท่องเที่ยวไทย: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *Journal of Management Sciences*, 31(1). 119-146.
- วศิณา จันทศิริ. (2560). *วัฒนธรรมอาหารไทย: อีกหนึ่งพลังสู่ประชาคมอาเซียน*. สืบค้น 5 มีนาคม 2563, จาก <http://humaneco.stou.ac.th/UploadedFile/Title%20HE%20Journal>
- วิษุตา ร้อยพิลา และปริดา ไชยา. (2558). องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยเกษตรกรรม ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 10(3), 197-211.
- ศรุตดา นิติวรรณ. (2557). อาหารไทย: มรดกทางวัฒนธรรมของชาติ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 5(1), 171-179.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). *นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมารีสา โกเศยะโยธิน. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง. *Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University*, 9(3), 190-198.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ สร้างความสามารถในการแข่งขันมหาอำนาจทางการเกษตร แม่เหล็กท่องเที่ยวโลก*. สืบค้น 5 มีนาคม 2563, จาก https://www.nesdb.go.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=7298&filename=
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ม.ค.-มิ.ย.61*. สืบค้น 3 มีนาคม 2563, จาก <https://secretary.mots.go.th/index.php>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว: Tourism Economic Review*. สืบค้น 3 มีนาคม 2563, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20191025094442.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (มปป). *สุดยอดอาหารและเครื่องดื่ม*. สืบค้น 8 พฤษภาคม 2563, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/thairanking/rank14.html>
- อรอนงค์ ทองมี. (2558). วัฒนธรรมอาหารล้านนา: การพัฒนาเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการวิจัยและงานสร้างสรรค์ราชชมงคลธัญบุรี*, 2(1), 25-54.
- Bernini, C. and Cracolici, M. F. (2015). Demographic change, tourism expenditure and life cycle behavior. *Tourism Management*, 47, 191-205.
- Benur, M. A. and Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 54, 213-224.
- Bramwell, B. (2015). Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research*, 54, 204-218.
- Briassoulis, H. (2002). Sustainable tourism and the question of the commons. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1065-1085.
- Bryant, C. A., DeWalt, K. M., Courtney, A., & Schwartz, J. H. (2003). *The cultural feast: An introduction to food and society*. Canada: Wadsworth/ Thomson Learning.

-
- Camisona, C. and Monfort, V. M. (2012). Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. *Tourism Management*, 33, 776-789.
- Chaigasem, T. and Tunming, P. (2019). A local cuisine tourism approach to authenticity and a sense of place for Postmodern gastronomy in I-SAN Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8, 1-14.
- Ellisa, A., Parkb, E., Kimc, S. and Yeomanb, L. (2018). What is food tourism. *Tourism Management*, 68, 250–263.
- Dansa, P. E. and Gonzálzb, A. P. (2019). Sustainable tourism and social value at World Heritage Sites: Towards a conservation plan for Altamira, Spain. *Annals of Tourism Research*, 74, 68-80.
- Diaconu, M. A. (2014). Truth and Knowledge in Postmodernism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 137, 165 – 169.
- D'Urso, P., Disegna, M., Massari, R. and Osti, L. (2016). Fuzzy segmentation of postmodern tourists. *Tourism Management*, 55, 297-308.
- Grisse mann, U., Plank, A., & Brunner, S. A. (2013). Enhancing business performance of hotels: The role of innovation and customer orientation. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 347-356.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). *Tourism and innovation*. London: Routledge.
- Jalis, H., Salehuddin, M., Zahari, M., Zulkifly, I. M. and Othman, Z. (2009). Malaysian Gastronomic Tourism Products: Assessing the Level of their Acceptance among the Western Tourists. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 2, 31-44.
- Jing, B. X. (2010). Perceptions of tourism products. *Tourism Management*, 31, 607–610.
- Lee, C., Hallak, R. & Sardeshmukh, R. S. (2016). Innovation, entrepreneurship, and restaurant performance: A higher-order structural model. *Tourism Management*, 53, 215-228.
- Lin, L. (2013). The impact of service innovation on firm performance. *The Service Industries Journal*, 33(15), 1599-1632.
- Mckercher, B. (2016). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 54, 196-208.
- Nuryanti W. (1996). Heritage and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 249-260.
- Olsen, N. V. (2015). Design Thinking and food innovation. *Trends in Food Science & Technology*, 41, 182-187.
- The Global Sustainable Tourism Council. (2019). *GSTC Destination Criteria Version 2.0*. สืบค้น 5 มีนาคม 2563, จาก <https://www.gstcouncil.org>

- Thirumoorthi, T. and Wong, K. M. (2015). *Tourism : Chapter 24*. Kuala Lumpur: UM Press.
- United Nations Thailand. (2015). *เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย*. สืบค้น 30 เมษายน 2563, จาก <https://www.un.or.th/globalgoals/th/the-goals/>
- Urry, J. (2002). *The Tourism Gaze*. London: Sage.
- Warren, S. (2020). Postmodern City. *International Encyclopedia of Human Geography*, 2, 315-322.

การวิเคราะห์ความหลากหลายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสู่การศึกษาการท่องเที่ยว พหุวัฒนธรรม

Analysis of Historical and Multicultural Diversity to the Study of Multicultural Tourism

ประกาศ ปาวา ทองสว่าง

Prakart Pawa Thongsawang¹

เก็ดศิริ เจริญวิศาล

Kaedsiri Jaroenwisan²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการอยู่ร่วมกันบนเส้นทางพหุวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ผลการศึกษาพบว่า ปัตตานีเป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเพียบพร้อมไปด้วยประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม อีกทั้งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งผืนป่า สายน้ำ ภูเขา และท้องทะเล ที่ดำรงความสมบูรณ์และสวยงาม อีกทั้งยังมีวิถีชีวิต ประเพณี และหลักศรัทธาความเชื่อของผู้คนที่หลากหลายมาผสมผสานกันผ่านการอยู่ร่วมกัน โดยเกิดจากการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์และการอยู่ร่วมกันจนกลายเป็นเมืองแห่งพหุวัฒนธรรมทั้งชาวไทยพุทธ ชาวไทยจีน และชาวไทยมุสลิม ปัจจุบันกลายเป็นเมืองปัตตานีถูกเรียกขานเป็น “เมืองปัตตานีบนเส้นทางวงแหวนพหุวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นรากฐานที่เข้มแข็งต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติทางสังคมและวัฒนธรรม

คำสำคัญ: พหุวัฒนธรรม ความยั่งยืน

Abstract

The objective of this research is to study the context of coexistence on the multicultural path in order to lead to the development of multicultural tourism in Pattani Province. This research is a qualitative research and data was collected from in-depth interviews and non-participation observation.

The study found that Pattani is a province that is unique and rich in history, art, culture, and an abundance natural resources including forests, rivers, mountains and the sea that are extremely beautiful. There is also a way of life, traditions and the

¹ อาจารย์ประจำสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

E-mail: octoberap@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร. สาขาวิทยาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

beliefs of various people blended together through cohabitation which are caused by the maintenance of ethnic identities and the cohabitation which resulted in multiculturalism of the Thai Buddhists, Chinese Thais and Muslim Thais. Pattani has recently become a city on the multicultural ring road which is considered as a strong foundation for sustainable tourism in the social and cultural dimensions.

Keywords: Multiculturalism, Sustainability

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกลไกที่ทำให้มนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการในเรียนรู้ด้วยการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อาศัยของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันการขยายตัวของระบบเครือข่ายการสื่อสาร ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การคมนาคม และการแข่งขันต่างๆ ล้วนส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก แม้ว่าโลกเผชิญปัญหาด้านการเมือง เศรษฐกิจ และภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นอย่างมาก แต่ความเป็นโลกาภิวัตน์ยังคงส่งเสริมให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกในอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ยืนยันว่าการท่องเที่ยวยังคงเติบโตต่อไปและทำคาดว่าปี 2563 จะมีการเดินทางทั่วโลกจำนวน 1.56 พันล้านครั้ง การเดินทางจำนวนมหาศาลนี้ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมข้ามชาติทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และโลก (WTO : 2001) และวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ขณะเดียวกัน วัฒนธรรมของแต่ละประเทศจะมีการเคลื่อนไหวไปยังประเทศอื่นโดยผ่านการประชุมหรือสัมมนา การจัดงานแสดงสินค้า อาหาร ดนตรี ภาพยนตร์ และสื่อโฆษณาต่างๆ (Richards, 2007: 4) ซึ่งยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตนเพื่อเรียนรู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่าสถาปัตยกรรม ศิลปะ ประเพณี เทศกาล วิถีชีวิตของคนในพื้นที่อื่น เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์, 2554 : 32)

เมื่อเอ่ยถึง “จังหวัดชายแดนภาคใต้” หลายๆ คนมักจะโยงไปถึงภาพเหตุการณ์ไม่สงบ เสียงระเบิด และกระสุนปืน แต่ในอีกแง่มุมหนึ่งพื้นที่นี้กลับเต็มเปี่ยมไปด้วยความศรัทธาท่ามกลางความเชื่อหลากหลาย เกิดเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม “จีน-พุทธ-มุสลิม” ที่อยู่ร่วมกันมาอย่างช้านาน โดยเฉพาะในจังหวัดปัตตานี

ปัตตานีเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมมาแต่โบราณ ตามธรรมชาติของเมืองท่า ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเดินเรือ เป็นจุดเทียบท่าของพ่อค้าพาณิชย์ และผู้อพยพย้ายถิ่นฐาน พบหลักฐานทางประวัติศาสตร์มีการตั้งถิ่นฐานอาณาจักรโบราณในคาบสมุทรมลายูมาตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 7 โดยมีอาณาจักรลังกาสุกะเป็นอาณาจักรแรกในคาบสมุทรมลายู และปัตตานีก็เป็นเมืองท่าของอาณาจักรนี้ อาณาเขตของอาณาจักรลังกาสุกะจรดทะเล 2 ฟัง คือฝั่งตะวันออกติดกับอ่าวไทยบริเวณปัตตานี และฝั่งตะวันตกติดอ่าวเบงกอลจรดเมืองไทรบุรี จึงเป็นเมืองท่าที่รุ่งเรืองมากในอดีต นอกจากการประมงแล้ว ยังต้อนรับเรือสินค้าจากทั้งจีน อาหรับ ยุโรป อย่างโปรตุเกส อังกฤษ และฮอลันดา ด้วย นอกจากนี้ยังมีสำเภาจีนที่อพยพคนมาตั้งถิ่นฐานอีกเป็นจำนวนมากแต่ละยุค ด้านศาสนาพื้นที่นี้ก็เคยนับถือฮินดูมาก่อน แล้วจึงเปลี่ยนเป็นพุทธ มาสู่นครอิสลาม ปัตตานีจึงมีวัฒนธรรมผสมผสานระหว่างศาสนาฮินดู พุทธ อิสลาม และความเชื่อของชาวจีนด้วย

นอกจากนี้จังหวัดปัตตานี ซึ่งเป็นอีกที่หนึ่งที่โดดเด่นในแง่สังคมพหุวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวอันเลื่องชื่อของจังหวัดนี้มีทั้งวัด มัสยิด และศาลเจ้าของพี่น้องชาวจีน โดยเฉพาะมัสยิดกรือเซะ ซึ่งตั้งอยู่ที่ ต.ตันหยงลูโละ อ.เมืองปัตตานี เป็นศาสนสถานของพี่น้องมุสลิมนั้น ใช้ปฏิบัติศาสนกิจมาตั้งแต่ก่อนสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น และยังคงใช้ปฏิบัติศาสนกิจต่อเนื่องมาจนถึงทุกวันนี้ ถัดจากมัสยิดกรือเซะ ก็เป็นสุสานเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว ศาสนสถานพี่น้องชาวจีนเคาน์บ๊ว และวัดช้างให้ ของชาวไทยพุทธ จากปัจจัยทั้งหมดข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาพหุวัฒนธรรมการท่องเที่ยวสู่การศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมหลากหลายในจังหวัดปัตตานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการอยู่ร่วมกันบนเส้นทางพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาพหุวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดปัตตานี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพหุวัฒนธรรม หัวข้อนี้ผู้วิจัยได้สำรวจวรรณกรรมจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดพหุวัฒนธรรม ซึ่งจะอธิบาย ใน 2 หัวข้อ คือ หัวข้อแรกความหมายและองค์ประกอบของพหุวัฒนธรรม และหัวข้อที่สองคือ แนวคิด การอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม มีรายละเอียดดังนี้

ความหมายและองค์ประกอบของพหุวัฒนธรรม สังคมที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่หลากหลายทางชาติพันธุ์มีความแตกต่างทางด้านภาษา วิถีชีวิต การนับถือศาสนา เรียกสังคมที่มีลักษณะเช่นนี้ว่าพหุวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ ดุสิต หวันเหลี่ยม (2552) กล่าวถึงลักษณะของสังคมพหุวัฒนธรรมไว้ว่า “การที่คนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน แต่ก็มาอยู่รวมกัน ใน บริเวณเดียวกัน ลักษณะอย่างนี้เรียกว่า สังคมพหุวัฒนธรรม และนักวิชาการไทยชื่อ บรรพต วีระสัย (2526) ได้ให้กรอบแนวคิดลักษณะสังคมที่มีความหลากหลายเป็นสังคมที่มีองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ (1) มีหลายเชื้อชาติ หลายศาสนาปะปนอยู่รวมกัน ในชาติเดียวกัน (2) มีวัฒนธรรมหรือนวัตกรรมของ เชื้อชาติหรือศาสนาแตกต่างกัน (3) มีการขัดแย้งกันในเรื่องเชื้อชาติหรือศาสนา (4) มีบางกลุ่มในเชื้อชาติ หลายศาสนา หลายวัฒนธรรมที่ครองอำนาจอยู่ จากองค์ประกอบของพหุวัฒนธรรม ซึ่งจะเห็นได้ว่าสังคม พหุวัฒนธรรมมีปรากฏการณ์ที่ทั้งสองวัฒนธรรมต้องมาสัมพันธ์กันซึ่งมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ โดยที่ อมรา พงศพิชญ์ (2542) นักวิชาการไทยที่สนใจศึกษาและมีผลงานทางด้านวัฒนธรรม การศึกษาทางด้าน ชนชาติพันธุ์ได้พิจารณาถึงเรื่องความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมหรือการปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม ย่อมมีทั้ง เชิงบวกและเชิงลบ โดยคำศัพท์ที่ใช้ต่างกันอยู่หลายคำ รายละเอียดมีดังนี้

1. การปรับตัว การปรับตัว อาจจะศึกษาจากการปรับตัวทางชีวภาพและการปรับตัวทางวัฒนธรรมระหว่างสิ่งที่ ศึกษา อาจเป็นมนุษย์และสัตว์กับสภาพแวดล้อมรอบตัวและแหล่งที่อยู่ การศึกษาในลักษณะเช่นนี้มักเป็น การพิจารณาเชิงประวัติศาสตร์ว่าได้มี (ก) การเปลี่ยนแปลงเพื่อจัดระบบความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกัน (ข) การปรับเปลี่ยนตัวมนุษย์หรือสัตว์เพื่อให้ความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมเป็นความสัมพันธ์ที่เหมาะสม (ค) การปรับสภาพแวดล้อมเพื่อให้อัดคล้องกับสภาพของมนุษย์หรือสัตว์ การใช้คำว่าปรับตัวจึงมักใช้ ในความหมายของการปรับเปลี่ยนส่วนหนึ่งส่วนใดหรือหลายส่วนเพื่อให้ความสัมพันธ์คล้องตัว

อมรา พงศาพิชญ์ (2542) เสนอข้อคิดการพิจารณาเรื่องการปรับตัวทางวัฒนธรรมนี้ เอาไว้ว่า

1. การศึกษาเรื่องการปรับตัวทางวัฒนธรรมควรพิจารณาองค์ประกอบด้าน ศิลปวัฒนธรรม (วรรณคดี ดนตรี การแสดง และศิลปกรรมอื่นๆ) และสังคมวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิต ความเชื่อ ฯลฯ

2. องค์ประกอบต่างๆ ของวัฒนธรรมเรียงร้อยประสานเข้าเป็นวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นองค์รวม มีลักษณะเฉพาะของแต่ละวัฒนธรรม

3. การปฏิสัมพันธ์กับสังคมข้างเคียง หรือการค้นพบสิ่งใหม่ภายในสังคมตนเองจะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเพื่อการคงอยู่ของสังคมวัฒนธรรมนั้นๆ

4. วัฒนธรรม คือ ระบบสัญลักษณ์ ขององค์ประกอบแต่ละส่วนมีความหมายและสื่อความหมายที่ลึกซึ้งและกว้างขวางกว่าข้อเท็จจริง เช่น ธงมีความหมายมากกว่าผ้าผืนหนึ่ง

5. การดำรงชีวิตของมนุษย์ต้องดำเนินเป็นกลุ่ม การปรับเปลี่ยนสังคมเป็นการปรับเปลี่ยนในกลุ่มมากกว่าในระดับปัจเจกบุคคล การสืบทอดวัฒนธรรมต้องถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่งเป็นกลุ่ม การปรับตัวทางวัฒนธรรมจึงเป็นการปรับเปลี่ยนของกลุ่ม

6. พฤติกรรมมนุษย์ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ ไม่มีพฤติกรรมใดที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้

7. การถ่ายทอดวัฒนธรรมจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งมีกระบวนการและขั้นตอนของมัน

2. การผสมผสานวัฒนธรรม นักวิชาการทั้งในและต่างประเทศได้พูดถึง การผสมผสานวัฒนธรรม หรือการสังสรรค์ทาง วัฒนธรรม ดังต่อไปนี้

สุพจน์ แสงเงิน (2542) กล่าวถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมไว้ว่า การผสมผสานทางวัฒนธรรม คือ การเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรม กล่าวคือ เมื่อกลุ่มชนหนึ่งที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันได้ติดต่อ สัมพันธ์กัน จะมีการเผยแพร่กระจายและมีการรับวัฒนธรรมกันขึ้น มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับ ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองฝ่าย เช่น ชาวไทยมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับชาวจีน จึงรับเอาคำศัพท์ใน ภาษาจีนหลายคำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ส่วนคนจีนจะหันมาใช้ภาษาไทยในการติดต่อสื่อสารกัน

นิยพรรณ วรรณศิริ (2550) กล่าวว่า การที่วัฒนธรรมที่ต่างกันสองวัฒนธรรมมาพบกัน สัมผัสกัน และเกิดการหยาบย้อมเปลี่ยนกันใช้ในระยะเวลาที่สม่ำเสมอและยาวนานพอสมควร วัฒนธรรมทั้งสองจะ ผสมผสานกันและปะปนกันไปหมด แต่ก็ยังรู้ว่าเป็นวัฒนธรรมของใครไม่ถึงกับปนกันแยกไม่ออก เมื่อผู้ หยาบย้อมวัฒนธรรมของผู้อื่นกลุ่มเข้าสู่กลุ่มชนเดิมของตนวัฒนธรรมเดิมนั้นก็จะดำรงรูปแบบเดิมได้ดีอยู่ บุคคลนั้นก็ยังคงประพฤติปฏิบัติตามวัฒนธรรมเดิมของตนไปตามเดิม แต่เมื่อออกมาพบปะหรือเผชิญกับคน จากวัฒนธรรมอื่นอีก เขาก็จะผสมผสานวัฒนธรรมของเขาเข้ากับวัฒนธรรมใหม่ที่มาสัมผัสกันอีก

สรุปได้ว่า การผสมผสานวัฒนธรรม คือ การที่วัฒนธรรมสองวัฒนธรรมมาพบเจอกัน มีการนำ วัฒนธรรมอีกวัฒนธรรมหนึ่งมาใช้กับวัฒนธรรมของตนเอง เพื่อตอบสนองประโยชน์ของวัฒนธรรมตนเอง เมื่อสองวัฒนธรรมไม่มีการติดต่อกัน ก็สามารถใช้วัฒนธรรมของตนเองได้

3. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม

ณรงค์ เส็งประชา (2539) กล่าวถึงปัจจัยการผสมผสานทางวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเปลี่ยนแปลงของประชากร การอยู่โดดเดี่ยวและการติดต่อกัน ระบบ ชนชั้น ทักษะคติและค่านิยม การเล็งเห็นความจำเป็น นโยบายของผู้ผู้นำในสังคม ระบบความรู้และ เทคโนโลยี ความล้ำหลังทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยทางอุดมการณ์

นิปาติเมาะ หะยีหามะ และ อรุษา ปุณยบุรณะ (2549) ได้กล่าวถึงปัจจัย 5 ประการ ที่ทำให้ยึดเหนี่ยวและรักษาระเบียบแบบแผนในสังคม ซึ่งก่อให้เกิดการ ผสมผสานกัน คือ

1. ความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาอาศัยระหว่างกัน
2. ความรู้สึกว่าถูกบังคับจากภายนอก ซึ่งจะเป็นตัวทำให้เกิดความเป็นเอกภาพและ ความเป็นหนึ่งในสมาชิก
3. การมีเอกลักษณ์ที่ซ้อนกันอยู่ และความเป็นสมาชิกในหลายๆ กลุ่มจะเป็นตัวช่วย ผสมผสานในการทำหน้าที่
4. ความเชื่อที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย หรือหลักการขั้นพื้นฐาน ซึ่งจะใช้เป็นวิธีการ ทั่วไปสำหรับควบคุมสมาชิกในสังคม
5. การมีความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน เป็นพื้นฐานของความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของการทำหน้าที่ในสังคมที่ซับซ้อนในปัจจุบัน

4. การผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม

นิยพรรณ วรณศิริ, (2550) ได้อธิบายปรากฏการณ์การผสมกลมกลืนทาง วัฒนธรรมเอาไว้ว่า การผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม คือ ปรากฏการณ์ที่วัฒนธรรมที่แตกต่างกันสอง วัฒนธรรมมาพบและสัมพันธ์กันอย่างสม่ำเสมอในระยะเวลาอันยาวนานและต่อเนื่อง และได้มีการหยิบยืม แลกเปลี่ยน วัฒนธรรมกันใช้ในที่ที่สุดต่างฝ่ายต่างรับเอาวัฒนธรรมของอีกฝ่ายหนึ่งมาเป็นของตนอย่างแยก ไม่ออกจน เกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ขึ้นมา ซึ่งไม่มีร่องรอยของวัฒนธรรมเดิมหลงเหลืออยู่เลย

การกลมกลืนทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ใน 2 ระดับ ระดับแรก เป็นการกลืนกลายทางวัฒนธรรม ได้แก่ การที่คนจากสองวัฒนธรรมเอาวัฒนธรรมของฝ่ายตรงข้ามไปเป็นของตนไปจนหมด แต่เป็นเพียง การประพฤติปฏิบัติกันภายนอกเท่านั้น แต่ถ้าหากทั้งสองฝ่ายถึงขั้นแต่งงานกัน ก็จะเป็นการกลืนกลาย ทางชีวภาพ ซึ่งเป็นขั้นสูงสุดของปรากฏการณ์ของการกลืนกลายทางวัฒนธรรม ถึงแม้ว่าการแต่งงาน ข้าม วัฒนธรรมจะพบอุปสรรคในการปรับตัวในระหว่างคู่สมรสกันบ้าง แต่ก็สามารถเอาชนะได้ด้วย การ เห็นอก เห็นใจกัน ความเข้าใจกันและกัน การมีเมตตาต่อกัน

5. ความขัดแย้งทางวัฒนธรรม ความขัดแย้งทางวัฒนธรรมในความหมายที่แท้จริงไม่ใช่ วัฒนธรรมขัดกัน แต่เป็นเรื่องของคนใน สังคมขัดแย้งกันและโดยทั่วไปความขัดแย้งดังกล่าวมีพื้นฐานมา จากวัฒนธรรม จึงมักสรุปกันว่าเป็นความ ขัดแย้งของวัฒนธรรม สุพัตรา สุภาพ (2545) แต่ อมรา พงศา พิชญ์ (2542) อธิบายว่า ความขัดแย้งทาง วัฒนธรรมเกิดจากการแพร่กระจายและการสังสรรค์ทาง วัฒนธรรม ความขัดแย้งทางวัฒนธรรมจะไม่ เกิดขึ้นหากกลุ่มชาติพันธุ์มีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีความเชื่อและภาษาพูดร่วมกัน ถ้าในสังคม ชาติพันธุ์สองชาติพันธุ์ไม่สามารถเข้ากันหรือ สอดคล้องกัน ปัญหาเรื่องความขัดแย้งของกลุ่มชาติพันธุ์ก็จะ เกิดตามมา ซึ่งเกิดจากการที่แต่ละฝ่ายต่าง ก็พยายามรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนและไม่ยอมรับ เอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ ข้างเคียง ปัญหาความรุนแรงจะเพิ่มมากขึ้นถ้าความสัมพันธ์ระหว่าง ชาติพันธุ์ไม่เท่าเทียมกัน มีลักษณะ เป็นชนกลุ่มน้อยและชนกลุ่มใหญ่

สรุปได้ว่า แนวคิดพหุวัฒนธรรมจะมีลักษณะปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ได้แก่ ลักษณะการปรับตัว ทางกายภาพและทางวัฒนธรรม มีการผสมผสานระหว่างสองวัฒนธรรม การกลืนกลายวัฒนธรรม และ ลักษณะปรากฏการณ์ที่มีลักษณะความขัดแย้ง ซึ่งลักษณะปรากฏการณ์ของพหุวัฒนธรรมดังกล่าว สามารถ นำมาเป็นฐานในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เลือกศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัด

ชายแดน ภาคใต้เป็นพื้นที่ในการศึกษา ซึ่งเป็นหน่วยงานมีบุคลากรของหน่วยงานที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อาศัยอยู่เป็นสังคมพหุวัฒนธรรม มีทั้งเจ้าหน้าที่ที่เป็นไทยพุทธ ไทยจีนและไทยมุสลิม ดังนั้นจึงต้องอาศัยแนวคิด พหุวัฒนธรรมในการอธิบายการศึกษาในครั้งนี้

แนวคิด ด้านการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรม

จากการศึกษาแนวคิดเชิงพหุวัฒนธรรมมีนักวิจัยได้ให้ความหมายไว้หลากหลายดังนี้

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2556) เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่ หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์ อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคมโดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า หรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

พยอม ธรรมบุตร (2548) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยววันกึ่งท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรม และกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่นนักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ มหกรรมและงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑสถานประเภท ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่งมรดกต่าง ๆ

ราณี อธิชัยกุล (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรมจิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์และดนตรี รวมทั้งงานเทศกาล ประเพณี

สรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรม เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

แนวทางการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม

ในสังคมปัจจุบันเราสามารถพบผู้คนที่มีความแตกต่างทางด้านชาติพันธุ์วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่ออาศัยอยู่ในสังคมเดียวกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องรู้จักแนวทางในการอยู่ร่วมกันของผู้คนภายใต้พหุวัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นไปอย่างปกติสุขและสงบสุข เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2546) กล่าวว่ามนุษย์จะต้องมี “ทักษะสังคม” พื้นฐานในการอยู่ร่วมกันภายในสังคมที่มีกลุ่มคนที่หลากหลาย ซึ่งทักษะสังคมที่เสนอนั้นเป็นกลุ่มทักษะต่างๆ ที่ใช้ในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างกันภายในสังคม ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร การพูด การฟัง การทำงานเป็นทีม ทักษะการเข้าใจในสถานการณ์ต่างๆ ที่หลากหลาย กฎกติกาต่างๆ ในสังคม ทักษะการรู้จักและเข้าใจผู้อื่น อย่างถ่องแท้ ทั้งนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์แก่กลุ่มคนในสังคมไปในทางที่ดีและยังเป็นทักษะที่จำเป็นต่อทุกเพศ ทุกวัย โดยจะต้องเริ่มเรียนรู้ทักษะสังคมพื้นฐานตั้งแต่วัยเด็ก

สังคมพหุวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยชนกลุ่มใหญ่และชนกลุ่มน้อยอยู่ในสังคมเดียวกัน จะต้องมีความหลากหลายในการอยู่ร่วมกันอย่างลงตัว ซึ่ง โชคชัย วงศ์ธานี (2555) มองว่าเป็นการจัดการความหลากหลาย ที่เน้นความเป็นกลางที่ไม่สุดขั้วจนเกินไปด้วยวิธีการที่แตกต่างกันไป เช่น มาตรการ วิธีการ หรือนโยบาย เพื่อสื่อให้เห็นถึงสมาชิกทั่วไปซึ่งอยู่ในสังคมนั้นๆ ได้เข้าใจถึงความหลากหลาย ประเด็นที่ควรพิจารณาในเรื่องการจัดการความหลากหลายระหว่างชนกลุ่มใหญ่และชนกลุ่มน้อยนั้นหลักๆ แล้วเป็นเรื่องของการใช้ สิทธิในด้านต่างๆ เช่น สิทธิในการเป็นพลเมืองเทียบเท่ากัน สิทธิในการเมืองการปกครอง สิทธิโอกาสสมัคร ประกอบอาชีพ เป็นต้น ประเด็นเรื่องความยุติธรรมถือเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการที่จะทำให้ชนกลุ่มน้อย ให้ความไว้วางใจต่อรัฐและอาจจะเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้ชนกลุ่มน้อยในสถานะคนชายขอบ เนื่องจากเมื่อกลุ่มคนที่อาศัยมีความแตกต่างกันในเรื่องชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ อีกทั้ง จำนวนสมาชิกที่แตกต่างกันมาก ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการเอาเปรียบและการลดทอนคุณค่าของชนกลุ่มน้อย ซึ่งถ้าหากปล่อยไปโดยไม่ได้รับการแก้ไข ปัญหาดังกล่าวสามารถขยายไปเป็นความขัดแย้งและนำไปสู่ ความรุนแรงดังที่ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคได้ประสบอยู่ในปัจจุบัน

เมื่อพิจารณาหลักการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมที่มีความหลากหลาย ซึ่งมีกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ที่แตกต่างกันในเรื่องชาติพันธุ์วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อ การดำรงชีวิตของแต่ละกลุ่ม บางครั้งทำให้เกิดความขัดแย้งด้านคุณค่าและทัศนคติ ซึ่งนำไปสู่ความขัดแย้งในเชิงกายภาพได้ จึงจำเป็นต้องมี หลักการอยู่ร่วมกันของคนในสังคม ซึ่ง ปิยะ กิจถาวร (2550) ได้ค้นพบข้อเสนอหลักการอยู่ร่วมกันใน สังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากงานวิจัย ดังนี้

1. การอยู่ร่วมกันต้องมีความเข้าใจในหลักศาสนาซึ่งกันและกัน ทุกศาสนิกต้องดำเนินชีวิตภายใต้ กรอบของศาสนา
2. มีการปฏิสัมพันธ์กันโดยไปมาหาสู่ระหว่างกัน กรณีที่มีความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนมุสลิม จะต้องสื่อสารด้วยภาษามลายู
3. มีคุณธรรม และจริยธรรม รู้ความต้องการของเขา ของเรา
4. การระงับข้อพิพาทระหว่างชาวไทยพุทธและชาวมุสลิม จะขอความเห็นใจกัน โดยไม่ต้องพูดถึงเรื่องผิดถูก
5. กรอบในการแก้ไขปัญหาคือความขัดแย้งในหมู่บ้าน คือ เรื่องสั้นทำให้หาย เรื่องยาวทำให้สั้น
6. ให้ความเสมอภาคทั้งชาวไทยพุทธและชาวมุสลิม
7. ดูแลความสงบสุขของชุมชน สอดส่องคนไม่ดีทั้งที่เป็นผู้ร้ายและข้าราชการที่ทุจริต

นอกจากจะมีหลักในการอยู่ร่วมกันบนความหลากหลายทางสังคม ซึ่งเป็นแนวทางให้ทุกกลุ่มในสังคมควรปฏิบัติ ยังมีหลักธรรมอีกประการหนึ่งที่ควรพิจารณาในหนทางการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ คือ การ อดทนอดกลั้นในความแตกต่าง คือ การยอมรับในความแตกต่างซึ่งโดยพื้นฐานของมนุษย์ย่อมมีความ แตกต่างทั้งในเรื่องทางกายภาพและพฤติกรรม การอดทนอดกลั้นจะเกิดขึ้นเมื่อคนในสังคมมีความยอมรับ และเคารพซึ่งกันและกัน อันนำมาซึ่งการสร้างเอกภาพของการอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานความหลากหลายได้

แนวคิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

การอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนปรารถนาที่จะให้เกิดขึ้นในสังคมของตน แต่บางครั้งการที่มีคนอยู่ร่วมกันหลายคนหลายกลุ่มมีความหลากหลายแตกต่างกันก็ย่อมมีการขัดแย้งกันบ้าง คงไม่มีใครสามารถสร้างสังคมที่ปราศจากความขัดแย้งได้โดยสิ้นเชิง แม้เพียงคนๆ เดียวก็อาจมีความขัดแย้งในตนเองได้เพราะมนุษย์ย่อมมีความขัดแย้งกันเป็นธรรมดาอันเป็นธรรมชาติของมนุษย์ปุถุชนซึ่งมีความต้องการที่ไม่จำกัด แต่สิ่งที่สนองความต้องการนั้นมีอยู่จำกัดความขัดแย้งจึงเป็นเรื่องธรรมดาที่มีอยู่ทั่วไปในสังคมมิใช่เป็นสิ่งที่เลวร้ายเสมอไป เพราะบางครั้งความขัดแย้งก็เป็นประโยชน์ก่อให้เกิดความหลากหลายในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ที่อยู่ในสังคมนั้นๆ ได้ หากแต่ถ้าเมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นแล้วมีวิธีการต่างๆ ในการแก้ปัญหาหรือดำเนินการใดๆ ที่เหมาะสมกับชุมชน และสังคมนั้นๆ ก็จะทำให้อยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ (โคทม อาริยา, 2548)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ความหมาย“การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง เป็นการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและความงามทางสุนทรียภาพโดยที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้เป็นอย่างดี”

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2531 ว่า ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น "ได้รับการคาดหวังให้นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมด ด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียะ ในขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต" เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

หลักการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using resource sustainable) หมายถึง ต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย

1. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูน และเสริมสร้างไว้ให้มีมากเพียงพอต่อการใช้ในการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสมการปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้น ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดอย่างเหมาะสมจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing over-consumption and waste) ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันวางแผนการจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติและมีคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก ส่วนการลดของเสีย เช่น ขยะปฏิกูลต้องหาวิธีการจัดการโดยการแยก

ประเภทขยะ ขยะแห่งอาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse Renew Recycle) ขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์และนำหมักปุ๋ยจุลินทรีย์ได้

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain diversity) ต้อง วางแผนขยายรากฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating tourism into planning) ต้อง มีการประสานแผนการพัฒนาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาล, อบต.) แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting local economy) ต้อง ประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวให้มากขึ้นเป็นการสร้างรายกระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving local communities) ต้อง ร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. มีการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting stakeholders and the public) ต้อง มีการประสานกับประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ ร่วมประชุมหารือถึงการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในด้านผลประโยชน์ที่ต่างกัน

8. การพัฒนาบุคลากร (Training staff) ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งเจ้าหน้าที่ดูงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาบุคลากรใน องค์กร และเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. การจัดเตรียมข้อมูล คู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing tourism responsibly) ต้อง ร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการขายให้พร้อมและเพียงพอต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ วิดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking research) จำเป็นต่อการแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่าคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวโดยจะต้องมีการประเมินผลการ

ตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอโดยการสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรง การสอบถามความเห็นจากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยวเพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุง และแก้ไขการจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกศึกษาจากข้อมูลเชิงสังเคราะห์ประวัติศาสตร์ เอกสารงานวิชาการ การสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเกตการณ์โดยอาศัยข้อมูลจากการลงพื้นที่เป็นหลัก ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินวิจัยดังนี้

1. พื้นที่ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ในการศึกษาคือบริเวณ ศาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว มัสยิดกรือเซะ อำเภอเมือง และวัดช้างให้ อำเภอ โคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ทั้ง 3 สถานที่ ที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาเนื่องจากเป็นสถานที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชน ทั้งไทย-พุทธ ไทย-จีน ไทย-มุสลิม

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

งานวิจัยชิ้นนี้ ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้ที่มีความสำคัญในชุมชนและผู้ที่สามารถให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ทั้งที่เป็นชาวไทย-พุทธ ชาวไทย-จีนและชาวไทย-มุสลิม จำนวน 8 คน ผู้นำตามโครงสร้างการปกครองท้องถิ่นและท้องถิ่น, ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.), ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปัตตานี, และตัวแทนชาวบ้าน ได้แก่ ชาวบ้านที่มีความรู้บุคคลที่ชาวบ้านให้ความเคารพนับถือ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของปัตตานีได้ดี

3. วิธีการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

เบื้องต้นผู้ศึกษาได้ลงพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจ และเพื่อให้เกิดความสนิทสนมกับคนในชุมชน ก่อนที่จะลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริง ขั้นตอนต่อไปผู้ศึกษาลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลจริงโดยวิธีการการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview) และสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non - Participant Observation) และการสำรวจชุมชน (Community Survey)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้ ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเกิดขึ้นได้ตั้งแต่การเก็บข้อมูล จัดระเบียบข้อมูล แสดงข้อมูล และขั้นตอนสรุปข้อมูลหรือตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลมีลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

4.1 จัดระเบียบข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แล้วนำมาถอดเทป

4.2 อ่านข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ แล้วกำหนดประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ รวมถึงตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation)

4.3 จัดข้อมูลเป็นกลุ่มๆ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดและทฤษฎี เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ตีความ และนำเสนอข้อสรุปเป็นการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ 2 ข้อดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทการอยู่ร่วมกันบนเส้นทางพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี

สังคมพหุวัฒนธรรม คือ สังคมที่ผู้คนอยู่ร่วมกันบนความหลากหลายและความแตกต่างอย่างกลมกลืนกัน ซึ่งความแตกต่างนี้สามารถแบ่งได้หลากหลายประเภท ทั้งเชื้อชาติ ชาติพันธุ์, ศาสนา ความเชื่อ, ภาษา, วิธีการดำเนินชีวิต, และขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม จารีต และประเพณี จังหวัดปัตตานี มีความหลากหลาย เนื่องจากคนในพื้นที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน อยู่ร่วมกับคนไทยเชื้อสายไทย และคนไทยเชื้อสายมลายู ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธและอิสลาม ผู้คนในพื้นที่ก็ต่างอยู่ร่วมกันได้ โดยการอยู่ร่วมกันนี้มีด้วยกัน 2 ส่วน คือ สามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้ และสามารถแยกทำกิจกรรมของแต่ละกลุ่มได้ด้วยเช่นกัน แม้จะแยกกันทำกิจกรรมแต่ก็มีความเชื่อมโยงของวัฒนธรรมและความเชื่อที่เหมือนกัน ในขณะที่ยกกิจกรรมที่ทำร่วมกันก็มีเช่นวัฒนธรรมทางอาหารแม้ชาวไทยมุสลิมจะมีข้อกำหนดที่ต้องรับประทานอาหารฮาลาลเท่านั้น ซึ่งหมายถึงอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย มีกรรมวิธีการปรุงและการทำตามหลักของศาสนาอิสลาม แต่พี่น้องไทยพุทธก็สามารถรับประทานอาหารนี้ได้ อีกทั้งยังมีคนที่ปรุงอาหารฮาลาลได้ด้วย รวมถึงมีวันสำคัญ และวัฒนธรรมหลายอย่างที่ทั้งชาวไทยพุทธ ไทยจีนและไทยมุสลิมมาร่วมกันทำ

จากการในการสัมภาษณ์ศอ.บต.เล่าให้ฟังว่า “ส่วนที่ไทยพุทธ ไทยจีนและไทยมุสลิมทำร่วมกันได้ก็อย่างเช่น วันเฉลิมพระชนมพรรษา วันสำคัญต่างๆ ของชาติก็จะร่วมกันทำกิจกรรมได้ แต่ถ้าละหมาดขอพรให้ในหลวงก็ต้องไปละหมาดที่มีสยิด คือการเป็นอยู่อย่างนี้ถ้อยถ้อยอาศัยต่อกัน เพราะฉะนั้นร้านอาหาร ข้าวของเครื่องใช้ สามารถไปใช้จ่ายร่วมกันได้เพราะอยู่อย่างพี่น้องน้องตามแนวพหุวัฒนธรรม งานพุทธจัดงานในวัดชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวไทยมุสลิมก็มาร่วมงาน ชาวไทยมุสลิมจัดงานที่มีสยิด ไทยพุทธก็ไปร่วมงาน อาหารการกินมุสลิมก็เป็นคนประกอบอาหารเป็นหลัก เขาก็อยู่กันแบบแลกเปลี่ยนกันแบบนี้ตลอด อย่างงานเทศกาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว ที่จังหวัดปัตตานี จัดกิจกรรมทุกปีมีการจัดงานปิดถนน 7 วัน ก็จะมีชาวไทย-มุสลิม มาขายของในงานวันเทศกาลสำคัญของคนจีน ไทยพุทธและไทยจีนก็มาร่วมกันขายอาหารกัน นี่คือนี่ที่บอกให้เห็นว่า ในเขตเทศบาลเมืองปัตตานีก็เป็นแบบนี้ สังคมที่มีไทยจีน ไทยพุทธ และไทยมุสลิม อยู่กันแบบนี้ นั่นคือสังคมพหุวัฒนธรรมอย่างแท้จริง” (ศอ.บต.,2562)

“ความแตกต่างในเรื่องวิถีชีวิต ความเชื่อ และความศรัทธา ผมมองว่าไม่ใช่เครื่องสร้างความแตกแยก ผมมองว่าวิถีชีวิตของคนในพื้นที่หากมีความเข้าใจซึ่งกันและกันจะไม่เกิด ปัญหา ไม่พุดจาด้วยความดูถูกดูแคลน และต้องให้เกียรติกัน เพราะศักดิ์ศรีและเกียรติยศเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าสิ่งของหรือเงินทอง หากทุกคนได้เรียนรู้ความต่าง และทำความเข้าใจกับมัน ก็จะอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก1,2562)

“อย่างคนจีนนับถือเทพเจ้า มุสลิมศรัทธาในพระเจ้า คนพุทธก็ไปวัดไหว้พระ ไม่ว่าจะใครจะเป็นอย่างไรก็ต้องให้เกียรติกัน ไม่ดูถูกความเชื่อและศรัทธาของผู้อื่น เรียนรู้ในความแตกต่างและมีจุดยืนของแต่ละคน ถ้าคิดได้แบบนี้ก็จะสามารถอยู่ร่วมกันได้ดีเหมือนเมื่อก่อน และอยากให้สิ่งเหล่านี้ดำรงอยู่ตลอดไป” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก2,2562)

นอกจากนี้ ศอ.บต. ยังได้วางหลักของการสร้างสังคมพหุวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่สังคมสันติสุขทั้งนี้ทางพื้นที่ยังได้วางหลักของการสร้างสังคมพหุวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดชายแดน

ภาคใต้ไว้ จากวิธีการแก้ไขปัญหาคือความขัดแย้งในพื้นที่ ซึ่งมีอยู่ 4 วิธีซึ่งให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน โดยทางแรกจะให้ผลลัพธ์ที่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ชนะและอีกฝ่ายเป็นผู้แพ้ (I win you lose) ทางที่สองเป็นการประนีประนอมกันทั้ง 2 ฝ่าย (I lose you win) ทางที่สามคือเจรจาตกลงกันเพื่อให้ได้ผลประโยชน์ร่วมกันจนเป็นที่ถูกใจทั้ง 2 ฝ่าย(win win)และทางสุดท้ายคือการร่วมแรงร่วมใจกันแก้ไขปัญหาคือ (collaboration) ซึ่งแนวทางสุดท้ายนี้เป็นหนทางที่จะนำไปสู่สังคมสันติสุข

2. เพื่อศึกษาพัฒนาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดปัตตานี

จังหวัดปัตตานีมีลักษณะสังคมพหุวัฒนธรรมที่โดดเด่น สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การศึกษาและการอนุรักษ์ เพื่อนำมาเป็นต้นทุนในการพลิกฟื้นเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในมิติต่างๆ เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยการสร้างสรรค์ผลผลิตและบริการที่เกิดจากทุนทางวัฒนธรรม ฐานความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะ การคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงนวัตกรรม ซึ่งนำไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ นอกจากนี้จังหวัดปัตตานีมีแหล่งท่องเที่ยว ศาสนสถาน (1) มัสยิดกรือเซะ (2) ศาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว หรือศาลเล่งจูเกียง (3) วัดช้างให้ หรือวัดราษฎร์บูรณะ วัดช้างให้ หรือวัดราษฎร์บูรณะ เป็นที่รู้จักกันดีของชาวพุทธทั้งในและต่างประเทศและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และธรรมชาติที่หลากหลายสามารถรองรับและให้บริการนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี นำไปสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในภาพรวม และส่งผลต่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ด้วย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. บริบทการอยู่ร่วมกันบนเส้นทางพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี

ปัจจุบัน “ปัตตานี” กลายเป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัว เพียบพร้อมด้วยแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งผืนป่า สายน้ำ ภูเขา และท้องทะเล ดำรงความสวยงามและสมบูรณ์พร้อมในแง่ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และหลักศรัทธาความเชื่อของผู้คนที่หลากหลาย ผ่านการอยู่ร่วม ผสมผสาน การดำรงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ กระทั่งกลายเป็น “เมืองปัตตานีบนเส้นทางวงแหวนพหุวัฒนธรรม” เป็นมนต์เสน่ห์ที่มาก คุณค่ายิ่ง เหล่านี้เป็นตัวอย่าง ‘จุดแข็ง’ สำคัญสะท้อนรากเหง้าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งภาพลักษณ์เหล่านี้ทำให้เห็นเป็นวิถีพหุวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับคน ภายใต้ความแตกต่างและในความแตกต่างนั้นได้ส่งผล เปนกลไกรวมของการอยู่ร่วมกันบนวิถีทางศาสนา ความเชื่อ และชาติพันธุ์ ซึ่งสอดคล้องกับเดชาชาติ ตรีทรัพย์(2562)กล่าวว่าแนวทางส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติวิธี คือ การสร้างความสมานฉันท์ระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนโดยการทำกิจกรรมการแก้ไขปัญหาร่วมกัน การทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการศาสนา และส่งเสริมการเรียนรู้ให้มีความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างประชาชนที่นับถือศาสนาพุทธและศาสนาอิสลามโดยผ่านระบบการศึกษาและไม่เลือกปฏิบัติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับพรปวีณ์ ศรีงาม(2556)ที่กล่าวว่าท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชุมชนเมืองปัตตานี แนวทางการบูรณาการทางวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของการอยู่ร่วมกันในชุมชน

การที่มีรากฐานของต้นทุนทางภูมิประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาภายในท้องถิ่น ก่อให้เกิดเอกลักษณ์ที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและท่องเที่ยวอย่างบูรณา

การ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ภาคประชาชนและเอกชนในการบริโภคและการลงทุน รวมถึงสามารถเพิ่มรายได้แก่ประชาชน สร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัด สร้างโอกาสทางสังคมและเศรษฐกิจแก่ประชาชนและจังหวัด ให้สามารถพัฒนาเป็นเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมยกระดับความสามารถของปัตตานีให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อันจะส่งผลให้เมือง ชุมชนมีสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน และเพื่อสร้างความตื่นตัว แรงกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชนและยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอีกด้วย

2. พหุวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดปัตตานี

ชาวจังหวัดปัตตานีดำรงอยู่ด้วยสังคมพหุวัฒนธรรมหลากหลายเชื้อชาติ หลากหลายวัฒนธรรม หลากหลายศาสนา แต่ยังคงดำรงอยู่ด้วยความรักและความเข้าใจมากันอย่างยาวนานตั้งแต่บรรพบุรุษจึงทำให้มีความรักความสามัคคีซึ่งกันและกัน โดยไม่ว่าจะมีสิ่งใดมาทำให้วัฒนธรรมที่สวยงาม เหล่านี้ ถูกบุคคลภายนอกมองว่าสังคมพหุวัฒนธรรมของชาวปัตตานี ยังมีอยู่จริงหรือไม่? เหตุการณ์ทางสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เกิดขึ้นเกิดจากการคิดต่างของศาสนาจริงหรือไม่? อยู่ด้วยกันได้จริงหรือไม่? แต่ชาวปัตตานี แสดงพลังให้เห็นว่ายังคงดำรงอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวสามจังหวัดชายแดนภาคใต้แม้ว่า ปัตตานีจะเป็นหนึ่งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเกิดสถานการณ์ความไม่สงบอยู่เนืองๆ จนต้องมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายความมั่นคงรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดตลอด 24 ชั่วโมง แต่ในอีกด้านหนึ่งปัตตานี เป็นเมืองพหุวัฒนธรรม ที่ชาวไทยพุทธ-มุสลิม และไทยจีน อาศัยอยู่ร่วมกันและใช้ชีวิตแบบถ้อยถ้อยอาศัย ด้วยกันอย่างลงตัว ทำให้เห็นได้ว่าในพื้นที่ปัตตานีมี ศาลเจ้า มัสยิด และวัด ซึ่งสิ่งสำคัญหลักจะมีสิ่งที่เรียกว่าเส้นสายวงแหวนวัฒนธรรมคือเป็นการเชื่อมโยงเข้าหาทั้งสามวัฒนธรรมจนเรียกว่า “พหุวัฒนธรรมเมืองปัตตานี”

นอกจากปัตตานีจะเป็นเมืองสามวัฒนธรรม ยังเป็น “เมืองงาม” สมชื่อทั้งบ้านเมืองสวยแบบไทย จีน อิสลาม ซึ่งแต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์เฉพาะสะท้อนความเชื่อและวิถีชีวิตต่างกัน รวมถึงผู้คนที่มีจิตใจงาม รอยยิ้มหวาน และสายตาเป็นมิตร เปลี่ยนความคิดและทัศนคติจากการได้ยิน สู่วิถีชีวิตที่ได้เห็นแต่สันติและสวยงามเมืองปัตตานีได้รับการกล่าวขานว่าเป็น เมืองงามสามวัฒนธรรม เนื่องจากมีการคงอยู่ร่วมกันของชาวไทยพุทธ ไทยจีน และไทยมุสลิม สามารถกำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมได้ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยรัตน์ จุสปาโล(2559)กล่าวว่าทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนบริเวณอ่าวปัตตานี ประกอบ แหล่งที่ท่องเที่ยวที่เป็นชายหาด แหล่งเรียนรู้ป่าชายเลน แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน แหล่งวิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน ส่วนองค์ความรู้จากผลงานวิจัยและนวัตกรรมเกี่ยวข้องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การรวมกลุ่มของชุมชน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การตลาด และการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

การนำทุนทางวัฒนธรรมเมืองปัตตานีไปประยุกต์ต่อยอดหรือสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว เป็นเป้าหมายสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ ด้วยอัตลักษณ์เมืองปัตตานีที่มีลักษณะสังคมพหุวัฒนธรรมที่โดดเด่น สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การศึกษาและการอนุรักษ์ สามารถนำมาเป็นต้นทุนวัฒนธรรมในการพลิกฟื้นเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในมิติ ต่าง ๆ เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยการสร้างสรรค์ผลผลิตและบริการที่เกิดจากทุนทางพหุวัฒนธรรม ฐานความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะ การคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ ความคิด

เชิงนวัตกรรม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้นอกจากนี้จังหวัดปัตตานีมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางธรรมชาติที่หลากหลาย สามารถรองรับและให้บริการนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี นำไปสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในภาพรวม และส่งผลต่อการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้เหตุการณ์ความไม่สงบและความรุนแรงในพื้นที่ในอดีต อาจทำให้เกิดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินอย่างประเมินค่ามิได้ แต่วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ทั้งชาวไทยพุทธ มุสลิม คนไทยเชื้อสายจีน ก็ยังคงมีความรักความผูกพัน สมัคสมานสามัคคี ช่วยเหลือเกื้อกูลกันซึ่งกันอย่างแน่นแฟ้น รวมถึงร่วมมือกันเพื่อการแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง และกระตุ้นให้ผู้คนทุกพื้นที่ได้มาเที่ยวปัตตานีมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

(1) ควรศึกษาเปรียบเทียบการเก็บข้อมูลรอบวงแหวนพหุวัฒนธรรมปัตตานี 2 เส้นทางเพิ่มเติม ได้แก่ เส้นทางการท่องเที่ยวและเรียนรู้ชุมชนทางบก และเส้นทางท่องเที่ยวและเรียนรู้ชุมชนทางน้ำ และประเมินผลในมุมมองของนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้จัดเส้นทางท่องเที่ยว (2) ควรศึกษาความต้องการ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตลาดเป้าหมาย และวิเคราะห์ภาพรวมของการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมในเมืองปัตตานี (3) ควรศึกษาแนวโน้มของปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น ที่มีต่อแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมของเมืองปัตตานี (4) ควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐที่มีส่วนในการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมของเมืองปัตตานี

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2546). *ภาพอนาคตและคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์*. กรุงเทพมหานคร. คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://tourism-dan1.blogspot.com/>
- ครองชัย หัตถา. (2541). *ปัตตานี การค้า และการเมืองการปกครองในอดีต*. โครงการปัตตานีศึกษา, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- โคทม อารียา. (2548). *การใช้สันติวิธีเพื่อแก้ไขความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ในสันติวิธีจากมุมมองศาสนา*. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- โครงการมหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. (2562). *ม.อ.ปัตตานีกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา: วงแหวนพหุวัฒนธรรมเมืองปัตตานี*: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- โชคชัย วงศ์ธานี. (2555). *ความหลากหลายที่ไม่หลากหลาย: การจัดการในการอยู่ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้*. *เขมชาติเทพไทย (บ.ก.) มิติวัฒนธรรมประวัติศาสตร์และภาพอนาคต คีนส์สันติจังหวัดชายแดนภาคใต้*. กระทรวงวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร.

- ณรงค์ เส็งประษา. (2539). *พื้นฐานวัฒนธรรมไทย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร.
- ดุสิต หวันเหลี่ยม. (2552). *การพัฒนาแนวคิดวัฒนธรรมสมนาฉันท์ของสังคมพหุวัฒนธรรมตามทรรศนะของตำรวจตระเวนชายแดนที่มีประสบการณ์ปฏิบัติงานในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้*: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- เดชชาติ ตรีทรัพย์. (2562). *แนวทางส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติวิธีตามทัศนะของประชาชนในเขตจังหวัดชายแดนภาคใต้*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬารามราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมมาศโคราช.
- นิปาติเหมาะ หะยีหามะ และอรอุษา ปุณยบุรณะ. (2549). *การผสมผสานทางวัฒนธรรมของชาวไทยพุทธ ชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวไทยมุสลิมในอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี*: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- นียบพรรณ วรรณศิริ. (2550). *มานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม: แนวคิด ทฤษฎี ความเป็นมา และสาระสำคัญ ด้านมานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นุกูล ชื่นพัก, นิวัฒน์ สวัสดิ์แก้ว, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, ชุตติกาญจน์ วิทยาพันธ์ประชา และสุทธิชัย รักจันทร์. (2560). *เส้นทางสู่ “เบตง” เมืองแห่งพหุวัฒนธรรม. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ, 9, 1774-1783.*
- นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ชัย. (2553). *เอกสารคำสอนวิชา 01390331 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. (ปรับปรุงครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บรรพต วีระสัย. (2517). *สังคมมานุษยวิทยา*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- บรรพต วีระสัย , สุรพล ราชทัณฑ์รักษ์ และบวร ประพฤติดี. (2526). *หลักรัฐศาสตร์ทั่วไป*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรีชาชาญ แก้วนุ่นและศิริน กุศลสถานภาพ. (2556). *การผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างไทยพุทธกับไทยมุสลิมในเขตจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง*. คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- ปิยะ กิจถาวร. (2555). *มิติวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสภาพอนาคตคืนสู่สันติจังหวัดชายแดนภาคใต้*. กรุงเทพมหานคร. กระทรวงวัฒนธรรม.
- พรवीณ์ ศรีงาม. (2556). *ปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนเมืองปัตตานี. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9(1), 73-83.*
- พยอม ธรรมบุตร. (2548). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พาลีณี สะมิแหม้งและวิทยา จิตนุพงศ์ . *วิถีความเป็นอยู่ของชาวไทยมุสลิมใน ตำบลลูโบะยิไร อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี*.
- ราณี อิลิชัยกุล. (2546). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพ การจัดการการท่องเที่ยว = Professional experience in tourism management*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

-
- วลัยลักษณ์ ทรงศิริ. (2556). แนวคิดเรื่องพหุนิยมเบื้องต้น. ในกรือเสาะ พหุวัฒนธรรม: ความหลากหลายและมิตรภาพจากความทรงจำของ “คนใน” บนพื้นที่สีแดง. กรุงเทพมหานคร:มูลนิธิเล็ก-ประไพ วิริยะพันธุ์, 2556. 9-13.
- ศิริจิต สุนันตะ. (2556). สถานะการโต้แย้งเรื่องพหุวัฒนธรรมในประเทศไทย. วารสารภาษาและวัฒนธรรม. 32(1), 5-30.
- สุพจน์ แสงเงิน. (2542). พื้นฐานวัฒนธรรมไทย. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏพระนคร. กรุงเทพมหานคร.
- สุพัตรา สุภาพ. (2545). สังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- อมรา พงศาพิชญ์. (2549). ความหลากหลายทางวัฒนธรรม: (กระบวนทัศน์และบทบาทในประชาสังคม). กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาดิช วารีกุล. (2547). การผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างชาวไทยพุทธกับชาวไทยมุสลิม บ้านนาทับ ตำบลนาทับ อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา. หลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อานันท์ กาญจนพันธ์. (2551). แนวคิดชาตินิยมกับพหุวัฒนธรรม. พหุวัฒนธรรมในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม. เชียงใหม่: ศูนย์ภูมิภาคด้านสังคมศาสตร์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฮาเกมี เบญจสมิทธิ. (2561). แนวทางส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในเขตเทศบาลเมืองปัตตานี. บริหารธุรกิจ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสงขลา: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Khaled Altareri. (2016). Development of multicultural MICE tourism in the Middle East: the case of Saudi Arabia.
- Insun Sunny Lee, Charles Arcodia, and Timothy Jeonglyeol Lee. (2012). Multicultural festivals: a niche tourism product in South Korea.

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา

The Development Role of Cultural Tourism at Old Town Songkhla

วัลลภ วรรณโอสถ

Wanlop Wannaosote¹

เกตุศิริ เจริญวิศาล

Kaedsiri Jaroenwisan²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา โดยอ้างกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และปัจจัยในการสร้างการตระหนักรู้ของคนในชุมชน เป็นวิธีการศึกษาชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน สถาบัน รวมถึงกลุ่มหรือองค์กรในรูปแบบอื่นๆ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ คุณชนินทร์ สาครินทร์ ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสงขลา คุณศิวัฒน์ สุวรรณวงศ์ นายกสมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา และคนในชุมชนเมืองเก่าสงขลา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลาประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักๆคือ การปรับปรุงรักษาทำนุบำรุงย่านเมืองเก่าสงขลา ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และการตระหนักรู้ของคนในชุมชนซึ่งประกอบไปด้วย ความทรงจำร่วม ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และสำนึกความเป็นเจ้าของ ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยจะช่วยให้เกิดแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา

คำสำคัญ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว การตระหนักรู้ของคนในชุมชน

Abstract

This article proposed to study the development of cultural tourism in Old Town Songkhla. It employed a qualitative research method that combined ethnographic research with the Cultural Tourism Conceptual Framework, Tourism Reputation, and factors affecting the building of awareness among people in the community through a socio-cultural study of community and other groups. The key informants were Mr. Chanin Sakarin, Director of Tourism Council of Songkhla, Mr. Siwat Suwannawong, President of Hatyai Songkhla Hotels Association and Old Town Songkhla Community, and residents in Old Town Songkhla. The findings revealed three dominant factors that demonstrated impacts on the cultural tourism development in Old Town Songkhla, namely the maintenance of Old Town Songkhla area, the reputation of Old Town Songkhla, and the

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: wanlop.wannaosote@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร. สาขาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

awareness among the people in the community. Regarding the awareness of the Old Town Songkhla residents, there were shared memories, local history, and ownership. Consequently, all of the three factors enhance the development of cultural tourism in Old Town Songkhla.

Keywords: Cultural Tourism, Tourism Reputation, Awareness Among the Community

บทนำ

หากพูดถึง “เมืองเก่า” ที่มีการขึ้นทะเบียนไว้ว่าเป็นเมืองเก่าที่มีความสำคัญต่อความเป็นมาของชาติ 2 ใน 10 เมืองของไทยที่อยู่ภาคใต้ คือ เมืองเก่านครศรีธรรมราช กับ เมืองเก่าสงขลา โดยเมืองเก่าสงขลา ถูกจัดอันดับให้เป็นเมืองเก่าประเภทที่ 1 จากสำนักงานนโยบายและแผนกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผ่านมติความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อปี พ.ศ.2553 ดังนั้นเมื่อมองลึกลงไปถึงองค์ประกอบของเมือง เมืองเก่าสงขลาประกอบด้วย กำแพงเมือง ประตูเมือง หอรบ ถือเป็นเมืองเก่าประเภทที่หนึ่ง ขณะที่ตามความเชื่อของจีน เมืองเก่าลักษณะนี้ นับเป็น เมืองชั้นเอก เนื่องจากมีการสร้างศาลหลักเมืองและในศาลหลักเมืองจะมีเจ้าหลักเมืองอีกด้วย จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นเมืองสองทะเล และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุ และสินค้าพื้นเมือง เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งจังหวัดสงขลามีชายแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซียและมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวมาเลเซียและสิงคโปร์นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนมาก

ในปัจจุบันเมืองสงขลาได้เตรียมผลักดันเมืองเก่าสงขลาก้าวขึ้นสู่การเป็นมรดกโลก การวางแผนจัดทำแผนผังในการใช้พื้นที่ของเมืองเก่า เริ่มจากการปรับปรุงภูมิทัศน์ด้วยการเก็บสายไฟฟ้าลงไปในใต้ดินไม่ให้รกรุงรัง รวมทั้งซื้อโรงแรมเก่าแก่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เพื่อการอนุรักษ์ ซึ่งงานใหญ่แบบนี้คงจะในภาครัฐทำแต่เพียงฝ่ายเดียวไม่ได้ ชุมชนเองคงจะต้องมีความพร้อมและเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการด้วย สิ่งสำคัญคือ “ความร่วมมือของคนในชุมชน” ที่จะกระตุ้นให้เกิดการร่วมกันอนุรักษ์ไว้ซึ่งวัฒนธรรมในเมืองเก่าสงขลา รวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนสงขลาอย่างแท้จริง นำไปสู่การสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของวิถีชุมชนคนสงขลาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อเป้าหมายสู่การเป็น “มรดกโลก” อีกแห่งหนึ่งของไทย วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวเรื่องเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย พัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย จิตสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับรองรับประชาชนทุกระดับ/ภาคส่วน ต่อยอดความเป็นไทยเพื่อสร้างเศรษฐกิจและสังคมสร้างสรรค์ (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2)

จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดสงขลาเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างปี 2559 – 2560 พบว่านักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 5,427,668 คนเป็นจำนวน 5,538,377 คน และรายได้จากการท่องเที่ยว

เพิ่มขึ้นจาก 48,885.4 ล้านบาท เป็น 54,337.50 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้นจากปีก่อนและรายได้มีการเพิ่มจำนวนเพิ่มมากขึ้นในทุกปี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเที่ยวแบบพักค้างคืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเทศบาลนครสงขลา นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลนครสงขลาโดยเกิดจากการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวท่องเที่ยวในรูปแบบวัฒนธรรมและประเพณีเพราะแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบวัฒนธรรมและประเพณีในเทศบาลนครสงขลา มีอยู่อย่างหลากหลายและมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ย่านเมืองเก่าสงขลา ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวมากที่สุด เพราะย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นสถานที่ที่ยังคงเอกลักษณ์ความเป็นเมืองเก่าของสงขลาในอดีตยังคงอยู่ (สุदारัตน์ มณีอร่าม, ชนนิกันต์ ศรีแก้ว และรัชชพงษ์ ชัชวาลย์, 2561) จะเห็นได้ว่าย่านเมืองเก่าสงขลาถูกเสนอเข้าสู่การเป็นมรดกโลกและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ชื่นชอบการมาท่องเที่ยวที่เมืองเก่าสงขลา หากทางจังหวัดสงขลาสามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญตามที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา

บททวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย นักท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่สืบทอดมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

(วริศรา บุญสมเกียรติ, 2555) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลิน ได้รับความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่น มีความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี (Culture and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นจัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจในสุริยศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ ความเข้าใจค่าสภาพสังคมและวัฒนธรรม

3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชนบท (Rural Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ เพื่อความเพลิดเพลินและได้รับความรู้บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Destination Image) มีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังจากได้ตัดสินใจมาแล้ว รวมทั้งบทบาทในการวางแผนยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยว ดังนั้น ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นประโยชน์ในด้านการวางแผนการตลาดและการวางนโยบายที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อสถานที่นั้นอย่าง ถ่องแท้ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวไปสร้างจุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว (สุขุม คงดิษฐ์และธนรัตน์ รัตนพงศ์-ธระ, 2558)

ปัจจัยที่ใช้ในการวัดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ดังนี้

1. ด้านประสบการณ์ หมายถึง การศึกษาถึงความเป็นมาตรฐาน การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ การมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่สวยงาม และโรงแรมที่พักเหมาะสม

2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง การศึกษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เทศกาล ศิลปะ การช่าง สิ่งปลูกสร้าง และธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ

3. ด้านราคาและสภาพแวดล้อม หมายถึง การศึกษาถึงราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมเป็นมาตรฐาน อากาศและสภาพแวดล้อม ไม่มีสิ่งปฏิกูล และสามารถเดินเที่ยวชมธรรมชาติได้

4. ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่ไม่อึดอัดวุ่นวาย เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายให้กับชีวิต และสามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี

5. ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถค้นพบและทำสิ่งตื่นเต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยได้

6. ด้านการเรียนรู้ หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถเรียนรู้และค้นพบวัฒนธรรมและวิถีชีวิตใหม่ๆหรือเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆและการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆจากการเดินทางมาท่องเที่ยว

7. ด้านสังคม หมายถึง การศึกษาถึงประชากรในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสนใจและวิถีชีวิตที่คล้ายกัน การมีน้ำใจ อภัยภัยไมตรีที่ดีและการมีปฏิสัมพันธ์ ความสามัคคีกัน

8. ด้านชื่อเสียง หมายถึง การศึกษาถึงการเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆให้เพื่อนหรือบุคคลอื่นรับฟัง

อัตลักษณ์และองค์ประกอบอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลา

อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หาก ชุมชนใดไม่มี ซึ่ง อัตลักษณ์ ก็จะไม่มีความโดดเด่น ความน่าสนใจ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมซ้ำแล้ว ซ้ำอีก คงเป็นการมาเยือนเพียงครั้งเดียวแล้วก็ผ่านไปเที่ยวที่อื่น ๆ (วิไลวรรณ ทวีศรี, 2560)

ย่านเมืองเก่าสงขลา มีสถาปัตยกรรมการก่อสร้างรูปแบบอาคารบ้านเรือนที่ได้รับการผสมผสาน ศาสตร์แห่งเชิงช่างโบราณอันมีเสน่ห์หลอมรวมวัฒนธรรมทั้งไทย จีน มุสลิม และตะวันตกเข้าด้วยกันไว้ ให้ผู้มาเยือนได้ชมและสัมผัสถึงถึงความงามแห่งนี้โดยในย่านเมืองเก่าแห่งนี้มีรูปแบบสถาปัตยกรรมถึง 4 รูปแบบไว้ด้วยกันดังนี้ (พัชรพงศ์ กุลกาญจนาชีวินและอุปถัมภ์ รัตนสุภา, 2559)

1. ตึกแถวแบบจีนดั้งเดิม สร้างขึ้นในช่วงปี 2379 ซึ่งเป็นช่วงแรกในการตั้งเมืองสงขลาแบบ สถาปัตยกรรมส่วนหน้าเป็นร้านค้าขายส่วนชั้นบนใช้เก็บของมีช่องส่งของเล็ก ๆ มีความยาวจากดิน ประมาณ 30 - 40 เมตรและเนื่องจากเป็นแปลงที่ดินยาวผู้ออกแบบจึงออกแบบให้มีช่องว่างเปิดโล่งและ ในกลางส่วนอาคารหลังเป็นที่พักอาศัย กรมศิลปากรได้ระบุว่าห้องแถวแบบจีนหลังแรกของจังหวัด สงขลาตั้งอยู่บนถนนเก่าห้อง (ถนนนางงาม)

2. ตึกแถวแบบจีนพาณิชย์ โดยลักษณะจะถัดมาจากจีนดั้งเดิมการออกแบบมีอายุประมาณ 70 ปีขึ้นไป รูปกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมแบบจีนดั้งเดิมแต่ประยุกต์ให้มีความทันสมัยขึ้นลักษณะที่สองเป็น อาคารตบสนองทางการค้าไม่มีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม

3. ตึกแถวแบบจีนสมัยใหม่ อันนี้ได้รับอิทธิพลมาจากตะวันตกอาคารอยู่ในช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป ไม่มีแผงปกปิดหลังคา และจะมีอักษรแสดงปี พ.ศ. ปรากฏบนแผงดังกล่าวบางหลังมีหลังคาจั่วหรือ ปันหย่าซ่อนอยู่ บางหลังเป็นหลังคา คสล. ส่วนใหญ่มักมี 2 - 4 ชั้น

4. ตึกแถวแบบสงขลาดั้งเดิม (ชิโน - ยูโรเปียน) มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมตกแต่งลวดลาย แบบจีนและยุโรป คล้ายกับรูปแบบที่เรียกว่าชิโนโปตุกิสจะพบมากที่ภูเก็ต ที่สงขลาจะไม่มีทางเดินใต้ อาคาร ที่เรียกว่าหอนาคาก็ อาคารจะมีช่องเปิดกลางอาคารและเป็นที่ตั้งของบ่อน้ำ ซึ่งในอดีตน้ำจะมี รสชาติจืดจนสามารถดื่มได้

(พัชรพงศ์ กุลกาญจนาชีวินและอุปถัมภ์ รัตนสุภาอ้างถึงในวิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ, 2559) ได้ กล่าวถึงปัจจัยในการจะสร้างการตระหนักรู้ของคนในชุมชนต่อคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1. ความทรงจำร่วม (Collective Memories) คือ ความทรงจำที่คนในชุมชนมีต่อพื้นที่หรือ ท้องถิ่นร่วมกันและส่งต่อความทรงจำนั้นผ่านรุ่นต่อกัน คนในชุมชนดั้งเดิมที่ได้สืบต่อการประเพณีความ เชื้อทั้งไทยพุทธ จีน หรือมุสลิม ไปจนการใช้ชีวิตประจำวันในลักษณะของสังคมพหุวัฒนธรรม

2. ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (Local History) คือองค์ความรู้ในอดีตที่สืบต่อมาไม่ว่าจะเป็นการ บันทึกหรือคำบอกเล่าในรูปตำนาน สิ่งนี้เป็นหลักฐานที่บ่งบอกถึงการพัฒนาของเมืองที่มีมาอย่าง ยาวนาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญในฐานะประจักษ์พยานของคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของตัวพื้นที่เอง

3. สำนึกความเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) คือ สำนึกของผู้คนที่มีความผูกพันที่พื้นที่หนึ่ง มากกว่าเป็นเพียงที่อยู่อาศัย หรือประกอบอาชีพ แต่เป็นความรู้สึกของความผูกพัน ความรู้สึกร่วมต่อ ความเป็นไปของพื้นที่นั้น และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในสังคมนั้นๆ สิ่งเหล่านี้จะสร้างจิตสำนึกที่เป็น แรงผลักดันให้เกิดความหวงแหนเอาใจใส่และพัฒนาพื้นที่นั้นๆในฐานะเจ้าของร่วมกัน

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แผนการปฏิบัติการ ๓ ททท, 2562) พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยวของชาวไทยจะขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความถี่และระยะทางใน การเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่จุดหมายปลายทางมักจะขึ้นอยู่กับกระแสสังคมในแต่ละช่วงเวลา โดยมีสื่อ ออนไลน์และ Social network เป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญ ขณะเดียวกัน สื่อสังคมออนไลน์ได้ทำให้คน ไทยได้เห็นโลกที่กว้างขึ้น เมื่อผนวกกับต้นทุนการเดินทางโดยค่าเครื่องบินที่ถูกลง ส่งผลให้คนไทยสนใจ เปิดโลกแห่งการท่องเที่ยวให้กว้างไกลออกไป การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศกลายเป็นเทรนด์สำหรับ

นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่แสวงหาประสบการณ์ที่แปลกแตกต่าง ทำให้การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่การเดินทางเท่านั้น แต่เป็นการสร้างไลฟ์สไตล์และอัตลักษณ์ของตัวเอง ทั้งนี้ แนวโน้ม พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2562 ยังคงเป็นไปในทิศทางเดียวกับปี 2561 ที่ผ่านมา ได้แก่ การเดินทางเป็นกลุ่ม ท่องเที่ยววันหยุดเป็นหลัก ให้ความสำคัญกับอาหารการกิน ชอบแสวงหาประสบการณ์ท่องเที่ยวแปลกใหม่ ช่างเลือกและค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวมากขึ้น สื่อออนไลน์มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว วางแผนเดินทางล่วงหน้าสั้นลง/รอคอย promotion ลดราคา ซื้อบริการท่องเที่ยวผ่าน online สูง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา เป็นวิธีการศึกษาชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน สถาบัน รวมถึงกลุ่มหรือองค์กรในรูปแบบอื่นๆ วิธีการนี้มีลักษณะเป็นวิทยาศาสตร์ เป็นการค้นคว้าหาของเท็จจริง ใช้ตัวนักวิจัยเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เคร่งครัดเพื่อหลีกเลี่ยงอคติและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง (ชาย โพธิ์สี ตา, 2550)

การเข้าสู่สนามและการกำหนดบทบาทนักวิจัย ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา เพื่อทำความเข้าใจกับสถานที่ และสังเกตสภาพแวดล้อมโดยรอบย่านเมืองเก่าสงขลา เพื่อสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในพฤติกรรมของคนในย่านเมืองเก่าสงขลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยเทคนิคการสำรวจประสบการณ์ (Experience Surveys) ซึ่งกระบวนการวิจัยจากประสบการณ์มาจากงานวิจัยเชิงธุรกิจ จะรวบรวมการสัมภาษณ์บุคคลจำนวนน้อยและต้องระมัดระวังในการเลือกบุคคล โดยคัดเลือกว่ามีคุณสมบัติและมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมานาน ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจนมากกว่าจะค้นหาเหตุการณ์ที่เป็นข้อสรุปใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) อย่างไม่เป็นทางการและไม่มีระบบในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แต่เน้นที่ความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่จะสัมภาษณ์ว่ามีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการหรือไม่ คำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้อธิบายคำตอบที่เปิดเผย และผู้ให้สัมภาษณ์จะมีอิสระในการให้คำตอบ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา คือ คุณชนินทร์ สาครินทร์
2. นายกสมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา คือ คุณศิววัฒน์ สุวรรณวงศ์
3. ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ เป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมภาคเอกชนในการประสานนโยบายและดำเนินงานระหว่างเอกชนกับรัฐ ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรม ศึกษาและหาทางแก้ไข ปัญหาเกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรมและกิจการที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมสนับสนุน การศึกษา วิจัย วิเคราะห์ ทดสอบ อบรม เผยแพร่วิชาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมให้แก่สมาชิก และอาจ จัดเป็นบริการแก่สาธารณชนด้วยก็ได้ ตรวจสอบสินค้า ออกใบรับรองแหล่งกำเนิดหรือใบรับรองคุณภาพ ของสินค้า ให้คำปรึกษาและเสนอข้อแนะนำแก่รัฐบาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านอุตสาหกรรม

จากการสัมภาษณ์ คุณชนินทร์ สาครินทร์ ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด สงขลา ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ของสงขลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ว่า จังหวัดสงขลาเป็นเมืองเก่า ได้มีการจัดกิจกรรมต่างๆเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยได้ร่วมกับ หน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา สำนักงาน พัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสงขลา ฯลฯ โดยกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้น เพื่อเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึง ทรัพยากรที่มีอยู่ของย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งตั้งแต่มีการยื่นเรื่องเมืองเก่าสงขลาเข้ารับการพิจารณาเป็น เมืองมรดกโลก หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้มีการร่วมมือกันเพื่อรักษาทำนุบำรุงย่านเมืองเก่า สงขลาเพื่อรอรับการประเมิน การปรับแต่งภูมิทัศน์โดยรอบให้เป็นระเบียบสวยงาม

"ย่านเมืองเก่าสงขลา มีเอกลักษณ์โดดเด่นในแง่ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเฉพาะการ อาศัยอยู่ร่วมกันของ 3 ศาสนา คือ ศาสนาพุทธ จีนและมุสลิม ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบของ สถาปัตยกรรมโบราณ ทั้งอาคารแบบเรือนแถวทรงไทย เรือนแถวแบบจีน เรือนแถวแบบซิโน-โปรตุกีส ซึ่งหากบูรณะขึ้นใหม่เชื่อว่าจะสร้างจุดขายทางการท่องเที่ยวได้ เทียบชั้นเมืองมะละกาและย่านเมืองเก่าในเมืองจอร์จทาวน์ ในมาเลเซีย"

จากการสัมภาษณ์คุณศิวัฒน์ สุวรรณวงศ์ นายกสมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา ได้ให้ข้อมูลว่า สมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา นับเป็นอีกหนึ่งสมาคมเก่าแก่ของจังหวัดสงขลา เริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2527 มีนายกสมาคมมาแล้ว 10 คน โดยคุณศิวัฒน์ สุวรรณวงศ์ เป็นนายกสมาคมคนที่ 11 และคุณ ศิวัฒน์ประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างดี โดยปัจจุบันโรงแรมบุรีศรีภูบูติก จัดเป็นหนึ่งใน โรงแรมชั้นนำของจังหวัดสงขลา ที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั้งในส่วนของห้องพัก ห้อง ประชุมสัมมนาเป็นอย่างดีและกรรมการบริหารสมาคมชุดใหม่ก็เน้นคนรุ่นใหม่ที่เป็นนักบริหารโรงแรมที่ ประสบความสำเร็จ มาร่วมขับเคลื่อนการบริหารสมาคมให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น โดยสมาคมมี เป้าหมายในการประสานความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ในการร่วมกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ของจังหวัดสงขลา รวมถึงการเชิญชวนเครือข่ายโรงแรมและธุรกิจเกี่ยวเนื่องมาเป็นสมาชิกสมาคมให้มากขึ้นและครอบคลุมทั้งจังหวัดด้วย การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาถือเป็นหนึ่งในหัวใจหลักของการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ วันนี้ภาคเอกชนต้องมีความร่วมมือกันมากยิ่งขึ้น จะรอแค่งบประมาณจากภาครัฐ เพียงอย่างเดียวไม่ได้ อยากเห็นกิจกรรมที่ภาคเอกชนเป็นเจ้าของหลักลงขันกันจัดแทนการรอ งบประมาณจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว ไม่ใช่รัฐไม่สนับสนุนแต่อยากเห็นเอกชนเข้มแข็งและ

ขับเคลื่อนด้วยตัวเองได้ การเร่งปรับปรุงโรงแรมให้มีความพร้อมในการจัดประชุมทางธุรกิจเพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่อยู่ท่องเที่ยวต่อหลังจากที่ประชุมธุรกิจเสร็จเรียบร้อยแล้ว

จากการที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วมและได้สัมภาษณ์คนที่อาศัยในย่านเมืองเก่าสงขลา พบว่าคนในชุมชนรับรู้เรื่องการยื่นเรื่องขอรับการรับรองเมืองมรดกโลกจากองค์การยูเนสโกเกือบทุกคนได้ร่วมมือกันดูแลรักษาเมืองเก่าสงขลาเพื่อรอรับการประเมินที่จะเกิดขึ้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์คนในชุมชนผู้วิจัยได้ทราบถึงการตระหนักของคนในชุมชนแบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ

1. ความทรงจำร่วม คนในชุมชนส่วนใหญ่ที่สูงอายุแล้วจะมีความทรงจำในอดีตร่วมกัน รู้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นมาเกิดจากอะไรบ้าง การถ่ายทอดเรื่องราวในอดีตให้กับลูกหลานได้รับรู้เพื่อให้เกิดความห่วงหาญสิ่งที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดการรักษาให้ยังคงอยู่

2. ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ในชุมชนส่วนใหญ่รับทราบเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของเมืองเก่าสงขลา รู้สึกถึงคุณค่าของประวัติศาสตร์ความเป็นมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันของเมืองเก่าสงขลา มีความภาคภูมิใจต่อท้องถิ่นของตนเอง

3. สำนึกความเป็นเจ้าของ คนในพื้นที่ที่มีความรู้สึกต่อที่ที่ตนอาศัยมากกว่าแค่ที่อยู่อาศัย แต่มีความผูกพันต่อพื้นที่เนื่องจากที่อาศัยอยู่นั้นอาศัยกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย มารุ่นพ่อแม่ เมื่อมีหน่วยงานราชการมาติดต่อขอความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ คนในชุมชนก็เต็มใจที่จะให้ความร่วมมือเนื่องจากเห็นว่าสิ่งที่เจ้าหน้าที่ดำเนินการนั้นเกิดประโยชน์ต่อคนในพื้นที่อย่างแท้จริง

ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาในปัจจุบันมีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก ประกอบด้วย 8 ข้อได้แก่

1. ด้านประสบการณ์ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา จะได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแบบใหม่ ที่ไม่เคยได้รับมาก่อน ประสบการณ์การชื่นชมสถาปัตยกรรมต่างๆของเมืองเก่าสงขลา

2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของเมืองเก่าสงขลา การเรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม และศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองเก่าสงขลา

3. ด้านราคา สินค้าและบริการที่ให้กับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่นักท่องเที่ยวได้รับ มีการควบคุมราคาของสินค้าและบริการจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อไม่ให้เอาเปรียบผู้บริโภค

4. ด้านสิ่งแวดล้อม หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนร่วมมือร่วมใจกันในการอนุรักษ์และรักษาสภาพแวดล้อมให้สมบูรณ์

5. ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย ย่านเมืองเก่าสงขลา มีสถานที่ที่ให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนอยู่หลายที่ ไม่แออัดและไม่วุ่นวาย

6. ด้านการเรียนรู้ ประชาชนที่อยู่ในย่านเมืองเก่าสงขลา ยินดีและเต็มใจที่จะบอกเล่าเรื่องราวและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ การถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมเก่าของชาวสงขลาให้กับนักท่องเที่ยว

7. ด้านสังคม สภาพความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเป็นแบบถ้อยที่ถ้อยอาศัย มีน้ำใจไมตรีให้แกกัน พึ่งพาอาศัยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

8. ด้านชื่อเสียง มีการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆจากการประชาสัมพันธ์ การบอกเล่าจากคนในพื้นที่ ให้กับนักท่องเที่ยวได้รับทราบ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์และการลงพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาทำให้ผู้วิจัยทราบถึงแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบันที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

ย่านเมืองเก่าสงขลามีสถาปัตยกรรมการก่อสร้างรูปแบบอาคารบ้านเรือนที่ได้รับการผสมผสานศาสตร์แห่งเชิงช่างโบราณอันมีเสน่ห์หลอมรวมวัฒนธรรมทั้งไทย จีน มุสลิม และตะวันตกเข้าด้วยกันไว้ให้ผู้มาเยือนได้ชมและสัมผัสถึงตีความงามแห่งนี้ได้โดยในย่านเมืองเก่าแห่งนี้มีรูปแบบสถาปัตยกรรม ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีแนวทางในการบำรุงรักษาสถาปัตยกรรมให้คงอยู่เพื่อรองรับการประเมินจากองค์การยูเนสโกจากการเสนอย่านเมืองเก่าสงขลาเข้ารับการพิจารณาเป็นมรดกโลก ซึ่งภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลามีลักษณะคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก อีกทั้งมีการสนับสนุนจากทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การวางแผนและการพัฒนาทรัพยากรในพื้นที่ให้พร้อมรองรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ๆให้กับนักท่องเที่ยว อนึ่งการที่นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น สิ่งหนึ่งก็ตามมาคือการปรับตัวของโรงแรมที่พักอาศัยเพื่อให้ได้มาตรฐานได้รับการยอมรับ ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าพักอาศัย การตระหนักถึงคุณค่าของชุมชนถึงทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนปลูกฝังจิตสำนึกให้กับคนในชุมชนให้เกิดการอนุรักษ์และรักษาให้คงอยู่ต่อไป สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบการพัฒนาทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปินฤทัย ทองและสุวารี นามวงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย (1) การมีจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้านและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว (2) การประสานงานและความร่วมมือ (3) การสนับสนุนของภาครัฐในท้องถิ่น (4) การมีส่วนร่วมของประชาชน (5) ภาวะผู้นำชุมชน และงานวิจัยของสุชาติ รักแก้ว (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลนครชุม อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร พบว่าแนวทางการพัฒนาที่สำคัญได้แก่ (1) ด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ควรสนับสนุนงบประมาณเพื่อสร้างความเข้มแข็งแล้วให้ชุมชนบริหารจัดการตนเองสามารถช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยจัดกิจกรรมชมวิถีชีวิตในชุมชน มีส่วนร่วมในการตลาด การหานักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมสาธิตต่าง ๆ (2) ด้านการบริการการท่องเที่ยว ควรจัดสถานที่จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกไว้บริการนักท่องเที่ยว (3) ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนให้ชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และการร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยวภาคธุรกิจโรงแรมที่พักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น

ดังนั้นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการพัฒนา การอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วยังคงอยู่ เน้นการตระหนักถึงคุณค่าของชุมชนให้เพิ่มมากขึ้น ทั้ง 3 ด้าน คือ (1) ความทรงจำร่วม ถ้าทุกคนมีความทรงจำร่วมกันแล้วก็จะเห็นถึงความสำคัญในการอนุรักษ์และรักษาสิ่งที่มีอยู่ (2) ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มีการถ่ายทอดความรู้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ทราบถึงความเป็นมาของย่านเมืองเก่าสงขลา (3) สำนึกความเป็นเจ้าของ ให้ทุกๆคนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกัน เมื่อคนใน

ชุมชนตระหนักรู้เพิ่มมากขึ้น เมื่อผสมผสานกับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ผ่านการการปรับปรุงรักษาทำนุบำรุงย่านเมืองเก่าสงขลา ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา ก็จะทำให้แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลาประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมของพื้นที่เมืองเก่าสงขลาถึงศักยภาพในการรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น เพื่อหาทางจัดการกับนักท่องเที่ยวและป้องกันการเกิดปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมือง และควรมีการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวครั้งแรกและที่มาท่องเที่ยวซ้ำว่าอะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้เลือกมาท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา เพื่อที่ผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้รับทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *แผนการปฏิบัติการของ ททท ปี 2562*.

จาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/market-plan>. สืบค้นวันที่ 25 มีนาคม 2563

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์2562*.

จาก <https://www.mots.go.th/News-view.php?nid=11900>. สืบค้นวันที่ 21 มีนาคม 2563

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*

จาก <https://www.thai-german-cooperation.info/admin/uploads/publication/1be798cb24ee07703c498fcd47cbba4den.pdf>.

สืบค้นวันที่ 21 มีนาคม 2563

ชาย โปธิสิตา. (2550). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

ปิ่นฤทัย คงทอง, และสุวารี นามวงศ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 12(2), 1-32. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/103582>

พัชรพงศ์ กุลกาญจนาศีวิน, และอุปถัมภ์ รัตนสุภา. (2559). *มรดกร่วมกันสำหรับย่านเมืองเก่าสงขลา: วิธีการอยู่บนรากฐานประวัติศาสตร์*. การประชุมวิชาการระดับชาติ “สถาปัตยกรรมศาสตร์” และระดับนานาชาติ “สถาปัตยกรรมศาสตร์”, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร

วรศรา บุญสมเกียรติ. (2555). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช: วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อยและโบราณสถานวัดโมคลาน* (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตร มหาบัณฑิต): กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สืบค้นจาก

<https://tdc.thailis.or.th/tdc/>

วิไลวรรณ ทวีศรี (2560). อัตลักษณ์ชุมชน: แนวคิดและการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยหลักพุทธสันติวิธีของเทศบาลตำบลเขียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารศิลปการจัดการ*, 1(2), 63-74. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/about.php/jam/about>

-
- สุขุม คงดิษฐ์, และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2558). *การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สุชาดา รักเกื้อ. (2560). *แนวทางพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลนครชุม อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร* (รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สุดารัตน์ มณีอร่าม, ชนนิการ์ต์ ศรีแก้ว และรัชชพงษ์ ชัชวาลย์. (2561). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลสงขลา*. การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 1. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

การวิเคราะห์สภาพการณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และทุนทางสังคมของหมู่บ้าน
ท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษา บ้านบางสะแก ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที
จังหวัดสมุทรสงคราม

The Analysis of the Situation, Community Participation and Social
Capital in Community-based Tourism: A Case Study of Bangsakae Village,
Bangsakae Sub-district, Bang Khonthi District, Samut Songkram Province

อัจฉรีย์ มานะกิจ

Atcharee Manakij¹

เก็ดศิริ เจริญวิศาล

Kaedsiri Charoenwisan²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพการณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนศึกษา
ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชน และระดับทุนทางสังคมของการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนบ้านบางสะแก ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม เก็บข้อมูลสภาพการณ์ของ
หมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยวิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยมีผู้ให้ข้อมูล
หลัก คือผู้ที่มีประสบการณ์และมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 10
คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 15 คน ดำเนินการเก็บข้อมูลในเดือน
กุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม เครื่องมือที่ใช้ทำการบันทึกข้อมูล มีทั้งแบบเป็นลายลักษณ์อักษรและเทปเสียง
โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถอดการบันทึกด้วยการจัดรูปแบบเนื้อหาที่ถอดความด้วย
วิธีการพิมพ์แบบคำต่อคำ (Verbatim)

ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าบ้านบางสะแกมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอยู่ในระดับการร่วม
ดำเนินการ ซึ่งมีการกระจายอำนาจผ่านการเจรจาต่อรองระหว่างชุมชนและผู้มีอำนาจ ประชาชนมีส่วน
รับผิดชอบด้านการวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้และมี
ทุนทางสังคมที่มีความเข้มแข็งและมีความโดดเด่น มีระดับความสัมพันธ์ทุกด้านทั้งด้านทุนมนุษย์ ด้าน
ทุนที่เป็นสถาบัน รวมถึงด้านทุนทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม อยู่ในระดับสูง เป็นกลุ่มที่มีทุนทางสังคมที่
ดี ความร่วมมือที่ดี ระหว่างเครือข่ายทั้งกับหน่วยงานราชการ และองค์กรอื่น ๆ ภายนอกชุมชน ไม่
จำเป็นที่จะต้องการความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกมากนัก

คำสำคัญ : สภาพการณ์ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทุนทางสังคม

¹ นักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

E-mail: atcharee_noon@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to analyze the situation of community-based tourism and to study the level of community participation and the level of social capital of Bangsakae community-based tourism at Bangsakae sub-district, Bang Khonthi district, Samut Songkram Province. The methods of collecting data of the community-based tourism were focus group discussion by interviewing 10 key informants having experience and taking a part in the community-based tourism development, and in-depth interview by interviewing 15 people. Data were collected between February to March. The research instruments used in collecting data were formal writing and electronic records by using verbatim transcription as a technique to analyze data by converting each word in an audio recording into a text format (word-for-word).

The research reflected that the level of Bangsakae community participation was at the partnership level. There was decentralization through negotiation between the community and authorities. Local people were responsible for working as the collaborative planners and decision-makers to achieve goals together. It was also found that social capital was at the high level. The social capital in the community is strong and unique. The community had a high level of relationship in all aspects including human capital, institutional capital, wisdom, cultural capital, good social capital, collaboration with networks, government agencies and other organizations outside the community. There was not much need for Bangsakae community to receive assistance from external organizations.

Keywords: Situation Analysis, Social Capital, Community Participation

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยหลักการสำคัญในการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เป็นการกระจายอำนาจแก่ชุมชน ให้มีส่วนร่วมด้านการบริหาร การจัดสรรทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงสร้างการเรียนรู้และประสบการณ์ด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว (สถาบัน พระปกเกล้า ,2554) โดยประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น คือการสนับสนุนเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น สิทธิในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดย ชุมชน พัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน ถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวจากท่องเที่ยวกระแสหลัก ให้มีความสำคัญตามความสนใจของนักท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งของชุมชนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการจัดการที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง แผนงาน และดำเนินงาน ทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ความรู้และความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวของคนในชุมชน และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (สุจิตราภรณ์ จุสโปโล ,2557) ซึ่งแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น จำเป็นต้องอาศัย “ทุนทางสังคม” (Social Capital) ซึ่งเป็นเสมือนตัวหล่อลื่นก่อให้เกิดการกระจายอำนาจการมีส่วนร่วม และความร่วมมือของคนในชุมชน (จักรกฤษณ์ เจริญสิทธิ์ และคณะ ,2561)

บ้านบางสะแก หมู่ที่ 6 ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นหนึ่งในหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับจัดสรรงบประมาณหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน จากกรมการพัฒนาชุมชน ในปีพ.ศ. 2562 เพื่อใช้ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน หากแต่การดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบางสะแกไม่เพียงแต่จัดทำขึ้นเฉพาะหมู่ที่ 6 บ้านบางสะแก แต่มีศักยภาพในการดำเนินงานเชื่อมต่อเครือข่ายในระดับตำบล ในขับเคลื่อนการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความเข้มแข็ง โดยมีคณะกรรมการในการขับเคลื่อน ภายใต้ชื่อ “กลุ่มรักษ์บางสะแก” ที่มีคณะกรรมการในระดับตำบล เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการบูรณาการเกิดเป็นเครือข่ายทางสังคมในวงกว้าง และก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบางสะแกตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการบริหารจัดการชุมชน บนฐานแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่ามีสภาพการณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชนและทุนทางสังคมอย่างไร เพื่อเป็นตัวอย่างในการเสนอแนะแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพการณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านบางสะแก ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านบางสะแก ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม
3. เพื่อศึกษาระดับทุนทางสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านบางสะแก ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมุติฐาน

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism – CBT) หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม มีการกำหนดการดำเนินงานและทิศทางการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชน มุ่งเน้นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของมีสิทธิ การจัดการดูแล และเกิดการเรียนรู้แก่ผู้ที่มาท่องเที่ยวในชุมชน (พจนา สอนศรี และสมภาพ ยี่จ่อหอ , 2556) และ (Fennell ,1999) ได้เสนอคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าจะต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ เกิดผลกำไรตอบแทนแก่สมาชิกในชุมชน ได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริง ไม่ให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคมและวัฒนธรรม สร้างจิตสำนึกในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม และก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีงานระหว่างประเทศ ทั้งนี้การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น จำเป็นต้องเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับ

ชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว และจำเป็นต้องมีกระตุ้นให้คนในสังคม เห็นถึงความสำคัญและมีความต้องการที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของชุมชน ให้ประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตอันดีงามของชุมชน อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน (ณัฐพัชร์ มณีโรจน์ ,2560) เริ่มต้นมาจากการที่ชุมชนเห็นถึงความสำคัญและร่วมแรงร่วมใจ ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนโดยคนในชุมชน และเข้าใจในหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเรื่องของการรับรู้ที่ชุมชนนั้นเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ทั้งยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต ก่อเกิดความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม เอกสิทธิ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น และมีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน ทั้งนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถส่งเสริมการพัฒนาที่เกิดขึ้นใหม่เศรษฐกิจ และได้ถูกนำมาใช้โดยโครงการความร่วมมือระหว่างประเทศเป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการลดความยากจน จุดมุ่งหมายสำคัญของ CBT เป็นการดำเนินการตามกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงความต้องการที่จะลดความยากจนที่มีการแบ่งในการพึ่งพาโครงสร้างขึ้นอยู่กับควบคุมของภาครัฐและเอกชน (Giampiccoli and Kalis ,2012)

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น หมายถึง การให้โอกาสแก่คนในชุมชนเป็นผู้ตัดสินใจ กำหนดปัญหาของตนเอง เป็นการเสริมสร้างพลังให้กับชุมชน กลุ่มองค์กรชุมชน ให้สามารถระดมขีดความสามารถในการจัดการทรัพยากร การตัดสินใจ และการควบคุมกิจการต่าง ๆ ในชุมชน สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยตนเอง ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างมีศักดิ์ศรี ตลอดจนสามารถพัฒนาศักยภาพของประชาชนและชุมชน ทั้งในด้านภูมิปัญญา ทักษะความรู้ ความสามารถ และการจัดการ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยที่คนในชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างอิสระ ทำงานร่วมกันในรูปแบบของกลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกันอย่างชัดเจน สำหรับการประเมินสถานะการมีส่วนร่วมและการกระจายอำนาจของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ ตามลักษณะที่เป็นแกนแนวคิด Etsuko Okazaki (2008)

1. ระดับที่ชุมชนยังไม่มีส่วนร่วม (Non-Participation) ได้แก่ระดับการมีส่วนร่วมที่มีมุมมองของการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าโครงการจะประสบ หรือบรรลุเป้าหมายได้ เกิดจากการสนับสนุนโดยภาครัฐและการวางแผนของเจ้าหน้าที่ เท่านั้น (Manipulation) และระดับที่ชุมชนยังไม่มีส่วนร่วมเป็นเพียงการจัดกิจกรรมเพื่อให้ข้อมูลหรือการศึกษาแก่ผู้มีส่วนร่วมเท่านั้น (Therapy)

2. ระดับเริ่มต้นของการมีส่วนร่วมของชุมชน (Degrees of Tokenism) ได้แก่ระดับการให้ข้อมูล (Informing) เป็นขั้นแรกของการมีส่วนร่วม แต่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว กล่าวคือ ภาครัฐหรือเจ้าของโครงการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประชาชนเมื่อกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาต่าง ๆ ได้ถูกคิดริเริ่มแล้ว โดยชุมชนมีสิทธิเพียงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเท่านั้น ไม่มีช่องทางในการแสดงความคิดเห็นหรือเกี่ยวข้องใดใดกับการตัดสินใจ อย่างไรก็ตามสามารถกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วมในระดับนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม ซึ่งวิธีการให้ ข้อมูลมีได้หลายเทคนิคและวิธีการ เช่น การประกาศผ่านหนังสือพิมพ์ การแจกแผ่นพับ หรือการแสดง นิทรรศการ เป็นต้น ระดับการปรึกษาหารือ (Consultation) เป็นระดับที่มีการเปิดโอกาสให้มีการเจรจา กันระหว่างภาครัฐหรือ

เจ้าของโครงการ ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ และสาธารณชน อาจจะเป็น การสำรวจทัศนคติ การประชุม เพื่อนบ้านหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือเป็นการสอบถามจากเจ้าหน้าที่รัฐ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อ นำข้อมูล และผลการศึกษา มาปรึกษาหารือกับชุมชนในประเด็นปัญหา ทางเลือก ทางแก้ไขที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย หรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็น ได้ แต่ไม่มีหลักประกันว่าแนวคิดเหล่านั้นจะถูก นำเข้าสู่กระบวนการพิจารณาอย่างเหมาะสมหรือมีผล ต่อการตัดสินใจ และระดับการสร้างความร่วมมือและวางแผนร่วมกัน (Placation) เป็นระดับที่เปิด โอกาสให้มีการสื่อสารแบบสองทาง การอนุญาตให้ชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการ อนุญาต ให้สามารถแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการ ดำเนิน โครงการ ลดปัญหาความขัดแย้ง แต่อย่างไรก็ตามอำนาจในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายยังเป็นของ ผู้มีอำนาจโดย ขอบตามกฎหมาย วิธีการมีส่วนร่วมในระดับนี้อาจจะเป็นการประชุมวางแผนแบบ มีส่วนร่วมหรือกลุ่ม ปรึกษา เป็นต้น

3. ระดับที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมาก (Degrees of Citizen Power) ได้แก่ระดับการร่วม ดำเนินการ (Partnership) เป็นการกระจายอำนาจผ่านการเจรจา ต่อรองระหว่างชุมชนและผู้มีอำนาจ เป็นระดับที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจ ผู้ดำเนินนโยบายหรือโครงการและประชาชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านการ วางแผนและตัดสินใจในการดำเนินการโครงการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้ ระดับการร่วมตัดสินใจ ติดตามตรวจสอบ และประเมินผล (Delegated Power) เป็นระดับที่ชุมชนเข้า มาเป็นคณะกรรมการหลักหรือเป็นส่วนใหญ่ ชุมชนมีสิทธิในการตัดสินใจ เข้าร่วมตรวจสอบและ ประเมินผลการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องผลกระทบต่อสุขภาพ ประชาชน สังคม และคุณภาพสิ่งแวดล้อม และระดับการควบคุมโดยชุมชน (Citizen Control) เป็นระดับการมีส่วนร่วมของ ชุมชนขั้นสูงสุด โดยชุมชนดำเนินการด้วยตนเองทั้งหมด ทั้งด้าน การวางแผน ทำแผน ตัดสินใจโดยไม่มี เจ้าหน้าที่ของภาครัฐหรือแหล่งทุนภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่อาจจะเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุน การดำเนินงานเท่านั้น

แนวคิดทุนทางสังคม

ทุนทางสังคมเป็นแนวคิดที่นักวิชาการแขนงวิชาด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์นำมา ประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับทุนทางสังคม หมายถึง “สิ่งที่ดีที่มีอยู่ในชุมชน ประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ บุคลากร ประชาชนชาวบ้าน เครือข่ายการรวมตัวกันในรูปแบบต่าง ๆ ภายในประชาคม บรรทัดฐาน และ ความ ไว้วางใจ ทุนทางสังคมเป็นส่วนสำคัญทำให้ผู้มีส่วนร่วมได้ทำงานร่วมกันอย่างราบรื่นและบรรลุ ถึงจุดมุ่งหมาย” สำหรับแนวคิดทุนทางสังคมได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในมิติของเครือข่าย (Networks) เพื่อประเมินสถานะปัจจุบันของชุมชนเรื่องการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยกำหนดลักษณะ ของทุนทางสังคมที่ใช้ในการวิเคราะห์ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ ความสัมพันธ์ภายในชุมชนที่รู้จักกัน (Bonding Social Capital) ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับองค์กรอื่น ๆ ภายนอกชุมชน (Bridging Social Capital) และ ความสัมพันธ์กับหน่วยงานราชการ (Linking Social Capital) ซึ่งเป็น ความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานราชการหลายหน่วยงาน เช่น องค์กร บริหารส่วนตำบล หรือสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัยในการทำวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น

ประเมินสถานะปัจจุบันของชุมชนในการมีส่วนร่วมนั้น สามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่มีระดับความสัมพันธ์ทุกด้านอยู่ในระดับสูง เป็นกลุ่มที่มีทุนทางสังคมที่ดี มีความร่วมมือระหว่างเครือข่ายที่ดี เป็นกลุ่มที่ไม่ต้องการความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอก

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีระดับความสัมพันธ์กับหน่วยงานราชการที่ดี แต่มีความสัมพันธ์ ระหว่างองค์กรภายนอกอื่น ๆ อยู่ในระดับต่างๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาจมีความขัดแย้งซ่อนเร้นอยู่ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการกระจายอำนาจ รวมถึงทรัพยากรให้มีความทั่วถึงแก่กลุ่มบุคคลที่ยังไม่มีส่วนร่วมหรือส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่มีระดับความสัมพันธ์ทุกด้านอยู่ในระดับต่างๆ แสดงให้เห็นว่าเกิดความ ขัดแย้งในชุมชนเป็นอย่างมาก จำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรภาครัฐและต้องสร้าง ความสัมพันธ์ในลักษณะการเป็นหุ้นส่วนกับสังคม

กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่มีระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายนอกอื่น ๆ อยู่ในระดับสูง แต่มีความสัมพันธ์ที่ไม่ดีกับหน่วยงานราชการ ความสัมพันธ์ในกลุ่มนี้ก่อให้เกิดความตึงเครียด ซึ่งต้องการ การสนับสนุนหรือความช่วยเหลือจากภาครัฐ

ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์องค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน คำว่า SWOT ย่อมาจากประเด็นที่ต้องมีการวิเคราะห์ ได้แก่ S-Strength (จุดแข็ง), W-Weakness (จุดอ่อน), O-Opportunity (โอกาส) และ T-Threat (อุปสรรค) โดยทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นโดย อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) กล่าวว่า การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของ องค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็ง ขององค์กรและ แสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทาง สภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มัน้อยที่สุดได้ Monika Bumbalova (2010) โดยทำการ วิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร เพื่อใช้ในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ในการวิเคราะห์สภาพการณ์ของหมู่บ้าน และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สำหรับการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนและทุนทางสังคมของหมู่บ้านโดยมี รายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion)

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาประเด็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ของหมู่บ้าน ด้วยการ สนทนากลุ่มย่อย กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และส่วนในการดำเนินงานหมู่บ้าน ท้องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 10 คน ประกอบด้วย คณะกรรมการหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้นำ ชุมชน ประชาชนชาวบ้าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ โดยมีตัวผู้วิจัยเป็นเครื่องมือในการ วิจัยเชิงคุณภาพที่สำคัญ จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความไวทางทฤษฎี (Thoristic Sensitivity) และมีความรู้ ในเรื่องที่จะศึกษา จากภูมิความรู้ การศึกษาเอกสาร หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการวิเคราะห์

สภาพการณ์ของชุมชน สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) ด้วยตนเอง ผู้วิจัยใช้แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม(Guideline) เป็นแนวคำถามปลายเปิด แบบไม่มีโครงสร้างที่เข้มงวด ซึ่งสร้างแนวคำถามจาก 3 ส่วนหลัก คือ มโนทัศน์หรือประเด็นการศึกษา (Study Concept) คำถามหรือประเด็นการสนทนา (Questions) และประเด็นในการซักถาม (ชาย โปธิสिता, 2550 : 232) มีการใช้เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูป ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องบันทึกเสียงแบบพกพา และโทรศัพท์มือถือในการทำกรบันทึกเสียงและผู้จัดบันทึก ใช้สมุดบันทึกและปากกาในการจดบันทึกการสนทนากลุ่ม โดยในระหว่างการสนทนาผู้วิจัยได้รับ อนุญาตเพื่อบันทึกเสียง การสัมภาษณ์ดังกล่าว การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัยใช้วิธีการ ตรวจสอบสามเส้าด้าน ข้อมูลที่ ต่างกัน (Data Triangulation) โดย ทำ การ ตรวจสอบ ข้อมูล เรื่องเดียวกัน จากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งที่มีความแตกต่างกันจนกระทั่งข้อมูลที่ได้ถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical Saturation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2556) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยถอดเทปการสนทนาจากการสัมภาษณ์ แบบคำต่อคำ (Verbatim)

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาประเด็นการมีส่วนร่วมของชุมชนและทุนทางสังคมของ หมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และ ส่วนในการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 15 คน โดย การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ตัวผู้วิจัย แนวข้อคำถามที่เป็นคำถามปลายเปิดด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และโปรแกรม บันทึกเสียงในมือถือสมาร์ตโฟน และสมุดสำหรับจดบันทึก โดยในระหว่างการสนทนาผู้วิจัยได้รับ อนุญาตเพื่อบันทึกเสียงการ สัมภาษณ์ดังกล่าว การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัยใช้วิธีการ ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล ที่ ต่างกัน (Data Triangulation) โดยทำการตรวจสอบข้อมูลเรื่องเดียวกัน จากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งที่มีความแตกต่างกันจนกระทั่งข้อมูลที่ได้ถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical Saturation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2556, หน้า 34) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยถอดเทปการสนทนาจากการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Verbatim)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์สภาพการณ์ของหมู่บ้าน

การวิเคราะห์สภาพการณ์ของหมู่บ้าน ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT ในการศึกษา สภาพการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่อาจ ส่งผลต่อการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้เรารู้จักตนเอง และรู้จักสภาพแวดล้อมใน เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อหมู่บ้านซึ่งจะครอบคลุม ขอบเขตของปัจจัยที่กว้าง ด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ขององค์กรทำให้มีข้อมูล ใน การกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาจากจุดแข็งของหมู่บ้านและแสวงหาประโยชน์จาก โอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อม หรือลด จุดอ่อนขององค์กรให้มน้อยที่สุดได้ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์สภาพการณ์ ของบ้านบางสะแก ตำบลบาง

สะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นที่รู้จักและมีศักยภาพในการดำเนินงาน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงสภาพการณ์ของหมู่บ้าน จากการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง	จุดอ่อน
บ้านบางสะแกเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน และคนในชุมชน ระดับที่สูง ในการขับเคลื่อนงาน โดยมีการให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรให้มีโอกาสได้เพิ่มพูนความรู้ โดยการเข้าสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันร่วมอบรม พัฒนาตนเอง ทำให้เกิดการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีทุนชุมชนที่ดี คนในชุมชนมีความสามัคคี มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดีและเป็นระบบ โดยคนในชุมชน มีกฎกติกาของชุมชน มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ และกิจกรรมในวันสำคัญ ๆ ร่วมกันอยู่เป็นประจำ ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา มีกองทุนของชุมชน ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว คนในชุมชนใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นชุมชนที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน คนในชุมชนมีความตระหนักรู้และให้ความร่วมมือในเรื่องของสิ่งแวดล้อม เช่น การคัดแยกขยะตามบ้านเรือน กิจกรรมการลงแขกลงคลอง มีร้านค้าชุมชน และมีเสียงตามสายเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์กันภายในหมู่บ้าน	บ้านบางสะแกยังมีการผูกขาดการค้าของคนในชุมชนมากเกินไป ทำให้ขาดความหลากหลายเชิงการค้า เน้นกิจกรรม เช่น การทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพวกเขาต่าง ๆ ขาดบุคลากรในชุมชนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีมาขับเคลื่อนงานด้านการท่องเที่ยว เป็นสังคมผู้สูงอายุ มีเยาวชนน้อยและออกไปทำงานนอกพื้นที่มาขาดการเชื่อมต่อ ถ่ายโอนกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่เยาวชน (การมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่) เนื่องจากมีการเดินทางออกไปทำงานนอกพื้นที่ สมาชิกไม่ปฏิบัติตามกฎกติกา และยังขาดการประชาสัมพันธ์สู่ภายนอกหมู่บ้าน
โอกาส	อุปสรรค
บ้านบางสะแกมีหน่วยงานภาคีภายนอกให้การสนับสนุนเป็นจำนวนมาก มีกลุ่ม/เครือข่าย/อาสา มาร่วมทำกิจกรรมอยู่เสมอ คนภายนอกสนใจที่จะเข้ามาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมากเป็นหมู่บ้านที่มีโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางคมนาคมที่สะดวกและมีความน่าสนใจ มีรถโดยสารประจำทางผ่านเข้าออก มีแหล่งเงินทุนทั้งภายในและภายนอกชุมชน ซึ่งในปัจจุบันนโยบายของรัฐบาลในปัจจุบัน มุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้น	บ้านบางสะแกยังขาดสถานที่แปรรูปสินค้า และการส่งเสริมอาชีพให้มีความหลากหลาย ยังคงประสบปัญหาภัยธรรมชาติและ การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ เช่น ภัยธรรมชาติที่เกิดจากพายุ อยู่บ่อยครั้ง ปัญหาผลผลิตราคาตกต่ำ ส่วนราชการในพื้นที่ขาดการบูรณาการเนื่องจากต้องปฏิบัติงานตามผลสัมฤทธิ์ของหน่วยงาน และในเรื่องของนักท่องเที่ยวที่ลดในช่วงขณะนี้ เนื่องจากมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการลดลงของนักท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการเมือง เศรษฐกิจ และโรคติดต่อ (Covid - 19)

การวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนและระดับทุนทางสังคม

การวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน และระดับทุนทางสังคมผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน และแนวคิดทุนทางสังคม ในการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน และระดับทุนทางสังคม บ้านบางสะแก จากการสัมภาษณ์เชิงลึก คณะกรรมการหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เป็นผู้ให้ข้อมูล จำนวน 15 คน ว่ามีระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน และระดับทุนทางสังคมในระดับใด จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน บ้านบางสะแก การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในช่วงเริ่มต้นนั้น เริ่มจากการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ระดับหมู่บ้าน หลังจากนั้นมีการขยายต่อมายังหมู่บ้านข้างเคียง จากการเห็นพ้องต้องกันที่จะร่วมมือร่วมใจที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนของผู้นำชุมชน ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน การทำงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเริ่มต้นจากการทำงานร่วมกันในภาพตำบล ภายใต้ความร่วมมือของทุกหมู่บ้านจากความต้องการของคนในชุมชน ที่พร้อมจะขับเคลื่อนโดยคนในชุมชน ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “บ้านบางสะแกเป็นหมู่บ้านที่เริ่มต้นจากการทำงานวิจัยเรื่องลำปะโดง สมัยท่านผู้ว่าประภาส บุญยยินดี จากเดิมผู้นำชุมชนไม่ค่อยมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน จนหลัง ๆ มีการจัดประชุมและดำเนินกิจกรรมร่วมกัน เป็นประจำทุกเดือน เช่น การประชุมประจำเดือนของคณะกรรมการระดับตำบล กิจกรรมลงแขกกลองกลอง เป็นต้น นับเป็นจุดเริ่มต้นของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างแท้จริงจนถึงปัจจุบัน” ปัจจุบันมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารการท่องเที่ยวโดยชุมชนและอาสาสมัครในการทำงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับตำบล ในชื่อ กลุ่มรักษ์บางสะแก เพื่อเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการจัดกิจกรรมต่างๆ ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาร่วมกิจกรรมของชุมชน เป็นผู้ร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงมีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม และเป็นระบบเพื่อนำไปพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

จากการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบางสะแก สามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนของบ้านบางสะแก อยู่ในระดับการร่วมดำเนินการ ซึ่งมีการกระจายอำนาจผ่านการเจรจาต่อรองระหว่างชุมชนและผู้มีอำนาจ ประชาชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านการวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. ระดับทุนทางสังคมของบ้านบางสะแก แบ่งออกได้เป็น 3 มิติ ดังนี้

มิติภายในชุมชน พบว่าชุมชนมีความสัมพันธ์กันในระดับเครือญาติ และเพื่อนฝูง มีความใกล้ชิดกันค่อนข้างสูง ไปมาหาสู่กันเสมอ มีการจัดตั้งกลุ่มองค์กรและคณะกรรมการบริหารการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นในระดับตำบล ในชื่อ กลุ่มรักษ์บางสะแก เพื่อขับเคลื่อนงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงกลุ่มองค์กรต่าง ๆ มีการจัดตั้งเครือข่ายเยาวชนในชื่อ ชมรม TO BE NUMBER ONE ตำบลบางสะแก ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “เดี๋ยง ชมรม TO BE NUMBER ONE” จะมาร่วมกันเรียนรู้การทำงานของชุมชนร่วมกับผู้นำเพื่อเป็นการปลูกฝังเยาวชนในชุมชนเกิดความรักความสามัคคีกัน เป็นประจำ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ แสดงออกถึงความสามัคคี ป้องกันยาเสพติดที่เกิดขึ้นในชุมชน ร่วมกับผู้ใหญ่เกิดเป็นความสามัคคีกันแบบพี่น้องแบบเครือญาติขึ้นภายในชุมชน” มีการรวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มส้มโอ กลุ่มขนมไทย กลุ่มเย็บกระถางใบตองแห้ง กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้ง และกลุ่มแปรรูปผลไม้ เป็นต้น ทั้งยังมีสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมที่แสดงถึงความสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายของคนในชุมชน เช่น ศาลาประชาคม ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดบางสะแก ศูนย์อนามัยชุมชน เป็นต้น รวมถึงมีการสนับสนุนกลุ่มอาชีพของคนในชุมชนเพื่อไปขายภายนอกหมู่บ้านเป็นการเพิ่มการตลาดให้กับคนในชุมชน ทั้งยังมีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายโดยละเอียดและเป็นธรรมให้ได้รับทราบ ในที่ประชุมคณะกรรมการอีกด้วย

มิติความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับหน่วยงานราชการ พบว่าชุมชนมีการบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการหลายหน่วยงาน องค์กรบริหารส่วนตำบลบางสะแก สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางคนที สำนักงานเกษตรอำเภอบางคนที สำนักงานสาธารณสุขอำเภอบางคนที กศน.อำเภอบางคนที และโรงเรียนวัดบางสะแก (ล้อมประชานุกูล) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในการจัดทำโครงการต่างๆ อีกด้วย ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “ตำบลบางสะแกได้รับการสนับสนุน จากหน่วยงานราชการในเกือบจะทุกๆ กิจกรรม ในรูปแบบของการบูรณาการ และมีการประสานความร่วมมือในการทำงานร่วมกับหมู่บ้านอื่น ทั้งที่อยู่ในอำเภอเดียวกันและต่างอำเภอ” เช่นได้รับคัดเลือกเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น

มิติระหว่างชุมชนกับองค์กรอื่น ๆ ภายนอกชุมชน พบว่า ชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นสมาชิกองค์กรประชาคมคนรักแม่กลองที่มีเครือข่ายในทุกอำเภอ ร่วมกันทำงานโดยผู้ที่จะเข้ามาร่วมเป็นตัวแทนของชุมชนในการประเมินจะต้องเป็นตัวแทนที่เกิดจากคนในชุมชนเป็นผู้ประเมินให้เข้ามาร่วมและจัดให้มีการประชาคมในทุกวันพฤหัสบดี เพื่อคัดเลือกหมู่บ้านที่มีความพร้อมในการเข้ารับการสนับสนุนในเรื่องต่างๆ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “ตำบลบางสะแกได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการดีๆ หลากหลายโครงการ ไม่ว่าจะเป็นโครงการหนึ่งหอการค้าหนึ่ง ที่เกิดจากการลงความเห็นระหว่างชุมชนกับองค์กรอื่น ๆ ภายนอกชุมชนในการคัดเลือกชุมชน” มีการจัดงาน Pomelo Run เพื่อระดมทุนตั้งกลุ่มกองทุนผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์หมู่บ้านเพื่อให้หมู่บ้านเป็นที่รู้จักและเชื่อเชิญให้คนเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งในการจัดงานในครั้งนี้ จะมีการติดต่อสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกมากมาย นอกจากนี้บ้านบางสะแกยังได้รับการไว้วางใจจากสหประชาชาติ (UN) ในการเป็นพื้นที่เป้าหมายของ UN ในการจัดโครงการต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสนับสนุนตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ในการกำหนดโครงการต่างๆ ซึ่งบ้านบางสะแกเป็นชุมชนเดียว ในประเทศที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นพื้นที่เป้าหมายในทุกปี

กล่าวคือ บ้านบางสะแกมีทุนทางสังคมที่มีความเข้มแข็งและมีความโดดเด่น อยู่ในระดับที่สูงทั้งด้านทุนมนุษย์ ชุมชนมีผู้นำที่มีความเข้มแข็ง มีปราชญ์ชาวบ้าน มีอาสาสมัครภายในชุมชนมากมาย ด้านทุนที่เป็นสถาบัน ชุมชนมีองค์กรและสถาบันต่างๆมากมาย ทั้งองค์กรชุมชน สถาบันการศึกษา สถาบันครอบครัว สถาบันชาติ สถาบันศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์ และด้านทุนทางภูมิปัญญา และวัฒนธรรม ชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณีที่ดีงาม และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม เมื่อชุมชนมีทุนทางสังคมที่สูง ย่อมสามารถสร้างความเข้มแข็งและทำให้เกิดความร่วมมือของคนในชุมชนได้มาก หากทำการวิเคราะห์ทุนทางสังคมจะเห็นว่าบ้านบางสะแกมีทุนทางสังคมอยู่ในระดับสูงทุกด้าน จัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่มีระดับความสัมพันธ์ทุกด้านอยู่ในระดับสูง เป็นกลุ่มที่มีทุนทางสังคมที่ดี ความร่วมมือที่ดี ระหว่างเครือข่ายทั้งกับหน่วยงานราชการ และองค์กรอื่นๆภายนอกชุมชน ไม่จำเป็นที่จะต้องการความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกมากนัก

อภิปรายผล

การศึกษาผลการวิเคราะห์สภาพการณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และทุนทางสังคมของหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านบางสะแก สามารถสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนของบ้านบางสะแกอยู่ในระดับการร่วมดำเนินการ และมีทุนทางสังคมที่มีระดับความสัมพันธ์ทุกด้านอยู่ในระดับสูง มีทุนทางสังคมที่ดี มีความร่วมมือระหว่างเครือข่ายที่ดี ไม่ต้องการความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกมากนัก

จากการวิเคราะห์สภาพการณ์ของบ้านบางสะแก แสดงให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของชุมชน ด้านการท่องเที่ยวของชุมชนในปัจจุบัน โดยบ้านบางสะแกเป็นหมู่บ้านที่มีศักยภาพในการเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนครบถ้วนทั้ง 3 องค์ประกอบ ทั้งในด้านศักยภาพคน ศักยภาพพื้นที่ และศักยภาพด้านการจัดการ (ธนาคารออมสิน, 2561) และยังมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวครบถ้วนทั้ง 5 องค์ประกอบคือสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก Dickman (1996) ที่แสดงถึงความพร้อมในการเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน นอกจากนี้ควรมีการวางแผนการพัฒนาหมู่บ้านควรนำจุดอ่อนและอุปสรรค ของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนในอนาคต

บ้านบางสะแกมีระดับของการมีส่วนร่วมของชุมชนมาก สามารถกระจายอำนาจผ่านการเจรจาต่อรองระหว่างชุมชนและผู้มีอำนาจ ทำให้มีการวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินการโครงการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดเป็นทุนทางสังคมที่ดี เนื่องจากได้รับความร่วมมือที่ดีจากทั้งภายในและภายนอก สำหรับการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกนั้น หากแต่ไม่มีหน่วยงานใดที่สามารถทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างครบถ้วน จำเป็นต้องมีการได้รับความร่วมมือจากภาคที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาศักยภาพ และความสามารถในการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน พงณา สวนศรี (2546) และสิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งคือ ผู้นำของชุมชนมีบทบาทในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สามารถบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเป็นระบบ กระตุ้นในคนในชุมชนเกิดความตื่นตัวและพร้อมที่จะร่วมดำเนินกิจกรรมทั้งนี้ในการดำเนินงาน มีจิตสำนึก การพึ่งพาตนเอง การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบโดยการให้สมาชิกชุมชนเกิดการเรียนรู้ จากการผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการชุมชน ให้มีแผนชุมชน ที่ประกอบไปด้วย การพัฒนาทุกๆ ด้านของชุมชน อัจฉรา ปานพ่วง (2553) และการท่องเที่ยวโดยชุมชนสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ คือการกำหนดทิศทางในการดำเนินงาน ควรมีการวางแผนพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ระดับชุมชนที่มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีทิศทางและเกิดประสิทธิภาพต่อไป วิทยา จันทร์แดง (2555)

ข้อเสนอแนะด้านวิชาการและการจัดการ

1. การดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งหนึ่งที่ต้องมีเมื่อมองถึงสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน คือการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชน เช่นการเกิดโรคระบาด ชุมชนเองควรมีการวางแผนสำรองในการดำเนินงานเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันในการดำรงชีวิต หากเกิดเหตุการณ์ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมที่ทำให้การดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน หยุดชะงัก ควรมีแผนสำรองในการรับมือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. หมู่บ้านควรนำจุดอ่อนและปัญหาที่ได้จากการศึกษาสภาพการณ์ นำเข้าบูรณาการแผนหมู่บ้านและแผนของตำบล เพื่อเป็นข้อมูลในการเสนอของบประมาณจากทางราชการ หรือใช้ในการวางแผนทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านบางสะแกต่อไป

3. ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรร่วมบูรณาการความร่วมมือในการสนับสนุนและจัดสรรงบประมาณ โดยการนำเข้าแผนจัดสรรงบประมาณ เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ให้การดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

เอกสารอ้างอิง

จักรกฤษณ์ เจริญสิทธิ์ ,ปัญญาศรี มี สามนเสน ,ชลธิชา พันธุ์สว่างและคณะ. (2561). ทูทางสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา:การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านผามอน อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 8(1), 70.

ชาย โพธิ์สีดา. (2550). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่3)*. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 13(2), 25-46.

พจนนา สนวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

พจนนา สนวนศรี และสมภพ ยี่จ้อหอ. 2556. *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. เชียงใหม่.

วิทยา จันท์แดง. (2555). *การพัฒนารูปแบบการบริหาร จัดการชุมชนเข้มแข็งตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในเขตจังหวัดภาคกลางตอนบน*. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์ดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

สถาบันพระปกเกล้า. (2554). *การศึกษาทุนทางสังคมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ส. เจริญการพิมพ์.

สุจิตราภรณ์ จุสปาโล. (2557). "การจัดทำแผนการตลาดโดยชุมชนบกกันเคย ตำบลต้นหยง จังหวัดสตูล". *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.

สุภางค์ จันทวานิช. 2556. *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 12 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจฐานราก ส่วนเศรษฐกิจฐานราก ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน/ (2561)./ การท่องเที่ยวชุมชน./ 31 มีนาคม 2563 ,/ จากเว็บไซต์: https://www.gsb.or.th/getattachment/36295a2d-169a-4bc4-8ecc-38d3769b1211/GR_report_travel_internet_detail.aspx

อัจฉรา ปานพ่วง. (2553). *การศึกษาชุมชนเข้มแข็งตาม นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนขององค์การ บริหารส่วนตำบลปากโทกอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก*. การค้นคว้าอิสระ. รัฐประศาสน ศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. (2nd ed). Sydney: Hodder Education.

Etsuko Okazaki. (2008). A community -based tourism model : its conception and use.

Journal of sustainable tourism. Vol.16, No.5, 2008

Monika Bumbalova. (2010). *Analysis of agritourism in Arkansas and Slovakia: Strengths,*

weaknesses, opportunities and threats. University of arkansas, 2010, 148

pages; 1487439.

David A. Fennell. (1999). *Tourism ethics.* Canada : Brock University.

Giampiccoli, A.,&Kalis, J.H.(2012). *Tourism, Food, and Culture : Community – Based*

Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondoland. Culture,

Agriculture, Food& Environment, 34(2), 101-123. doi:10.1111/j.2153-

9561.2012.01071.x

Exploratory Study Towards Event Technologies in Five Selected Thailand MICE Venues

Patompop On-oun¹

Wanamina Bostan Ali²

Abstract

Thailand is one of the leading countries in event industry. With increasing opportunity for event technology. This study seeks to explore attitude towards event technology by event organizing and event attending among five selected MICE venues in Thailand. This study used a qualitative method to gain information on the attitudes of MICE venues managers toward various event technologies. Event technologies are designed to aid and extend the impact of an events. This exploratory study aims to determine a specific event technology, among five selected Thailand MICE venues. The findings of this study were of great use in subsequent integration of event technologies into Thai events.

As a result, the event trends of the technical support of the five convention centers and to prepare for the future of digital venue and this project will be useful in the event industry and the popular technology of the five selected Thailand's MICE World Class Venues, in the meeting is CRM tools, Friction-free, and Marketing effort. There are some technology not popular in five selected Thailand's MICE World Class Venues, includes Online booking, Artificial Intelligence, and Hybrid Meeting.

Keywords: Event Technologies, Thai Events, Users of Event Technology, MICE Venues

¹ Master degree student, MBA (International Program), Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University.
Email: patompoponoun@gmail.com

² Lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University.
Email: wanamina.w@psu.ac.th

Introduction

Thailand is one of the leading countries in event organisation and activities related to the event industry (TCEB, 2017) as a result of this, it is at the forefront of development of event technologies, which act to expand the impact of events to a wider audience (Smit, 2012). Although event technologies promise to streamline processes for MICE venues and to provide novel and exciting experiences for event technology users (Bovže & Thill, 2010), event technologies are of little use if poor introduction leads to them not being accepted by the people and this research applied on Case study of five selected Thailand MICE venues is Impact Exhibition and convention center, Queen Sirikit National Convention Center, Royal paragon hall, Chiang Mai International Exhibition and Convention Centre, and The 60th Anniversary of His Majesty the King's Accession to the Throne International Convention Center.

Purpose of the Study

This exploratory study aims to determine a specific event technology, among five selected Thailand MICE venues. The findings of this study will be of great use in subsequent integration of event technologies into Thai events, allowing event organizers and MICE venues to “fine tune” the process of introduction of event technologies so that they are most likely to be adopted.

The benefit of this study

The results of this study can benefit for MICE industry in Thailand for preparing themselves for International events in the future that need technology for a future event and this research will be guided for a convention center that needs to improve in part of technology.

Literature review

Event technologies

Event technologies are any digital tool that helps Event planners' or tasks that concerned with MICE venues complete tasks on their work as event organizers. Types of event technology include but are not limited to event marketing software, event management software and mobile applications, etc. (The UFI Report on Best Practices in Digital Innovation, 2018).

- **Event booking online**, the technology that ability to assigning a salesperson and negotiating a contract. This costs time, labor and money for the hotel and the event planner. This is about to change with many streamlined options becoming available. (Corbin Ball, 2018).

- **AR (Augmented Reality)**, where additional information and data, accessible in real time through a portable device such as a tablet or smart phone, is already used to help attendees navigate through event spaces and exhibit halls. Additionally, it is now easy for event organisers to manage their AR map through content management systems, such as Maps People (Corbin Ball, 2018).

- **AI (Artificial Intelligence)**, The systems that become increasingly accurate in determining the sense and context of voice/text requests and responding in a human-like way. Therefore, text-based systems are starting to emerge as an excellent chatbot alternative to answer questions, to gather feedback and to engage attendees at events. Here are a few of them. (Corbin Ball, 2018).

- **An event teach desk**, a data management system is a one of technology that a consumer-oriented event invitation, registration, and ticketing system. This San Francisco based company has been built from the start to be interoperable with others and lists hundreds of software products that it integrates within its Eventbrite Spectrum page. (Corbin Ball, 2018).

- **Privacy protection**, a standard the attacks point to decreased and more sophisticated hacking activity, cybercriminals have a much more dangerous weapon giving the ability to spread encryption files across an entire network. (Corbin Ball, 2018)

- **Friction-free event Technology**, when used properly, to make the process of checking in at event registration easier and faster. Automated check-in terminals such as event on arrival and other similar products are becoming standard at many events. For smaller events, guest list check-in apps, such as check in easy can eliminate cumbersome paper check-in spreadsheets replaced with mobile devices with many extras such as QR codes confirmation pass scanning, and VIP notification when special guest arrives. (Corbin Ball, 2018).

- **Marketing effort**, Events and tradeshow have posed a significant challenge to marketers. Although events are proven promotional tools, they have lacked detailed data collection and analytics capabilities found with other marketing vehicles such as email campaigns and websites. Much of what happened at the event or tradeshow, stayed at the event or tradeshow. (Corbin Ball, 2018).

- **Hybrid Meetings**, the opportunities for networking, brainstorming, and relationship building are usually far greater at face-to-face events than online. For an exhibitor, it is often the best way to meet so many qualified buyers in such a short time. (Corbin Ball, 2018).

- **Mobile application**, according to the 2015 American Express Global Business Travel Report Event organizers can also connect the social network to all kinds of

activities, from registration, public relations boards to presentation slides, to promote participation and discussions. Attendees' good relationship can be built by sharing stories through the social network after meetings. (Introduction to MICE Industry, 2016).

- **Sustainability**, the solution that “the development that meets the needs of the present without compromising the ability of the future generations to meet their own needs.” In other words, sustainable development considers profit, people, and the planet. (Introduction to MICE Industry, 2016).

Technology Attitude

The purpose of technology attitude is to prepare the event industry to become technologically literate citizens (Strube, 1996). According to The recent ITEA rationale and structure, the document stated that technological literacy involves a vision where each citizen has a degree of knowledge about the nature, behavior, power, and consequence of technology from a broad perspective” (Dugger, 2020)

Research Methodology

The target population of this study is the personnel of the Case study of five selected Thailand's MICE venues.

- | | |
|--|----------|
| 1. Senior management from Impact Exhibition and Convention Center | 1 person |
| 2. Senior management from Queen Sirikit National Convention Center | 1 person |
| 3. Senior management from Royal paragon hall | 1 person |
| 4. Senior management from Chiang Mai International Exhibition and Convention Centre | 1 person |
| 5. Senior management from The 60th Anniversary of His Majesty the King's Accession to the Throne International Convention Center | 1 person |

This study is applied to the qualitative research methodology. The interview will be the best practice to describe the feeling and opinion of the person that researchers will assess. The researchers would like to make an appointment to all key person from the relevant organization before going in for face to face interview.

Data analysis and results

Table 1

Interview Transcription

Venues Question	Impact Exhibition and Convention Center	Queen Sirikit National Convention Center	Royal Paragon Hall	Chiang Mai International Exhibition and Convention Center	The 60th anniversary of His Majesty the King's accession to the throne International Convention Center
1.1 What would you say about technology call direct event space booking online in your organize event?	In the IMPACT will <i>not be online booking</i> in a format but has commented on booking online meetings that Will help customers see more events and can estimate expenses for organizing events.	Online space reservation system may help users to know the details and conditions. Or even during the day When you want to reserve the space, is it still available? <i>Enabling users to make immediate decisions to increase the efficiency of booking space for the Queen Sirikit National Convention Center.</i>	<i>Exhibition Not has to reserve space in an online form.</i> But now we have a plan to do. Because the Royal Paragon hall there is an Exhibition as their own.	Customers can leave the information and then sales contact back.	Customers can leave the information and then sales contact back.

*Italic is mean the information are similar opinions. **Bold** color is different opinions.*

Table 1
Interview Transcription (Cont.)

Venues Question	Impact Exhibition and Convention Center	Queen Sirikit National Convention Center	Royal Paragon Hall	Chiang Mai International Exhibition and Convention Center	The 60th anniversary of His Majesty the King's accession to the throne International Convention Center
1.2 What would say about technology call AR (Augmented Reality) in your organize event?	<i>A comprehensive service support system that can help the system to be more efficient.</i>	<i>It is a comprehensive service that will help the event system to be more efficient in future event.</i>	<i>Now, sale department has a plan that uses AR for sale. Without leaving the area of the hall.</i>	<i>Support in the sale department.</i>	Never seen used in the meetings. It mainly used in exhibitions.
1.3 What would say about technology call AI (Artificial Intelligence) in your organize event	Currently, IMPACT also sees that using people still provides better performance than using artificial intelligence.	<i>It is a comprehensive service that will help the event system to be more efficient.</i>	No, because Royal Paragon Hall is service providers, must support human resources.	Should not be used, because the meeting is a conversation between individuals. But help sales.	<i>Help manage information in the sales department with customers.</i>

Italic is mean the information are similar opinions. Bold color is different opinions.

Table 1
Interview Transcription (Cont.)

Venues Question	Impact Exhibition and Convention Center	Queen Sirikit National Convention Center	Royal Paragon Hall	Chiang Mai International Exhibition and Convention Center	The 60th anniversary of His Majesty the King's accession to the throne International Convention Center
1.4 What would say about technology call an event teach desk in your organize event?	<i>Customer relationship management by IMPACT will be divided by the department. Therefore, making the information and answer is unclear in this section.</i>	<i>It is a comprehensive service that will help the meeting system to be more efficient.</i>	<i>Our team will use a database for making by in each level if we want to we will try to find information from several locations that look similar to ours then we will record that data to our computer for later usage.</i>	<i>Yes, Using the system CRM. Which will store the information and the behavior of customers.</i>	<i>These venue used database records will help remind, both in terms of the lack of customer contact and alert sales.</i>
1.5 What would say about technology call privacy protection standard in your organize event?	<i>The security system is so important for both the event participants. And users of various services If there is a standard security system that will allow users to trust in every time they come to use the service Which IMPACT has strict about participants information.</i>	<i>The security system is very important for both events. Participants And users of various services If there is a standard security system that will allow users to trust in every time, they come to use the service.</i>	<i>We have a main web system. Which is a big IT system It might come from Siampute company or some IT company that we hired for secure our system and for other security our Royal Paragon Hall will have ISOs that support our safety which is TISI 22300.</i>	<i>If you were to use technology in security will need to focus for security data.</i>	<i>To make better safety. Such as in the international, AI used in face recognition the criminal and when found will be a warning to the safety system.</i>

Italic is mean the information are similar opinions. Bold color is different opinions.

Table 1

Interview Transcription (Cont.)

Venues Question	Impact Exhibition and Convention Center	Queen Sirikit National Convention Center	Royal Paragon Hall	Chiang Mai International Exhibition and Convention Center	The 60th anniversary of His Majesty the King's accession to the throne International Convention Center
1.6 What would say about technology call friction-free event check-in in your organize event?	This is to reduce the amount of manual system usage that is currently in error and delay. Causing the participants to not <i>feel up-to-date If there is technology to support the system to work less error and more convenient or faster may be the result in more satisfied participants.</i>	This is to reduce the amount of use of the existing system which is currently in error and delay. Causing the attendees to feel unprofessional <i>If there is technology to support the system to work less error and more convenient or faster, resulting in more satisfied of participants.</i>	Right now in each event that we held. <i>We will use an online check-in system</i> which follows our company's policy.	<i>Save paper and time.</i>	<i>Save paper and data collections.</i>

Italic is mean the information are similar opinions. Bold color is different opinions.

Table 1
Interview Transcription (Cont.)

Venues Question	Impact Exhibition and Convention Center	Queen Sirikit National Convention Center	Royal Paragon Hall	Chiang Mai International Exhibition and Convention Center	The 60th anniversary of His Majesty the King's accession to the throne International Convention Center
1.7 What would say about technology call marketing effort in your organize event?	<i>In IMPACT, there is a way to use the way. Via social media, which is available via Facebook, by the various department of IMPACT.</i>	<i>Marketing at this age is quite affecting the meetings and activities that the organization has organized a lot. The investment market must meet the target group of up to 80% in order for the event and every activity to be successful. The most popular and easily accessible channels are mainly through online channels.</i>	<i>We used every kind of social media that people usually use it in this era to advertise our event and use every way possible to make a marketing effort to improve our marketing status.</i>	<i>The technology is to collect user information. We will be able to pull the uses of public relations.</i>	<i>Technology help in part of marketing and we will be able to pull the uses of public relations.</i>

*Italic is mean the information are similar opinions. **Bold** color is different opinions.*

Table 1
Interview Transcription (Cont.)



















































Venues Question	Impact Exhibition and Convention Center	Queen Sirikit National Convention Center	Royal Paragon Hall	Chiang Mai International Exhibition and Convention Center	The 60th anniversary of His Majesty the King's accession to the throne International Convention Center
1.8 What would say about technology call virtual events in your organize event?	<i>IMPACT has a group that provides teleconferencing services in order to connect with convenient and easy communication for meeting operations.</i>	<i>It is a convenient and easy communication connection for events operation.</i>	We still don't have a video conference. The customer must bring their own then set it up in our meeting room.	Harmful to the venue because it would meetings in venue less.	It will be beneficial to the customers. But harmful to the venue.
1.9 What would say about technology call sustainability in your organize event?	<i>Bringing technology to help in various forms of work systems To help increase the efficiency of work And also collaborating with TCEB as well.</i>	<i>Bringing technology to help in various forms of work systems to increase the efficiency of work, reduce the errors. Work and also provide convenience to those who use the service lead to competition that is superior to competitors in the MICE industry.</i>	<i>Our Royal Paragon Hall has ISO for long term management. ISO 22301 which means our Royal Paragon Hall will use technology for services such as registration before an event, Use Google document for registration.</i>	<i>A lot of help, currently the venue switching to LED lights. It saves money and a good result in the long term.</i>	<i>Technology is sustainability. Such as saves paper and reduce travel.</i>


Italic is mean the information are similar opinions. Bold color is different opinions


Table 2


Summary of future event technologies of five selected Thailand MICE venues

The element of future event technology.

MICE venues	Online booking	AR	AI	CRM tools	Privacy protection standard	Friction-free	Marketing effort	Hybrid Meetings	Mobile Application	Sustainability
IMPACT										
QSNCC										
Royal Paragon Hall										
CMECC										
PSUICC										

 Is the technology that the convention center presently uses.

 In the future they have a plan to use that technology.

 Unable to use this technology.

According to Summary of future event technologies of five selected Thailand MICE venues tables as a result the literature show that there are the ten element of the future event technology indicated that it could be the future event technology there are ten element which are Direct meeting space booking online, AR (Augmented Reality), AI (Artificial Intelligence), An event teach desk, Privacy protection standard, Friction-free event, Marketing effort, Hybrid meetings, Mobile application and Sustainability this ten element had been ask the senior management of five convention center in Thailand and the result is IMPACT Exhibition and Convention center had positive about future event technology and they recently use almost technology in element of future event technology and Chiang Mai International Exhibition and Convention Center, The 60th anniversary of His Majesty the King's accession to the throne International Convention Center with less about technology of ten elements in the future event technology.

Discussion and Conclusion

According to the part the innovations of the event technologies AI and Online booking not popular. According to research the researcher got the answers from the target group, now online booking is not necessary because event booking has a lot of information, and price permission is hard to work on online booking technologies and in part of AI is not do a job in event better than human. CRM tools, Friction-free, Marketing effort and Sustainability is popular Four technology has been recognized internationally standard cause all four technology is so popular in five selected Thailand's MICE venues. AR, Privacy protection standard, Hybrid meetings and Mobile Application toward to AI, Privacy protection standard, Hybrid meetings, and Mobile Application just beginning in other country but some five selected Thailand's MICE venues they can't support in that technology but that technology is expected to be accepted in the future.

This study aims to access the innovation and technology Thailand MICE industry form five selected Thailand's MICE world class venues as a result the literature show that there are the ten elements of the future meeting indicated that it could be the future meeting there are ten elements which are Direct meeting space booking online, AR (Augmented Reality), AI (Artificial Intelligence), An event teach desk, Privacy protection standard, Friction-free event, Marketing effort, Hybrid meetings, Mobile application and Sustainability this ten element had been asked the senior management of five convention center in Thailand

In conclusion, the popular technology of the five selected Thailand's MICE venues. in the future event technologies is CRM tools, Friction-free, Marketing effort and Sustainability and some technology is not popular in some five selected Thailand's MICE

venues is Online booking, AI, and Hybrid Meeting.

References

- All Things Internet | Informatics Inc. (2013). What is Webcasting? | Informatics Inc. [online] Available at: <https://www.informaticsync.com/blog/2013/what-webcasting> [Accessed 15 Apr. 2019].
- Bureau, T. (2017). สสปน. [online] Communique conferencing, (2017). [online] Available at: <https://www.communiqueconferencing.com/what-is-a-hybrid-event> [Accessed 23 Feb. 2018].
- Bovže C.L. & Thill, J. V (2010) Business communications essentials. 4th Ed. Pearson India
- Corbin Ball. (2018). Eight Meetings Tech Trends to Watch for 2018. [online] Available at: <https://www.corbinball.com/article/29-futurism/219-eight-meetings-tech-trends-to-watch-for-2018> [Accessed 17 Mar. 2018].
- Definition of "MICE" - FAQs ICCA Statistics ICCA. (2020). Retrieved 30 March 2020, from <https://www.iccaworld.org/aeps/aitem.cfm?aeid=29>
- Dugger, W. (2020). Technological Literacy for All (2nd ed., p. 24). Virginia: 2006.
- Fryatt, J., Mora, R., Janssen, R., Richard John, R. and Smith, S. (2012). How-To Guide: Hybrid Meetings. [ebook] Meeting Professionals International, pp.3-5. Available at: <https://paperzz.com/doc/1344175/how-to-guide---meeting-professionals-international> [Accessed 17 Mar. 2018].
- Goldblatt, J. (1990). Special Events: The Art and Science of Celebration. New York: Van Nostrand Reinhold Introduction to MICE Industry, [online] p.4. Available at: http://www.micecapabilities.com/mice/uploads/attachments/Introduction_to_MICE_2560.pdf [Accessed 17 Mar. 2018].
- Introduction to MICE Industry. (2016). 2nd ed. [ebook] Bangkok: Thailand Convention and Exhibition Bureau, p.35. Available at: <http://fliphtml5.com/ppnl/pomm/basic> [Accessed 1 Feb. 2018].
- Introduction to MICE Industry. (2016). 2nd ed. [ebook] Bangkok: Thailand Convention and Exhibition Bureau, p.38-40. Available at: <http://fliphtml5.com/ppnl/pomm/basic> [Accessed 15 Mar. 2018].
- International Institute of Event Management. (2018). What is Event Planning, [online] Available at: <https://institute-of-event-management.com/what-is-event-planning> [Accessed 19 March. 2019].
- Kline, S. and Smith, S. (2010). Crisis Planning for the Meeting Planning and Convention Industry. Chicago: Professional Convention Management Association

-
- All Things Internet | Informatics Inc. (2013). What is Webcasting? | Informatics Inc.[online] Available at: <https://www.informaticsync.com/blog/2013/what-webcasting> [Accessed 15 Apr. 2019].
- Millett, L. and Estrin, D. (2012). COMPUTING RESEARCH FOR SUSTAINABILITY. Washington, DC: The National Academies Press, p.48.
- Smit, L. (2012). Event management putting theory into practice - a South African approach. 3rd ed. South Africa Search unified communications, (2016). [online] Available at: <http://searchunifiedcommunications.techtarget.com/definition/video-conference> [Accessed 23 Feb. 2018].
- Sherlock, J. & O'Connor, N. (2017). Research into the impact of technology in the events industry. International Hospitality and Tourism Student Journal, 7(1), 88-102.
- Strube, G. (1996). Knowledge-based systems from a socio-cognitive perspective. Behaviour & Information Technology, 15(4), 276-288. doi: 10.1080/014492996120193
- Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2017). Retrieved 15 December 2019, from http://www.citu.tu.ac.th/public/upload/Education/BSI/120528_Teaching%20Material_EN_V01_NT.pdf
- The Future of Meetings. (2012). [ebook] maritz, p.2. Available at: <http://businessdocbox.com/Marketing/68420944-The-future-of-meetings.html> [Accessed 3 Feb. 2018].
- The Future of Meetings. (2012). [ebook] maritz, p.4. Available at: <http://businessdocbox.com/Marketing/68420944-The-future-of-meetings.html> [Accessed 3 Feb. 2018].
- UFI Headquarters. (2018). The UFI Report on Best Practices in Digital Innovation [Ebook](1sted.,p.24). Levallois-Perret. Retrieved from https://www.ufi.org/wpcontent/uploads/2018/02/UFI_Best_Practices_Digital_Innovation.pdf

แนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพโดยชุมชน จังหวัดปัตตานี

Tourism Management Guidelines to Create Peace Tourism by the Community Pattani Province

เกดศิริ เจริญวิศาล

Kaedsiri Jaroenwisan¹

ญาณวิธ นราแย้ม

Yannavit Narayaem²

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพโดยชุมชน จังหวัดปัตตานี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการ กิจกรรมของการท่องเที่ยวของจังหวัดปัตตานี และเพื่อสร้างแนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพโดยชุมชน มีขั้นตอนการศึกษาวิจัยผ่านการ ศึกษาข้อมูลจาก เอกสาร วารสารงานวิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึก และ การศึกษา เสน่ห์ปัตตานี 10 ชุมชนท่องเที่ยว และการลงสำรวจพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี จนสามารถสรุปผล และระบุการการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ ผ่านด้านการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน รวมถึงการพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ สำหรับจังหวัดปัตตานี ด้วยการนำเสนอวิธีการเรียนรู้ ฝึกปฏิบัติในชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน ที่มีสันติ ความสงบ เป็นไปตามหลักคำสอน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องเกิดจากบริบทการดำเนินชีวิตประจำวันเท่านั้น โดยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้วยการสื่อความจากชุมชน เมื่อดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ คือ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ความสะอาด โดยสันติ ความสงบ และความปลอดภัย รวมถึงแนวทางที่เป็นขั้นตอนทั้ง 3 คือ ช่วงเริ่มต้นการท่องเที่ยว ช่วงระหว่างการท่องเที่ยว และช่วงจบการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเกิดการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพอย่างแท้จริง ในพื้นที่จังหวัดปัตตานี

คำสำคัญ : การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ ตลาดบริการ รูปแบบการท่องเที่ยว

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร. สาขาวิทยาการจัดการงานนิเทศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
E-Mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

² คณะที่ปรึกษา สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
E-Mail: tnt.phat@gmail.com

Abstract

The research aims to study of Tourism Management Guidelines in order to create Peace Tourism by The Community of Pattani Province. Qualitative research was used phenomenological theory to assess the model of Activities of tourism of Pattani Province and establish tourism management guidelines in order for the community to create peace tourism. There is a research study process through, literatures, In-depth interviews, studies on the charm of Pattani 10 tourism communities and surveying in Mueang District, Pattani Province Until can draw conclusions and specify the research Peace Tourism Through marketing services in all 7 areas, including the development of guidelines for peace tourism management for Pattani Province by presenting learning methods practice in daily living in peace and tranquility in accordance with the doctrine. Which activities must occur only in the context of daily living by awareness for communication when carrying out tourism activities in the area, such as ways of life, well-being, cleanliness, peace, peace, and security, including the 3 steps approach, which is the beginning of the tour, Travel period and the end of the tour. This is to conclude the truly peace tourism, in Pattani Province.

Keywords : Tourism Management, Peace Tourism, Service Marketing, Tourism Model

บทนำ

การท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดขึ้น โดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน (สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2561) ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ (สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย, 2562) ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น ทำหน้าที่รับรอง และให้ความสะดวก แก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ โดยต่อมาได้ถูกโอนถ่ายอำนาจการปฏิบัติราชการแผ่นดิน ผ่านหน่วยงาน อาทิเช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), กรมการพัฒนาชุมชน (พช.) กระทรวงมหาดไทย และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) เป็นต้น

ทั้งนี้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เป็นที่ทราบกันดีว่ามีหลากหลายรูปแบบ ทั้งการเกิดขึ้นเองโดยอาศัยธรรมชาติ และเกิดจากวัฒนธรรมพื้นถิ่นสืบทอดกันมา โดยเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study Tour) การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อ ศึกษาธรรมชาติ หรือศึกษาขนบธรรมเนียม ความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา (Litvin, S. W.,2003) และสามารถ

เรียกได้อีกชื่อหนึ่งว่า อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) อีกส่วนหนึ่ง คือ การสร้างท่องเที่ยว ขึ้นมาจากความต้องการของนักท่องเที่ยวเอง โดยเรียกกันว่า การตอบสนองอุปสงค์ความต้องการท่องเที่ยว (Tourism Demand) ที่กล่าวว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือ บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการ ที่กำหนดในเวลานั้น ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น หรือ ลดลงย่อมหมายถึง การเพิ่มขึ้น หรือ ลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวเช่นกัน (Song, H., & Witt, S. F., 2000)

จกเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวทั้ง 2 ส่วนเป็นเรื่องที่เชื่อมโยง และสอดคล้องกันพลวัตไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งในประเด็นความนี้ สามารถเรียกได้ว่า การเกิดขึ้นของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Supply Chain) โดยห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ถือเป็นกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรม และสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว จนถึงกระบวนการส่งมอบบริการนั้น ให้แก่นักท่องเที่ยว (Zhang et al., 2009) โดยมีเป้าหมายสำคัญ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถทำงานสอดประสานกัน (Collaboration) ได้อย่างลงตัว เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Davis, S. (Ed.), 1992) ด้วยเหตุนี้การสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงต้องมีการส่งเสริมในหลายมิติ ทั้งผู้นำ และชุมชนการท่องเที่ยวเอง หน่วยงานรัฐ และเอกชน ที่สำคัญคือ ผู้มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยว ณ พื้นที่นั้น ๆ

เป็นที่ทราบกันดีว่า สถานการณ์ความไม่สงบของจังหวัดชายแดนภาคใต้ (กัมปนาท นาดามัน และ วรณชุก จันทุม, 2556) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของประชาชน โดยมีการศึกษาผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่มีต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลคลองใหม่ อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประชาชนได้รับผลในด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในประจำวันทั้งด้านการประกอบอาชีพ และการปฏิบัติศาสนกิจร่วมกันที่มัสยิด เนื่องจากประชาชนเกรงกลัวต่อการถูกทำร้าย ซึ่งภาครัฐได้ให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมาโดยตลอด ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เป็นไปไม่ได้เลยหากให้ภาครัฐเข้ามาจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่เพียงฝ่ายเดียว มีความจำเป็นที่จะต้องการได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายส่วน โดยที่ผู้วิจัยมีความเชื่อว่า หากประชาชน และ/หรือ ชุมชนในพื้นที่ มีความเข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้นไปในทิศทางเดียวกันกับประชาชนนอกพื้นที่ ก็จะสามารถแก้ไขปัญหาคลี่คลายลงได้

ผู้วิจัยมองเห็นว่า ด้วยเครื่องมือที่เรียกว่า การท่องเที่ยว หากสามารถจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดขึ้นในจังหวัดปัตตานีได้ ก็จะสามารถสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในพื้นที่รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ที่มีความสนใจเป็นพิเศษสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เรียนรู้ความเป็นอยู่ของชุมชน โดยเป็นการท่องเที่ยวที่แสดงวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์โดยแท้จริงของจังหวัดปัตตานี ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะทำให้ทั้งผู้ประกอบการ คือ ชุมชนการท่องเที่ยวจังหวัดปัตตานี และผู้รับบริการ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว มีความเข้าใจร่วมกันในกิจกรรมของชุมชนที่เป็นทั้งศิลปะ และวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่สะท้อนออกมาจากวิถีชีวิตประจำวัน เป็นที่แน่นอนว่า หาก

สามารถดำเนินกิจกรรมได้ดังกล่าวข้างต้น การท่องเที่ยวก็จะช่วยสร้างการเรียนรู้ การรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตของชุมชน จักส่งผลทำให้เกิดภาพสะท้อนความมีสันติภาพในพื้นที่จังหวัดปัตตานี (สำนักสันติวิธีและธรรมาภิบาล สถาบันพระปกเกล้า, 2560) ขจัดความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้น ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในศึกษาวิจัยการพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพโดยชุมชน จังหวัดปัตตานี

คำถามวิจัย

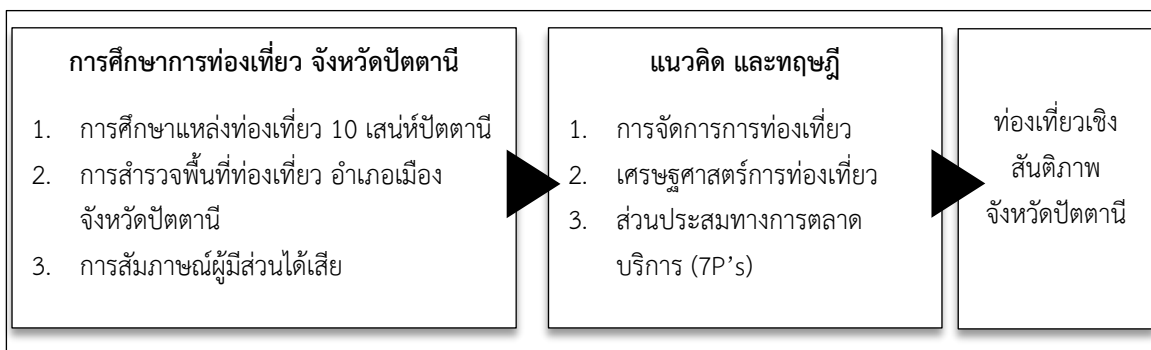
1. รูปแบบการ และกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ จังหวัดปัตตานี เป็นอย่างไร
2. เพื่อสร้างแนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ ของชุมชนจังหวัดปัตตานี เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อสร้างแนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ ของชุมชนจังหวัดปัตตานี

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ หมายถึง ปรากฏการณ์ที่จากกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงกับบริบทความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ที่สะท้อนความสงบสุขในการใช้ชีวิต ที่เป็นเป้าหมายสำคัญร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว (Marketing Peace for Social Transformation and Global Prosperity, 2019)



ภาพที่ 1 ขบวนการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

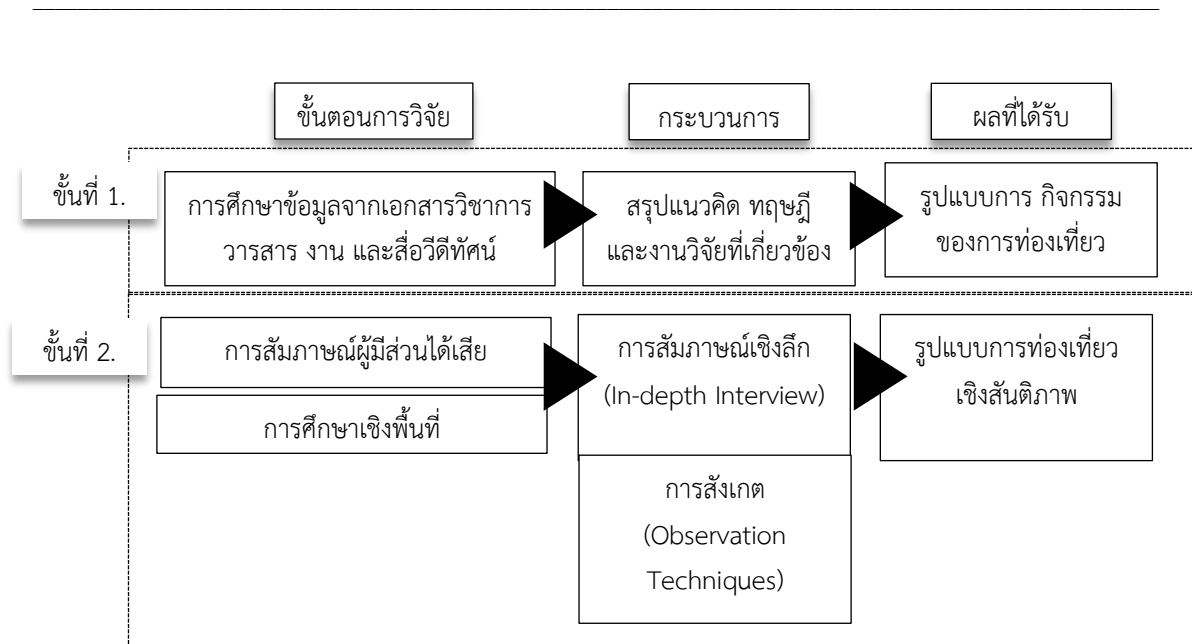
การวิจัยเชิงคุณคุณภาพ โดยใช้ทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2554) เป็นผู้สร้างแนวคิดพื้นฐานของการศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา ด้วยการโยงข้อมูลแบบสามเส้า (Wilson, V., 2014) มีสาระสำคัญอยู่ที่การเปรียบเทียบมุมมองหลาย ๆ

ด้าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนผลของงานวิจัย ที่ผู้วิจัยนำหลักการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อการพิสูจน์ว่า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้นำนั้นถูกต้อง มีวิธีการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ (Credibility) ของผลงานวิจัยดังกล่าว อันได้แก่

1. แหล่งเวลา ดำเนินการวิธีการในช่วงเวลาปกติ ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ – เมษายน 2562 แหล่งสถานที่ กำหนดพื้นที่ศึกษา จังหวัดปัตตานี ภายใต้โครงการกิจกรรมลงพื้นที่เพื่อประเมินศักยภาพเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน และวิเคราะห์การตลาด ในพื้นที่เป้าหมายประจำปี 2562 ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) จังหวัดปัตตานี จำนวน 10 ชุมชน ภายใต้แนวคิด “เสน่ห์ปัตตานี” (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปัตตานี, 2561) คือ (1) ชุมชนท่องเที่ยวทรายขาว (2) ชุมชนท่องเที่ยวบาราโหม (3) ชุมชนท่องเที่ยวยะหริ่ง (4) ชุมชนท่องเที่ยวบางปู (5) ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบ่อ (6) ชุมชนท่องเที่ยวตุยง (7) ชุมชนท่องเที่ยวตันหยงลูไล๊ะ (8) ชุมชนท่องเที่ยวจะบังติกอ (9) ชุมชนท่องเที่ยวยะรัง (10) ชุมชนท่องเที่ยวแหลม

2. การลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์ การถอดบทเรียนการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

3. แหล่งบุคคล ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนได้เสียโดยตรงกับ การพัฒนา และสนับสนุนชุมชนการท่องเที่ยว โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือ แบบชี้นำนี้ (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2554) โดยปกตินักวิจัยจะกำหนดคำถามที่พอจะตัดสินใจได้ว่า จะถามอะไรบ้าง หรือ ใช้คำสำคัญ (Keywords) เป็นเครื่องชี้นำการสัมภาษณ์ ซึ่งดำเนินการสัมภาษณ์ที่มีส่วนได้เสียประกอบไปด้วย (1) นายก สมาคมคนรักสงขลา (2) นายก สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา (3) ประธาน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านเมืองเก่า ภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต (4) ผู้อำนวยการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (5) พัฒนาการจังหวัดปัตตานี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปัตตานี กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในบริบทของเสน่ห์ปัตตานี 10 ชุมชนท่องเที่ยว เพื่อพิจารณาถึงรายละเอียดการท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวตามการแบ่งประเภทของ The World Tourism Organization (UNWTO) (Ruhanen, L., Cooper, C., & Fayos-Solá, E.,2008) นอกจากนี้ไปการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ซึ่งเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวต้นหอยลูไล๊ะ และโดยนิตมหายเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 1

แสดงสรุปผลการวิจัย และจำแนกแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดปัตตานี

แหล่งท่องเที่ยว	รูปแบบการท่องเที่ยว
1. ชุมชนท่องเที่ยวทรายขาว	 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. ชุมชนท่องเที่ยวบาราโหม	 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ตารางที่ 1

แสดงสรุปผลการวิจัย และจำแนกแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดปัตตานี (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยว	รูปแบบการท่องเที่ยว
3. ชุมชนท่องเที่ยวยะหริ่ง	 <p>การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา</p>
4. ชุมชนท่องเที่ยวบางปู	 <p>การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</p>
5. ชุมชนท่องเที่ยวน้ำบ่อ	 <p>การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท</p>
6. ชุมชนท่องเที่ยวตุยง	 <p>การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา</p>
7. ชุมชนท่องเที่ยวตันหยงลุไล้	 <p>การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา</p>
8. ชุมชนท่องเที่ยวจะบังติกอ	 <p>การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา</p>

ตารางที่ 1

แสดงสรุปผลการวิจัย และจำแนกแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดปัตตานี (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยว	รูปแบบการท่องเที่ยว
9. ชุมชนท่องเที่ยวะรัง	 <p data-bbox="858 638 1161 674">การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์</p>
10. ชุมชนท่องเที่ยวแหลมโพธิ์	 <p data-bbox="858 873 1161 902">การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท</p>

ที่มา : พัฒนาการจาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563), กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2562) และ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2562)

จากตารางข้างต้นได้แสดงการจำแนกแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดปัตตานี จะพิจารณาได้ว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดปัตตานี ส่วนใหญ่มีรูปแบบ คือ การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท, การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์, การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งสิ้น 4 รูปแบบนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และพิจารณาร่วมกับ คำแนะนำผู้มีส่วนได้เสีย เรื่องราว และสถานที่ที่การท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่การรับรู้เป็นไปลักษณะ เรื่องเล่า ตำนาน ประวัตินักคน เชื้อชาติ สถานที่ แหล่งธรรมชาติ และความเป็นอยู่ที่เป็นวิถีชุมชน จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดปัตตานี มีเสน่ห์ มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ และท่องเที่ยวไปครวญเดียวกันได้ดี

นอกจากไปการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ซึ่งเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวต้นหยงลูโละ และโดยนักมหยเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แสดงการลงพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวต้นหยงลูโละของผู้วิจัย

ตารางที่ 2

แสดงการพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ จังหวัดปัตตานี

ปัจจัย	ผู้มีส่วนได้เสีย	แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ
- ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าของชุมชนควรเป็นที่สินค้าที่สามารถนำเข้าไปเป็นของฝาก หรือ รับประทานได้ทันที โดยควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย - ผลิตภัณฑ์ ต้องเน้นในเรื่องอาหารทะเล และการอาหารท้องถิ่น ที่ท่องเที่ยวไม่เคยได้ยินชื่อ ไม่เคยเห็นวิธีการทำ และไม่เคยรับประทาน - การบริการในการนำเสนอการท่องเที่ยว เป็นเรื่องเล่า และความเชื่อของชุมชน ในพื้นที่อีกด้วย - ชุมชนควรมีเรื่องเล่าที่เป็นมาตรฐาน หรือ มีทิศทางเดียวกันเพื่อไม่ให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวผิดพลาด 	<p>คำสำคัญ : วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ โดยสันติ ความปลอดภัย ความสงบ ความสะอาด Mood และ Tone การท่องเที่ยว :</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">ความรู้สึกรักของชุมชน</div> <p>มีความรู้สึก ปลื้มใจ และดีใจที่มีคนมาเยี่ยม และได้มีโอกาสส่งเผยแพร่ความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักผ่านการลงมือปฏิบัติ</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">ความรู้สึกรักของนักท่องเที่ยว</div> <p>มีความรู้สึก ยิ้ม ชื่นชมความสงบ ปลอดภัย และสะอาด ได้เรียนรู้ความเป็นอยู่ ศาสนา กิจกรรม ของชุมชนจากวิถีชีวิตจริง ๆ</p> <p>แนวคิดหลัก :</p> <p>การนำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวบ้านในชุมชน เพื่อเรียนรู้ ฝึกปฏิบัติในชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน ที่มีสันติ สงบ เป็นไปตามหลักคำสอน โดยกิจกรรมจะเกิดจากบริบทการดำเนินชีวิตประจำวันเท่านั้น</p> <p>ประเด็นความสงบ :</p> <p>การรู้คำถาม และสร้างคำตอบในเชิงบวก ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ควรเป็นการพูดส่วนบุคคล เพื่อการสร้างใจความเข้าใจอย่างแท้จริง</p> <p>กระบวนการท่องเที่ยว :</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">เริ่มกิจกรรม</div> <p>การกล่าวต้อนรับที่สะท้อนความเป็นวิถีของชุมชน แนะนำบุคลากร กิจกรรมต่าง ๆ การกล่าวถึงข้อที่ควรรู้ในการปฏิบัติตัวในการเข้าร่วมกิจกรรม</p>
- ด้านราคา	<ul style="list-style-type: none"> - การตั้งราคาเป็นข้อตกลงร่วมกันเท่านั้น - ราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยว จะเป็นรายกิจกรรม และเป็นกิจกรรมรวม โดยมีรายละเอียด และข้อจำกัดในจำนวนการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน - ราคาควรตั้งจากต้นทุนจริง รวมกับค่าแรง ค่าวัสดุอุปกรณ์ และค่าส่วนกลางหักเข้าชุมชน 	

ตารางที่ 2

แสดงการพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ จังหวัดปัตตานี (ต่อ)

ปัจจัย	ผู้มีส่วนได้เสีย	แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ
- ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	- การเข้าถึงกิจกรรมของหน่วยงานรัฐ และ เอกชน เพื่อสร้างการรับรู้ในกิจกรรมการ ท่องเที่ยวของชุมชน	ระหว่างกิจกรรม
	- สร้างการตลาด Online ในช่องทางที่ สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ให้ เกิดการรับรู้ และตัดสินใจมาท่องเที่ยวกับ ชุมชน	การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยยึดถือ กิจกรรมมาจากชีวิตประจำวัน ประยุกต์ ให้สามารถฝึกปฏิบัติ และเรียนรู้ควบคู่ กันไปได้ ที่สำคัญต้องสะท้อนความ <u>ค่า</u> <u>สำคัญ</u> การขยายความในการท่องเที่ยว ออกมาด้วย
	- อาศัยโอกาสที่ได้ทำรายการโทรทัศน์ Clip VDO มาประชาสัมพันธ์ชุมชนการท่องเที่ยว	จบกิจกรรม
- ด้านส่งเสริม การตลาด	- สร้างกลุ่ม Line เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน การท่องเที่ยว	รนำสรุปกิจกรรมแต่ละ อย่างให้เชื่อมโยงกับ เรื่องเล่า ตำนาน ที่ส่งเสริมความสงบ สันติ และให้นักท่องเที่ยวนำสินค้าการท่องเที่ยว อย่างมีคุณภาพ และคุณค่า ทั้ง สินค้า บั และความในเชิงความคิด และความรู้สึกร่วม
	- การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ และป้าย บอกเส้นทาง หรือ รายละเอียดของแหล่ง ท่องเที่ยว จัดทำ QR Code ในข้อมูลต่าง ๆ ของชุมชน	
	- จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวพิเศษ เพื่อ การสลับกิจกรรมเป็นพิเศษ	
- ด้านบุคคล	- การส่งเสริมการขาย ของชุมชนในช่วงของ เทศกาล	
	- การจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้ง Online และ Offline	
	- ชุมชนแต่งกายชุดพื้นถิ่นในการต้อนรับ นักท่องเที่ยว	
	- พูดเป็นภาษาใต้ หรือ คำเฉพาะ เป็นให้เป็น เอกลักษณ์	
	- มีจิตใจบริการ ตั้งญาติพี่น้อง	

ตารางที่ 2

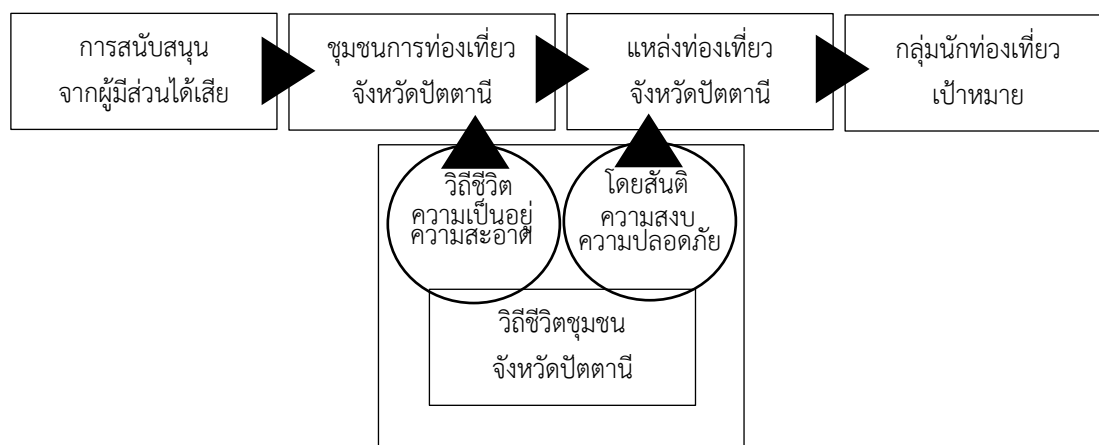
แสดงการพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ จังหวัดปัตตานี (ต่อ)

ปัจจัย	ผู้มีส่วนได้เสีย	แนวการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ
- ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	- การพัฒนาการบริการในเชิงชุมชน ที่ การผสมผสานทางวัฒนธรรมของชาวไทยพุทธชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวไทยมุสลิม	- คุณภาพการเล่าเรื่อง ที่สะท้อนความเป็นอยู่สงบเรียบง่าย สอดคล้องกับบทบัญญัติทางศาสนา
- ด้านกระบวนการ	- ปรับการบริการเดิม ให้เป็นการบริการใหม่	- สร้างวิธีการบริการในรูปแบบชุมชน
	- ระบุการบริการที่เป็นมาตรฐานของชุมชน	

การอภิปรายผล

เมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยว 10 เส้นทางปัตตานี ร่วมกับแนวคิดของผู้มีส่วนได้เสีย ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ ที่เป็นภาพสะท้อนในประเด็นตลาดบริการทั้ง 7 ประเด็น ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ จนได้มาซึ่งแนวทางการจัดการเชิงสันติภาพในพื้นที่ จังหวัดปัตตานี โดยมุ่งการนำไปยังนักท่องเที่ยวมาเที่ยว เพื่อเรียนรู้ฝึกปฏิบัติกิจกรรมสำหรับชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน ประกอบด้วยสันติ ความสงบ เป็นไปตามหลักคำสอน โดยกิจกรรมจะเกิดจากบริบทการดำเนินชีวิตประจำวันเท่านั้น และดำเนินการสร้างการรับรู้ในการสื่อความ เมื่อดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ความสะอาด โดยสันติ ความสงบ และความปลอดภัย รวมถึงแนวทางตามขั้นตอนทั้ง 3 คือ ช่วงเริ่มต้นการท่องเที่ยว ช่วงระหว่างการท่องเที่ยว และช่วงจบการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเกิดการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพอย่างแท้จริง ผู้วิจัยได้แนะนำในส่วนของการตอบคำถามเรื่องราวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชายแดนใต้ โดยพยายามทำให้เป็นคำถาม และคำตอบในเชิงบวกทั้งสิ้น

อนึ่งภายใต้ผลงานวิจัยในครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการสันติภาพจังหวัดชายแดนภาคใต้ (สำนักสันติวิธีและธรรมาภิบาลสถาบันพระปกเกล้า, 2556) ที่กล่าวถึง กระบวนการสร้างสันติภาพที่ประกอบไปด้วย ระดับการทำงาน ผู้เกี่ยวข้อง และแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ในการสร้างสันติภาพ ทั้งนี้องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการนี้ คือ ผู้เกี่ยวข้อง จนถึง ชุมชนในพื้นที่ ประกอบด้วย (1) รัฐบาล กองทัพ กลุ่มขบวนการ (2) ผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิด (3) เครือข่ายข้อต่อ (เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง) (4) ภาคประชาสังคมในพื้นที่ ภาคประชาสังคมนอกพื้นที่ (5) ชุมชนในพื้นที่ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (มลายูมุสลิม ไทยพุทธ จีน) (ศิริวรรณ วิบูลย์มา, นราวดีโลหะจินดา, นิปาตี เมาะหะยีหามะ, ประสิทธิ์ รัตนมณี และอรอุษา ปุณยบุรณะ, 2016) ดังแสดงในรูปภาพ



ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ภาพที่ 4 แสดงการระบุแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพ จังหวัดปัตตานี

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัยในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ที่ศึกษาพฤติกรรมความต้องการเรียนรู้ หรือ ความต้องการเข้ารับบริการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ว่างมีองค์ประกอบของปัจจัยใดบ้าง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนะการประยุกต์งานวิจัยนี้กับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้ (1) ภาครัฐสามารถนำงานวิจัยไปกำหนดนโยบาย เพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดปัตตานี และ (2) ภาคเอกชนนั้น สามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดปัตตานี

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับทบทวน พ.ศ. 2564 - 2565*. จาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/vision>. สืบค้นวันที่ 20 มีนาคม 2563
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *ภารกิจหน้าที่ตามกฎหมาย*. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/old/ewt_news.php?nid=230&filename=index.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2562). *ชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรม จังหวัดปัตตานี*. สืบค้นจาก <http://online.anyflip.com/dufwb/mbho/mobile/index.html>.
- กัมปนาท นาดามัน และ วรณชนก จันทชุม. (2556). *ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัด ชายแดนภาคใต้ที่มีต่อประชาชนในพื้นที่ ตำบลคลองใหม่ อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี*. AL-HIKMAH, 3(6), 23-36.
- Litvin, S. W. (2003). *Tourism and understanding: The MBA study mission*. Annals of Tourism Research, 30(1), 77-93.
- Davis, S. (Ed.). (1992). *Connectionism: Theory and practice (No. 3)*. Oxford University Press on Demand.

- Davies, J. T. (2012). *Interfacial phenomena*. Elsevier.
- IGI Global's. (2019). *Promoting Kashmir as an Abode of Peace Tourism Destination by India and Pakistan*. Retrieved from <https://www.igi-global.com/chapter/promoting-kashmir-as-an-abode-of-peace-tourism-destination-by-india-and-pakistan/218718>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing (16th Global Edition)*.
- Ruhanen, L., Cooper, C., & Fayos-Solá, E. (2008). *Volunteering tourism knowledge: A case from the United Nations world tourism organization*. *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism*, Wallingford, 25-35.
- World BEYOND War. (2020). *Peace Tourism*. Retrieved from <https://worldbeyondwar.org/peace-tourism/>
- World Travel & Tourism Council (WTTTC), (2016), *Tourism as A Driver of Peace*. Retrieved from https://sp.wttc.org/-/media/files/reports/special-and-periodic-reports/tourism-as-a-driver-of-peace_full-report---web.pdf?la=es
- Seyed Sina Mousavi, Naciye Doratli, Seyed Nima Mousavi and Fereshte Moradiahari, (2016). *Defining Cultural Tourism*. Retrieved from <https://iicbe.org/upload/8607DIR1216411.pdf>

การศึกษาองค์ประกอบท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี

A Study of Community-Based Tourism Components of Pattani's Multicultural Society

ศิริวิชญ์ สุประดิษฐ์

Sirawish Supradith¹

เกศศิริ เจริญวิศาล

Kaedsiri Jaroenwisan²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีปรากฏการณ์วิทยา เป็นวิธีวิทยาที่เป็นทั้งปรัชญา และวิธีการที่มุ่งศึกษาทำความเข้าใจในเรื่องของประสบการณ์การดำเนินชีวิตในแต่ละวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคลนั้นรับรู้ และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไรบ้าง ดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม (Document Study) ที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ศึกษาจากข้อมูลภาคสนาม (Filed Study) สังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยว และสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนสังคม พหุวัฒนธรรมในจังหวัดปัตตานี มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ (1) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2) องค์ประกอบด้านพหุวัฒนธรรม (3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และ (4) องค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน เป็นองค์ประกอบที่สอดคล้องกับหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และช่วยส่งเสริมให้กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนสังคมพหุวัฒนธรรมสามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ การท่องเที่ยวโดยชุมชน สังคมพหุวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This research aimed at investigating the components of community-based tourism (CBT) of Pattani's multicultural society. It was a qualitative research study implementing a phenomenology technique. Phenomenology is a philosophical study

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: sirawish_s@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร. สาขาการจัดการนิเทศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

that delves into studying and understanding the daily-life experiences of people to identify their perceptions and how they define those experiences. This research employed the document study, field study, non-participative observation of tourism activities, and interviews. The findings showed that the CBT patterns of Pattani's multicultural society comprised of four tourism components, namely (1) community-based tourism, (2) multi-culture, (3) community participation, and (4) sustainable tourism. The four components have enhanced the CBT of Pattani's multicultural society to operate sustainable tourism activities.

Keywords: Community-based Tourism, Multicultural Society, Community Participation, Sustainable Tourism

บทนำ

ในปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศกำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก รายได้จากการท่องเที่ยวที่คิดเป็นตัวเงินประมาณ 1.933 ล้านล้านบาท ในปี 2562 ซึ่งมีรายได้เพิ่มมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 ที่มีรายได้ 1.876 ล้านล้านบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2562 นั้นก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 4.24 และในปี 2563 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังคงเป็นฟันเฟืองหลักที่สำคัญในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ได้มีการกำหนดเป้าหมายเชิงเศรษฐกิจเพื่อสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวรวมให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2562 ซึ่งจะทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็น 2.431 ล้านล้านบาท ในปี 2563 ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.287 ล้านล้านบาท ทำให้รายได้รวมเพิ่มขึ้นจาก 3.38 ล้านล้านบาท เป็น 3.718 ล้านล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) กระแสท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นเป็นกระแสการท่องเที่ยวของคนในกลุ่มอายุที่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีกำลังซื้อจำนวนมาก มีจุดหมายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อย้อนรำลึกถึงอดีต เดินทางไปในที่ที่มีความทรงจำในวัยเยาว์ และมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สนใจในเรื่องของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และเป็นการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยรับในอดีต และยังคงมีนักท่องเที่ยวอีกหลายกลุ่มที่เตรียมวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้มีความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปศุสัตว์ สวนเกษตร และเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 12 ที่กำหนดให้มีการส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวที่การสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น หรือ Local Experian เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางบริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และ

ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2553)

จังหวัดปัตตานี เป็นจังหวัดชายแดนใต้มีเนื้อที่ประมาณ 1,940.35 ตร.กม. หรือ ประมาณ 1,212,725 ไร่ มีอาณาเขต ติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงทิศเหนือติดต่อกับอำเภอไทย ทิศใต้ติดต่อกับเขตอำเภอเมืองยะลา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา และเขตอำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ทิศตะวันออกติดต่อกับอำเภอไทย และทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตอำเภอเทพา และอำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ภูมิประเทศ แบ่งเป็น 3 ลักษณะ ประกอบด้วย พื้นที่ราบชายฝั่งทะเล ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ประมาณ 1 ใน 3 ของพื้นที่จังหวัด ได้แก่ ทางตอนเหนือและทางตะวันออกของจังหวัดมีหาดทรายยาว และเป็นที่ยืนต้นชายฝั่งกว้างประมาณ 10 - 30 กิโลเมตร พื้นที่ราบลุ่ม บริเวณตอนกลาง และตอนใต้ของจังหวัดปัตตานี มีแม่น้ำปัตตานีไหลผ่าน ที่ดินมีความเหมาะสมในการเกษตรกรรมและพื้นที่ภูเขา ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนน้อย อยู่ทางตอนใต้ของอำเภอโคกโพธิ์ อำเภอกะป้อ และทางตะวันออกของอำเภอสายบุรี (<http://www.pattani2018.pattani.go.th/>) จากสภาพภูมิประเทศส่งผลให้จังหวัดปัตตานีมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่งดงามของการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขของคนไทยพุทธ คนไทยจีน และคนไทยมุสลิม ซึ่งเป็นเสน่ห์ที่หาได้น้อยในจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทย ในปี 2562 จังหวัดปัตตานีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนเป็นจำนวน 282,304 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 0.11 เป็นอันดับที่ 77 ของประเทศไทย และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,107.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 คิดเป็น ร้อยละ 4.15 อยู่ในอันดับที่ 71 จากทั้งหมด 77 จังหวัด (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) และการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เป็นเครื่องมือหนึ่งที่กลุ่มชุมชนในจังหวัด เลือกใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดปัตตานีมีหลายกลุ่ม เช่น ชุมชนท่องเที่ยวต้นหยงลูโละ ชุมชนท่องเที่ยวบาราโหม ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง และอีกหลายชุมชนที่อยู่ในแต่ละอำเภอ ซึ่งเป็นการดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นผู้ดำเนินการทั้งสิ้น จากการศึกษาที่ผ่านมาของผู้วิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นการดำเนินกิจกรรมโดยชุมชนที่เป็นสังคมวัฒนธรรมเชิงเดี่ยวที่มีวัฒนธรรมที่เฉพาะถิ่น มีอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่มีความชัดเจน ซึ่งมีความแตกต่างกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดปัตตานีที่เป็นการดำเนินงานบนสังคมพหุวัฒนธรรมจึงเป็นที่น่าสนใจให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจศึกษาถึงองค์ประกอบท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี ที่มีความผสมผสานของวัฒนธรรมของคนต่างศาสนา ต่างเชื้อชาติ ที่อยู่ร่วมกันว่ามีองค์ประกอบในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร โดยผลลัพธ์ของการศึกษารูปแบบขององค์ประกอบและการจัดการ เพื่อสามารถนำไปเป็นแนวทางการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสังคมพหุวัฒนธรรม และปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี

แนวความคิด

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – based Tourism) หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ วิถีชีวิต วิธีการผลิตของชุมชน ประเพณีวัฒนธรรม ที่มีในท้องถิ่นมาปรับใช้เป็นตัวทุนของการท่องเที่ยวหรือปัจจัยทางการท่องเที่ยว ในการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน และชุมชนต้องมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในด้านการท่องเที่ยว และมีบทบาทที่สำคัญในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานกิจกรรมตั้งแต่การร่วมตัดสินใจ การร่วมกันวางแผน การร่วมกันดำเนินงาน และร่วมสรุปถอดบทเรียน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นต่อไปได้สืบสาน และเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยต้องนึกถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.))

กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ (1) ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีที่สืบสานต่อกันมา รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบต่อกันมารุ่นต่อรุ่น ชุมชนต้องให้ความสำคัญเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรต่างๆที่มีอยู่ในชุมชนของตนเอง และต้องมีความสามารถในการจัดการให้เกิดความยั่งยืน สิ่งนี้จะเกิดขึ้นได้ชุมชนเองต้องมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดการจัดการ (2) ด้านองค์กรชุมชน หมายถึง คนในชุมชนต้องมีการสื่อสารพูดคุยเพื่อสื่อสารความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยน การหาทางออกของปัญหาร่วมกัน ด้วยการระดมความคิดเห็นจากประสบการณ์ ชุมชนมีการจัดเวทีให้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยน ร่วมกันแสดงความคิดเห็น มีการวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน มีการประสานกันหน่วยงานท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่น ๆที่มีความเกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน และสร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้ที่มาเยี่ยมเยือน และคนในชุมชนสามารถยึดปฏิบัติตามได้ (3) ด้านการจัดการ หมายถึง การดำเนินงานของชุมชนเพื่อให้มีประสิทธิภาพจำเป็นจะต้องมีผู้นำ ที่เป็นที่ยอมรับ มีวิสัยทัศน์ มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอย่างดี และยังคงต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีการพูดคุยวางแผนทาง การเตรียมความพร้อมของชุมชน ต้องรู้ถึงพื้นที่ชุมชนของตนเองจะพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีการดำเนินกิจกรรมอะไร มีการจัดสรร และกระจายรายได้ในชุมชนอย่างไร และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในทุกๆส่วนในภาพรวม (4) ด้านการเรียนรู้ หมายถึง ชุมชนจะต้องรู้ถึงสิ่งที่ตนเองมีอย่างลึกซึ้งเสียก่อน เพื่อที่จะสามารถบอกเล่าในเรื่องราว ความเป็นมา ของชุมชน และสามารถถ่ายทอดให้ผู้มาเยี่ยมเยือนได้ ดังนั้น

ชุมชนเองควรที่ต้องเปิดใจรับการเรียนรู้ในแง่มุมต่างๆ มีความสามัคคีในชุมชน ทำงานร่วมกันได้ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ตั้งไว้

สังคมแบบพหุวัฒนธรรม เป็นสังคมที่การอยู่ร่วมกันของบุคคลที่มีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งทัศนคติความเชื่อ ที่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ ทั้งนี้ ข้อดีของสังคมแบบพหุวัฒนธรรม ได้แก่ ก่อให้เกิดนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลาย มีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ การเติบโตทางธุรกิจที่ใช้ทักษะใหม่ๆ ในการทำธุรกิจกับคนต่าง วัฒนธรรม ทำให้เข้าใจผู้คนมากขึ้น เข้าใจวัฒนธรรมต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น เกิดการซบซบวัฒนธรรม ที่ดินนำมา ปรับใช้ร่วมกับวัฒนธรรมเดิม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านภาษาจากการสนทนากัน เป็นต้น ส่วนข้อเสีย ที่เกิดขึ้น ได้แก่ การขัดแย้งทางศาสนา จากความเชื่อที่แตกต่างกัน อุปสรรคจากการสื่อสารภาษาถิ่น วัฒนธรรมที่แตกต่างที่มีความเชื่อและบรรทัดฐานที่ต่างกัน ความแตกต่างด้านสังคมที่ยากที่จะให้เกิดการ ยอมรับซึ่งกันและกัน เป็นต้น ดังนั้นการที่ผู้คนจากหลากหลายวัฒนธรรมสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบ สุขจึงเป็นเรื่องที่ดี มีมุมมองที่เหมือนกัน มีพฤติกรรมกรดำเนินวัฒนธรรมที่สอดคล้องกัน หลากหลาย เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม อยู่ร่วมกันได้อย่างดีมีความเป็นเพื่อนมนุษย์ที่ดีต่อกันส่งเสริมให้สังคมน่าอยู่ มีความสงบสุขเรียบร้อย (บรรจง พำรุ่งแสง, 2557) องค์ประกอบของสังคมพหุวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ดังนี้ (1) เรียนรู้วิถีชีวิต (2) เรียนรู้ประเพณี และ (3) เรียนรู้วัฒนธรรม (สงวนชัย ไชยยา, 2560)

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมมือในการจัดการ ชุมชนของตนเอง กำหนดความต้องการ วางแผนการดำเนินงาน และรับผลประโยชน์ร่วมกัน ภายใน ชุมชนของตนเอง การมีส่วนร่วมของชุมชนมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมี 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการ วางแผน คือ มีการวางแผน แสดงความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวใน ชุมชน (2) ด้านการตัดสินใจคือ มีการจัดทำแผนการประชุมร่วมกันในชุมชน เสนอความคิดเห็นต่อกัน (3) ด้านการดำเนินการ คือการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานต่างๆ เช่น การ รักษาความสะอาดภายในชุมชน การรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ (4) ด้านการรับ ผลประโยชน์คือ การรับผลประโยชน์ร่วมกันภายในชุมชนของตนเองไม่ว่า จะเป็นผลประโยชน์ที่เป็นตัว เงินหรือไม่เป็นตัวเงินก็ตาม (ดุขฎิ อายุวัฒน์และคณะ, 2535)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่าง สร้างสรรค์และมีมาตรฐาน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดี การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน โดยมี หลักการ ดังนี้ (1) ชุมชนเป็นเจ้าของ (2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ (3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง (4) ยกระดับคุณภาพชีวิต (5) มีความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม (6) คง เอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น (7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม (8) เคารพใน วัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนในท้องถิ่น (10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน การที่ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยว มีความจำเป็นที่ จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้อง ผนึกกับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้

คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หรือเป็นกำลังสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม (รองศาสตราจารย์ ดร. วีระพล ทองมา, 2559)

แนวความคิดของการมีส่วนร่วมเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นเป็นหลัก โดยได้รวมถึงการมีส่วนร่วมกับทุกองค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของเพื่อไ้กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว มีเป้าหมายและทิศทางเดียวกันการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นประเด็น ปัญหาใหญ่ที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้จนนักในภาวะสังคมปัจจุบันปัจจุบันการมีส่วนร่วมยังอยู่ในวงจำกัด และขาดความสมดุล รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนยังคง เป็นลักษณะของการมีกิจกรรมที่มีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวเป็นการค้าขายในธุรกิจการท่องเที่ยวมากกว่ามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว มีเพียงองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นบางแห่งเท่านั้นที่มีโอกาสในการจัดการในบางพื้นที่ประชาชนได้จัดตั้งกลุ่มและดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวเอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างตลอดไป และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ดีและมีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ที่เหมาะสม มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพียงพอ และต้องส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีผลกระทบเลยในระยะยาว สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการ ดังต่อไปนี้ คือ (1) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภททั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานวัตถุ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรม (2) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่า และความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (4) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม (5) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในระยะยาว (6) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการพัฒนาดังกล่าวอย่างสมดุล 3 มิติ คือ (1) ด้านเศรษฐกิจ (2) ด้านสังคม และ (3) ด้านสิ่งแวดล้อม ขับเคลื่อนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อนำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดี มีสุขของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตให้คงอยู่สืบไป และเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นได้แก่นักท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2559)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีปรากฏการณ์วิทยา เป็นวิธีวิทยาที่เป็นทั้งปรัชญา และวิธีการที่มุ่งศึกษา และทำความเข้าใจ ในเรื่องของประสบการณ์ การดำเนินชีวิตในแต่ละวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคลนั้นรับรู้ และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไรบ้าง มีความคิด ความรู้สึกอย่างไรต่อบุคคล และเหตุการณ์แวดล้อมต่างๆ เป็นเครื่องมือในการศึกษาปรากฏการณ์ และประสบการณ์ของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (ชาย โปธิสิตา, 2550)

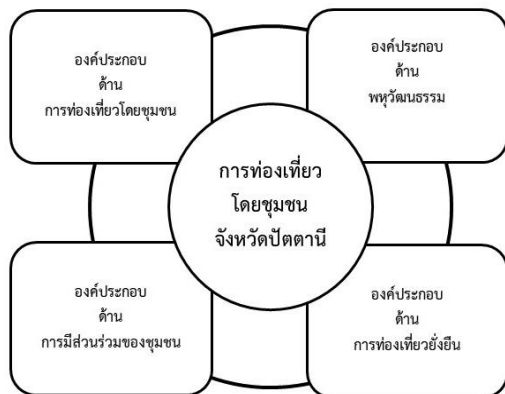
พื้นที่การศึกษา คือ เป็นการศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดปัตตานีเท่านั้น

รูปแบบการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม (Document Study) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และสังคมพหุวัฒนธรรมในจังหวัดปัตตานี
2. ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการลงพื้นที่ศึกษาจากข้อมูลภาคสนาม (Filed Study) และเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ในรูปแบบนักท่องเที่ยว สังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยว สังเกตสภาพแวดล้อมโดยรวมของชุมชน และได้สัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ในเขตจังหวัดปัตตานี

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการศึกษาขององค์ประกอบท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดปัตตานี

องค์ประกอบท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยพบว่า มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับหลักการดำเนินกิจกรรมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ปัตตานีมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามมีอุทยานแห่งชาติ 2 อุทยาน มีพื้นที่ป่าสงวน 5 ป่า มีน้ำตก ป่าชายเลนที่มีความสมบูรณ์ ชายทะเลที่สะอาด มีวัฒนธรรมที่ผสมผสานที่ต่างจากจังหวัดอื่นๆ เพราะที่มีทั้งคนไทยพุทธ ไทยจีน และไทยมุสลิม ที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ดำเนินวิถีชีวิตแบบเกื้อหนุนกัน เอื้อเพื่อเอื้อแก่ มีมิตรจิตมิตรใจที่ดีต่อกัน ยิ้มแย้มด้วยอัธยาศัยที่ดี (2) ด้านองค์กรชุมชน จากการได้ลงพื้นที่ เห็นถึงการสื่อสารกันของคนในชุมชนในการเตรียมความพร้อม และประสานงานในการรับนักท่องเที่ยว มีรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมพานักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดต่างๆ (3) ด้านการจัดการ ในการดำเนินงานชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่ม และมีทั้งจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อมีการจัดการ และการดำเนินงานไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้มีการแบ่งส่วนการบริหารงานที่ชัดเจนตามโครงสร้าง ทั้งยังมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นจาก สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, กรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น และยังมีการจัดตั้งกลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวมาเก็บเพื่อเป็นกองทุนพัฒนาหมู่บ้าน (4) ด้านการเรียนรู้ ชุมชนมีการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีการเล่าเรื่องความเป็นมาของชุมชนถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวผ่านนักเล่าเรื่อง หรือยูทูบคันทูทอล์ก เป็นผู้เล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาของชุมชนให้นักท่องเที่ยวเป็นการส่งเสริมให้เด็ก ๆ มีความรู้ และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับคนรุ่นหลัง ทำให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรมเรื่องราวของชุมชนให้คงอยู่ต่อไป

2. องค์ประกอบด้านพหุวัฒนธรรม มี 3 ข้อ ดังนี้ (1) เรียนรู้วิถีชีวิต จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยพบว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดปัตตานีมีการเรียนรู้ถึง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนต่างวัฒนธรรม มีการยอมรับซึ่งกันและกัน ดูได้จากสถานที่ท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อของจังหวัดปัตตานี คือ มัสยิดกรือเซะ และสุสานเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยวที่อยู่ในพื้นที่ใกล้กัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการอยู่ร่วมกันของคนไทยมุสลิม และไทยจีน ต่างเคารพซึ่งกันและกันแม้จะมีความเชื่อที่ต่างกันแต่ก็ยอมรับซึ่งกันและกัน (2) เรียนรู้ประเพณี ประเพณีที่มีความสำคัญสำหรับคนปัตตานี ส่วนใหญ่เป็นประเพณีทางศาสนา เช่น ประเพณีลากพระ หรือชักพระ งาน ฮารีรายอ ประเพณีแห่เจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว ซึ่งเป็นประเพณีทางศาสนาที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ (3) เรียนรู้วัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดปัตตานี มีการอาศัยร่วมกันของผู้คนหลายเชื้อชาติ มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้วัฒนธรรมกันมาเป็นเวลายาวนาน

3. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมี 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการวางแผน คือ จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยพบว่า ชุมชนนั้นมีการวางแผนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงมีที่การจัดที่พักในรูปแบบโฮมสเตย์ และอาหารพื้นถิ่น โดยมีการจัดให้คนในชุมชนเป็นคนให้บริการที่พักและอาหาร (2) ด้านการตัดสินใจคือ ชุมชนจะมีการจัดประชุมพูดคุยถึงการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน มีการจัดสรรหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้สมาชิกทุกคนในชุมชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น (3) ด้านการดำเนินการ จากการลงพื้นที่พบว่า สมาชิกในชุมชนร่วมกันดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และยังช่วยกันดูแลทรัพยากรดูแลความสะอาดในชุมชนร่วมกัน ไม่ปล่อยให้เป็นที่ภาระหน้าที่ของสมาชิกคนใดคนหนึ่ง (4) ด้านการรับผลประโยชน์ รายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวมีการแบ่งสรรปันส่วนเข้าส่วนกลางของชุมชนเพื่อนำไปใช้

ในการพัฒนาชุมชน และแบ่งส่วนที่เหลือให้กับสมาชิกที่มีส่วนร่วมกับการดำเนินการดำเนินกิจกรรม เช่น เจ้าของโฮมสเตย์ ยุวมัคคุเทศก์ เป็นต้น

4. องค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านอย่างสมดุล 3 มิติ คือ (1) ด้านเศรษฐกิจ กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างรายได้เสริมให้กับสมาชิกในชุมชน นอกเหนือจากงานประจำ ทำให้สมาชิกทุกคนเห็นถึงช่องทางในการหารายได้เพิ่มให้กับครอบครัว ทั้งยังช่วยสร้างงานให้กับสมาชิกในชุมชนที่ตกงานมีงานทำมีรายได้ (2) ด้านสังคม การท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้เกิดผลดีต่อชุมชน ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม ร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรม เกิดการเอื้อเฟื้อกันในชุมชน และระหว่างชุมชน สมาชิกในชุมชนช่วยกันสอดส่องดูแลชุมชนของตนเอง ช่วยแก้ปัญหาต่างๆถูกแก้ไข และมีมาตรการป้องกัน มีกฎระเบียบ แบบแผนของชุมชนที่นำมาปฏิบัติร่วมกัน และ (3) ด้านสิ่งแวดล้อม สมาชิกในชุมชนมองเห็นถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีอยู่ทำให้สมาชิกช่วยกันดูแลรักษา อนุรักษ์ ไม่ทำลายทรัพยากรที่มี และใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า

ดังนั้นจากที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ ศึกษาข้อมูล และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว สรุปได้ว่า การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดปัตตานี มีรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมที่เป็นพหุวัฒนธรรม มีการเกื้อหนุน เอื้อเฟื้อ ไม่มีการแบ่งแยกวัฒนธรรม เคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกัน ชุมชนร่วมกันคิดและร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า และยังช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรที่มี แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดให้กับคนรุ่นใหม่เพื่อสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป

การอภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูล ลงพื้นที่สังเกตการณ์ และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในจังหวัดปัตตานี ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงองค์ประกอบการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสังคมพหุวัฒนธรรม ที่มีการดำเนินกิจกรรมสอดคล้องกับแบบแผนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งที่สำคัญที่ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวดำเนินไปได้ในสังคมพหุวัฒนธรรมคือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ที่มองเห็นถึงการให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา สมาชิกทุกคนต่างช่วยกันลงมือพัฒนาทำให้ชุมชนที่ตนอยู่ดีขึ้น ทั้งยังมีแรงสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ภาครัฐที่ให้การสนับสนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนดำเนินกิจกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะดำเนินกิจกรรมไปได้ดี และสำเร็จตามเป้าหมายที่ชุมชนตั้งไว้นั้น กิจกรรมไม่สามารถที่จะดำเนินไปด้วยคนเพียงคนเดียว บ้านเพียงหลังเดียว ครัวเพียงครัวเดียว แต่ต้องเป็นการร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนที่เห็นประโยชน์ร่วมกัน มีการจัดตั้งกลุ่มโดยมีโครงสร้าง มีประธาน รองประธาน เลขาธิการ คณะกรรมการและสมาชิก มีการกำหนดหน้าที่ในการทำงาน วางแผนร่วมกัน เพื่อช่วยกันพัฒนาทรัพยากรที่มีให้เกิดคุณค่า ร่วมกันค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อสร้างเป็นจุดขาย รวมกลุ่มเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการ ทำความเข้าใจกับสมาชิกเพื่อให้เปิดใจเปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของคนต่างถิ่น สมาชิกในชุมชนได้รับการพัฒนาความรู้ และสามารถนำ

ความรู้ที่ได้มาดำเนินกิจกรรม สร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยรัตน์ จุสปาโล (2559) ได้ศึกษาถึงการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท่องเที่ยวว่าปิดตานีพบว่า (1) ชุมชนท่องเที่ยวมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วิถีชีวิตของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ของตน มีวัฒนธรรมประเพณี อาหารพื้นถิ่น เป็นต้น (2) ชุมชนเห็นถึงประโยชน์ร่วมกันไม่ต่อต้านการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (3) ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีเครือข่ายในการร่วมกันพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (4) ชุมชนตั้งอยู่ในสถานที่ที่มีแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเพิ่มขึ้น และมีจุดดึงดูดให้เข้ามาท่องเที่ยว และประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า (1) ชุมชนเกิดรายได้ ที่เป็นรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก ซึ่งอาชีพหลักส่วนใหญ่คือการทำประมงชายฝั่ง เป็นสิ่งที่นำมาแลกเปลี่ยนกระบวนการกับผู้มาเยือน และยังเป็นการสานสัมพันธ์ระหว่างชุมชนในเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตกับนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย (2) กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้ชุมชนเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีในชุมชน ก่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ หวงแหนทรัพยากรที่มีอยู่ และภาคภูมิใจในบ้านเกิดของตนเอง ตระหนักถึงคุณค่าของศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน และส่งผลให้เกิดการเผยแพร่ ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ (3) ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกันผ่านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว ช่วยจัดหรือลดความขัดแย้งในชุมชน ทำให้เกิดความเคารพในบทบาทหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคน ปัจจัยองค์ประกอบข้างต้นเมื่อชุมชนนำไปปฏิบัติจะเป็นแนวทางนำไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และมุ่งพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี จากการศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนสังคัมพหุวัฒนธรรมในจังหวัดปัตตานี พบว่า การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนสังคัมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดปัตตานี มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2. ประโยชน์เชิงการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนบนสังคัมพหุวัฒนธรรมในจังหวัดปัตตานี มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมโดยมีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ (1) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2) องค์ประกอบด้านพหุวัฒนธรรม (3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และ (4) องค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์ประกอบนี้ช่วยให้ กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนสังคัมพหุวัฒนธรรมสามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และยังเป็นแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้กับชุมชนอื่นๆสามารถนำไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนนั้นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)* สืบค้นวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://secretary.mots.go.th/strategy/more_news-.php?cid=9
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. (2563). *สถานการณ์ท่องเที่ยว เดือนมกราคม 2563*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สืบค้นวันที่ 8 มีนาคม 2563, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20200407103037.pdf
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559)
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2544). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาย โปธิสิตา. (2550). *ศาสตร์และศิลป์ แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรินทร์พริ้นติ้งฯ.
- ชัยรัตน์ จุสปาโล. (2559). การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท่องเที่ยวอ่าวปัตตานี จังหวัดปัตตานี. *การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7*. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 408-422.
- ดุขฎิ อายุวัฒน์ และคณะ. (2535). *การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในงานวนศาสตร์ชุมชน กรณีชุมชนห้วยม่วง โครงการวิจัยวนศาสตร์ชุมชน*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้นจาก <https://tdc.thailis.or.th/tdc/>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจไม่มีวันตายของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- บรรจง ฟ้ารุ่งแสง. (2557). *การศึกษาในวิถีพุทธวัฒนธรรมชายแดนใต้*. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: ห้างหุ้นส่วนสามัญ สมใจนึก พรินท์ แอนด์ ก๊อบปี่ เซ็นเตอร์.
- วีระพล ทองมา. (2559). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้*. สืบค้นวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2559, จาก www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc
- เวปไซด์จังหวัดปัตตานี. (2563). *ข้อมูลทั่วไปจังหวัดปัตตานี* สืบค้นวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.pattani2018.pattani.go.th/>
- สงฆ์ ชาญยา. (2560). *การพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนไทยใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. สืบค้นจาก <https://tdc.thailis.or.th/tdc/>
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ. (2556). *ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. พิมพ์ครั้งที่ 1: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปัตตานี. *ข้อมูลการชุมชนท่องเที่ยว*. สืบค้นวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://pattani.mots.go.th/more_news.php?cid=47

แนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้

Songkhla Roadmap to MICE City

ทรงสิน วีระกุลพิศุทธิ์

Songsin Teerakunpisut¹

บทคัดย่อ

จากการที่รายได้ของนักท่องเที่ยวไมซ์สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ถึง 3.5 เท่า รวมทั้งนักท่องเที่ยวไมซ์ยังสามารถสร้างรายได้ต่อเนื่องทุกฤดูกาล จึงทำให้จังหวัดสงขลาได้ถูกกำหนดให้เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางไมซ์ซิตี้ในอนาคต การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษา (1) สถานการณ์แวดล้อมการพัฒนาไมซ์ในจังหวัดสงขลา รวมทั้ง (2) จำนวนสัดส่วนนักท่องเที่ยวไมซ์ไทยและต่างประเทศ (3) ชัดความสามารถรองรับเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวไมซ์ ตลอดจน (4) นำเสนอแนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารเมืองในจังหวัดสงขลาตระหนักและสนับสนุนให้พื้นที่เป็นจุดหมายปลายทางในการเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ของประเทศไทย ด้วยการจัดประชุมคณะกรรมการซึ่งล้วนมาจากผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการในจังหวัดสงขลาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้มีการกำหนดให้ไมซ์ซิตี้เป็นเป้าหมายในยุทธศาสตร์การพัฒนาเมือง ตลอดจนผลักดันให้เกิดกิจกรรมด้านการพัฒนาไมซ์ซิตี้ เช่น โครงการ “Design Thinking for MICE Industry in Songkhla” และโครงการจัดตั้ง “สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการจังหวัดสงขลา” นอกจากนี้ถึงแม้ว่าสัดส่วนและปริมาณรายได้ของนักท่องเที่ยวไมซ์ชาวไทยโดยเฉพาะประเภทงานแสดงสินค้าจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น แต่สัดส่วนของนักท่องเที่ยวไมซ์ชาวต่างชาติและยอดรายได้มีปริมาณลดลงทุกปีอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า ด้วยจังหวัดสงขลาเป็นที่ตั้งของสถานที่จัดงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ที่สุดของภูมิภาคที่มีมาตรฐานสากล ตลอดจนยังเป็นเมืองที่มีโรงแรมฮอเทิลที่ให้บริการห้องประชุมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเนื้อหาหลัก (Key content) ในการจัดงานไมซ์ในจังหวัดสงขลาจึงมีลักษณะเป็นงานนิทรรศการ (Exhibition) เป็นหลัก รวมทั้งสงขลายังเป็นจุดหมายปลายทางการจัดงานแสดงสินค้าทางด้านฮอเทิลที่ใหญ่ที่สุดในระดับภูมิภาคที่มีองค์ประกอบของ Trade show ภายในงาน

สำหรับแนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ประกอบด้วย 72 โครงการ ภายใต้ 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1: ผลักดันจังหวัดสงขลาให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ซิตี้ ยุทธศาสตร์ที่ 2: ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการตลาดไมซ์แบบเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศและต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยกระดับการจัดงานเด่นในจังหวัดสงขลาสู่การเป็น Flagship ชื่อนำพร้อมสนับสนุนการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 4: ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดสงขลาด้วยองค์ความรู้และมาตรฐานรวมทั้งพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ และ ยุทธศาสตร์ที่ 5: การสร้างขีดความสามารถในด้านการจัดงาน เพิ่มรายได้ และเพิ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ในจังหวัดสงขลา ทั้งนี้ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ ได้ดำเนินการเสนอให้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสปน.) จังหวัดสงขลา หอการค้า และสมาคมภาคธุรกิจที่

¹ อาจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: songsin.t@psu.ac.th

เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาใช้ในกำหนดนโยบายและโครงการต่างๆ ในการจัดการและส่งเสริมจังหวัดสงขลา
สู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ต่อไป

คำสำคัญ: อุตสาหกรรมไมซ์ ไมซ์ซิตี้ นักเดินทางไมซ์ ชีตความสามารถรองรับเบื้องต้น

Abstract

As the income of MICE visitors is 3.5 times higher than the ordinary visitor as well as the income generated by this group of business-based visitor is continuous every season, therefore, the government has given priority to the development of MICE industry as an important mechanism to unceasingly strengthen the country. The policy of decentralizing the development of MICE industry to potential cities throughout Thailand is known as MICE City mechanism. In this regard, Songkhla province which is well-equipped for meeting, conference, exhibition as well as accommodation and facilities with the international standard, has been appointed to be one of the future MICE City destinations. However, the development of Songkhla to be a sustainable city of meeting and exhibition, it is required the necessary insights to set the guideline of upgrading Songkhla to be the perfect MICE City. From the above mentioned, this research therefore focuses on (1) the analysis of MICE situations, including national and local policies, activities related to MICE development in Songkhla, both from the public and private sectors. Including (2) the proportion of Thai and foreign MICE visitors, and (3) basic MICE carrying capacity in the province as well as (4) MICE city roadmap for Songkhla to be one of the most preferred meeting, incentive travel, conference, and trade events destinations in the nation.

The findings reveal that although during this study, Songkhla is the first province in the nation to establish the MICE city bureau, there are five different strategic plans, which could lead this area to be the next MICE city in Thailand. With regard to MICE Songkhla strategies, it was clear that strong city promotion, local-to-global events development as well as enhancing human resource capabilities are of the utmost importance in current being developed MICE city Songkhla. This study makes a contribution in suggesting MICE city roadmap for the mentioned province. The research provides recommendations for policy makers and academics on how to support MICE Songkhla competitiveness.

Keywords: MICE Industry, MICE City, MICE Visitors, Basic Carrying Capacity

บทนำ

สัญญาณเชิงบวกของการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business tourism) หรืออุตสาหกรรมไมซ์ (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions: MICE) กำลังทวีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในทุกภูมิภาคของโลก (ยุรพร ศุภรัตน์ และคณะ 2559; Akkaphin, 2016; Songsin, 2018) รวมทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไมซ์ (MICE visitors) ที่มีกำลังการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป (Typical visitor) โดยเฉลี่ยประมาณ 3.5 เท่า (Wann, 2011; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสปน.), 2562) โดยการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การฝึกอบรม การจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ล้วนเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ทั้งนี้เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 – 2560 พบว่า ได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยรวมร้อยละ 13 ดังนั้นจากความสำคัญดังกล่าวรัฐบาลจึงได้พยายามผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมและนิทรรศการของภูมิภาคเอเชียนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2555 เป็นต้นมา (สสปน., 2562; Taka, 2014)

ถึงแม้ว่าแนวทางการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยการส่งเสริมจังหวัดโดดเด่นในแต่ละภูมิภาคให้เป็น “ไมซ์ซิตี้” ในระดับต่างๆ โดยเฉพาะภาคใต้ที่มีการเน้นพัฒนา “ภูเก็ต” เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งในระดับชาติและนานาชาติตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา (สสปน., 2560) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจังหวัดสงขลาในภาคใต้ฝั่งตะวันออก ซึ่งไม่เพียงแต่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 1 ของภาคใต้ หรือคิดเป็นร้อยละ 20 ของภูมิภาค โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ในปี พ.ศ. 2560 เท่ากับ 165,069 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรีย, 2561) ทั้งนี้สงขลายังเป็นแหล่งการค้าชายแดนที่มีมูลค่าสูงที่สุดของประเทศ (541,078.72 ล้านบาท) และจากการที่สงขลาเป็นจังหวัดเดียวในภาคใต้ที่รายได้หลักมาจากภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการเป็นศูนย์กลางการค้าและการแปรรูปผลผลิตยางพารา รวมทั้งไม้ยางพารา (Rubber city) ตลอดจนเป็นแหล่งผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลมากที่สุดของภาคใต้ ดังนั้นสงขลาจึงได้รับการส่งเสริมและผลักดันให้เป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทาง “ไมซ์ซิตี้” อย่างต่อเนื่องทั้งจาก สสปน. และหน่วยงานรัฐในระดับท้องถิ่น รวมทั้งผู้ประกอบการเอกชน (สสปน., 2562)

ด้วยการที่จะยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็น “ไมซ์ซิตี้” เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมการค้าและการลงทุน อันจะช่วยให้เศรษฐกิจภาคใต้ตอนล่างเติบโต อีกทั้งยังช่วยให้สังคมมีความมั่นคงและยั่งยืน จำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลเพื่อการตัดสินใจสำหรับกำหนดแนวทางในการยกระดับสงขลาสู่ไมซ์ซิตี้ได้อย่างแท้จริง ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อม ได้แก่ นโยบายประเทศและท้องถิ่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาไมซ์ในจังหวัดสงขลา ทั้งจากภาครัฐและเอกชน รวมทั้งจำนวนสัดส่วนนักท่องเที่ยวไมซ์ไทยและต่างประเทศ ตลอดจนศึกษาการให้บริการ (Supply Side) เช่น โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น สนามบิน การขนส่ง ด้านบุคลากร การจราจรภายในพื้นที่ ตลอดจน City Profile และ Unique Selling Point ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวไมซ์ และ Content หลักของจังหวัดสงขลา เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ไมซ์และขีดความสามารถรองรับกิจกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าเบื้องต้นในจังหวัดสงขลา พร้อมทั้ง

นำเสนอแนวทางการยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ที่มีความสมดุล อันเป็นแนวทางการขับเคลื่อนสงขลาสู่การเป็นไมซ์ซิตี้ที่ยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ สสพ. และจังหวัดสงขลา รวมทั้งสมาคมและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลดังกล่าวนี้ไปใช้ในการร่วมกันวางแผนและผลักดันสงขลาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ของจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดและโครงสร้างประชากรนักท่องเที่ยวไมซ์ในปัจจุบันของจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาขีดความสามารถรองรับเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวไมซ์ในจังหวัดสงขลา
4. เพื่อจัดทำแนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะนำเสนอให้ทางสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และจังหวัดสงขลา เพื่อใช้ในการพิจารณากำหนดนโยบายและโครงการต่างๆ ในการยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้
2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถช่วยเติมเต็มช่องว่างของฐานความรู้ โดยเป็นการต่อยอดผลที่ได้จากการศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้
3. องค์ความรู้ทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ รวมทั้งประสบการณ์ภาคสนามสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน การบริการวิชาการ รวมทั้งการต่อยอดงานวิจัยทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะต่อคณาจารย์หลักสูตรการจัดการประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

การทบทวนวรรณกรรม

อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

ถึงแม้ว่าแนวทางการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการส่งเสริมจังหวัดโดดเด่นในแต่ละภูมิภาคให้เป็น “ไมซ์ซิตี้” ในระดับต่างๆ โดยเฉพาะภาคใต้ที่มี “ภูเก็ต” เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมจัดการประชุมและนิทรรศการทั้งในระดับชาติและนานาชาติตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา (สสพ., 2560) โดยได้ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของเมือง รวมทั้งธุรกิจต่างๆ ตลอดจนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าทั้งในภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงในพื้นที่ทะเลอันดามันได้รับการพัฒนาและเชื่อมโยง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจังหวัดสงขลาในภาคใต้ฝั่งตะวันออก ซึ่งไม่เพียงแต่มีขนาดเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละ 20 ของขนาดเศรษฐกิจในภาคใต้ โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ในปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ 157,029 ล้านบาทเท่านั้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2561) แต่สงขลายังเป็นจังหวัดที่มีเศรษฐกิจสูงที่สุดในกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ โดยมีสัดส่วนของเศรษฐกิจสูงถึงเกือบร้อยละ 60 ของเศรษฐกิจในกลุ่มจังหวัดดังกล่าว ทั้งนี้จากการที่สงขลาเป็นจังหวัดเดียวในภาคใต้ที่รายได้หลักมาจากภาคอุตสาหกรรม ครอบคลุมกิจกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้อง

ภัยทางพาราและการแปรรูปและถนอมสัตว์น้ำ สงขลาจึงได้รับการส่งเสริมและผลักดันให้เป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทาง “โมซ์ซิตี” อย่างต่อเนื่องทั้งจาก สสพ. หน่วยงานรัฐในระดับท้องถิ่น รวมทั้งผู้ประกอบการเอกชน (สสพ., 2560) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาข้อมูลปริมาณผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในจังหวัดภูเก็ตและสงขลาพบว่ามีจำนวนสูงถึง 708,871 คน (สสพ., 2560) ในขณะที่รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมให้จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นหนึ่งใน 15 เมืองเศรษฐกิจที่มีศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสพ., 2562) แต่การที่จะยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็น “โมซ์ซิตี” เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการค้าและการลงทุน อันจะช่วยให้เศรษฐกิจภาคใต้ตอนล่างเติบโต รวมทั้งสังคมมีความมั่นคงและยั่งยืน จำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเพื่อกำหนดแนวทางในการยกระดับสงขลาสู่โมซ์ซิตีได้อย่างแท้จริง ถึงแม้ว่าจะมีการศึกษาวิจัยศักยภาพพื้นที่ทั้งโดยนักวิชาการและสสพ. มาบ้างแล้วก็ตาม (ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์, พัชราภรณ์ บุญเลื่อง, และอรทัย พงศ์เชี่ยวชาญ, 2560; สสพ., 2560) แต่ถ้าหากสามารถนำเอาข้อมูลโครงสร้างตลาดประชากรนักท่องเที่ยวโมซ์ และขีดความสามารถรองรับเบื้องต้น รวมทั้งข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวโมซ์ ตลอดจน content และ ecosystem มาใช้ร่วมวิเคราะห์กับผลลัพธ์จากการศึกษาที่ผ่านมา การที่จะสนับสนุนสงขลาสู่โมซ์ซิตีได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กลไกโมซ์เป็นเครื่องมือในการช่วยสร้างงานและรายได้ให้แก่ประชาชนชาวสงขลาอย่างยั่งยืน รวมทั้งช่วยสร้างอนาคตใหม่ทางด้านการค้าและการลงทุนไปสู่พื้นที่กลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ ก็ย่อมช่วยให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ สสพ.สามารถนำข้อมูลดังกล่าวนี้ไปใช้ในการวางแผนและผลักดันสงขลาต่อไป

แนวคิดการจัดการขีดความสามารถรองรับเบื้องต้นในอุตสาหกรรมบริการ

Lovelock (1992) กล่าวว่า ขีดความสามารถในการรองรับของธุรกิจบริการ หมายถึง ปริมาณความเป็นไปได้สูงสุดในการใช้เวลาให้บริการของพนักงาน ด้วยการใช้เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างเพื่อสนับสนุนภารกิจนั้น ดังนั้นธุรกิจบริการใดจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ส่วนหนึ่งต้องมาจากการให้บริการมีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและเป็นไปตามศักยภาพสูงสุดของความสามารถในการรองรับ อย่างไรก็ตามผู้บริหารมักจะประสบปัญหาการจัดการขีดความสามารถในการรองรับเสมอ เนื่องจากความไม่แน่นอนของความต้องการของลูกค้า อีกทั้งบริการต่างๆ ที่ไม่สามารถเก็บเอาไว้ได้ (Klassen & Rohleder, 2001) ด้วยเหตุนี้การจัดการขีดความสามารถในการรองรับที่ดีและยั่งยืนจำเป็นต้องวางแผนและบริหารจัดการด้วยความระมัดระวัง ในทางกลับกัน ถ้าหากขาดทักษะและวิธีการจัดการที่ดีแล้ว ผลที่ตามมาจะกระทบต่อเป้าหมายของกิจการ (Gu, 2003; Kotler et al., 2006)

เมื่อใดก็ตามความต้องการของลูกค้ามีมากกว่าขีดความสามารถในการรองรับ นั้นย่อมหมายถึงการที่องค์กรไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรมาตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในเวลาที่กำหนดไว้ได้ โดยเมื่อธุรกิจดำเนินกิจการถึงจุดที่ไม่สามารถให้บริการครอบคลุมลูกค้าได้ทั้งหมดแล้วจะส่งผลกระทบต่อยอดขายและรายได้ทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวถ้าหากประสิทธิภาพในการให้บริการยังมีปัญหา ทั้งนี้ในด้านการปฏิบัติการเพื่อลดผลกระทบจากการขาดประสิทธิภาพการให้บริการที่มีคุณภาพดังที่ได้กล่าวมา การแก้ปัญหา มักจะใช้วิธีการเพิ่มผลผลิตสูงสุดโดยการว่าจ้างบุคคลภายนอกมาช่วยเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด (Kotler et al., 2006) ดังการศึกษาของ Gu (2003)

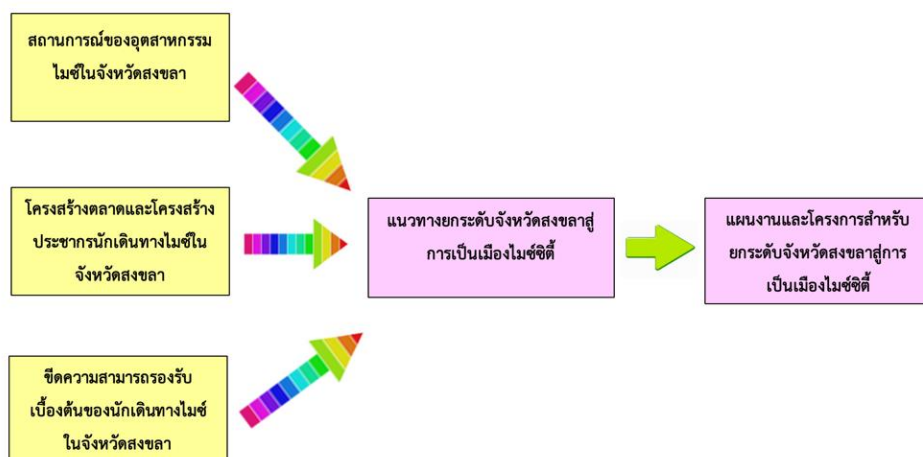
พบว่า คุณภาพของสินค้าและบริการมักจะประสบปัญหาเมื่อกิจการต้องการเพิ่มจำนวนผลผลิตในระยะเวลาอันสั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มีสัดส่วนที่เกินกว่าองค์การจะรองรับได้ ยกตัวอย่างเช่น โรงแรมที่มีขีดความสามารถในการรองรับลูกค้าได้ครั้งละ 100 ห้อง ก็จะไม่สามารถก่อสร้างหรือขยายพื้นที่บางส่วนออกไปในเวลาที่ยากัดเพื่อเพิ่มพื้นที่สัดส่วนจำนวนห้องพักเพื่อรองรับความต้องการลูกค้าที่มีสูงได้ ในทางกลับกันเมื่อขีดความสามารถในการรองรับมีมากกว่าความต้องการของลูกค้า ผลผลิตก็จะล้นและเกินความจำเป็น (Over capacity) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของกิจการและกระทบต่อกำไร ดังนั้นองค์การจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนในการเพิ่มยอดความต้องการลูกค้าเมื่อธุรกิจมีสินค้าและบริการที่คาดว่าจะไม่สามารถจำหน่ายได้ทั้งหมด พร้อมทั้งการว่าจ้างแรงงานหรือจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทดแทน รวมทั้งการกระจายขีดความสามารถในการรองรับไปยังกิจการอื่นๆ เพื่อให้สมดุลทั้งจำนวนบริการที่จะส่งมอบได้ และปริมาณความต้องการของลูกค้า (Kotler et al., 2006)

ความสำคัญของ Supply Side ในการทำตลาดไมซ์

ด้วยองค์ประกอบโครงสร้างของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยครอบคลุมธุรกิจการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานแสดงสินค้าและงานอีเวนต์ โดยมีทั้งนักเดินทางไมซ์ชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่าคล้ายคลึงกับอุตสาหกรรมบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามความแตกต่างบางประการที่พบได้เฉพาะในธุรกิจไมซ์ได้แก่ สถานที่จัดงานประเภท Meeting room, Exhibition hall, และ Special event venue รวมทั้งผู้จัดงานประเภทต่างๆ เช่น ผู้รับจัดการประชุม (Professional Convention Organizer : PCO's) ตลอดจนผู้รับจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า (Professional Exhibition Organizer : PEO's) จึงทำให้การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการมีลักษณะเฉพาะเจาะจง ทั้งนี้จากการศึกษาของ Borghans, Romans & Sauermann (2010) พบว่า ถึงแม้ว่าผู้เข้าร่วมงานประชุมวิชาชีพทางด้านวิทยาศาสตร์จะพิจารณามิติของที่ตั้งของสถานที่จัดงานเป็นลำดับรองเมื่อต้องพิจารณาการเดินทางไปร่วมงานประชุม แต่จากการศึกษาดังกล่าวได้ค้นพบว่า สถานที่ตั้งของงานการจัดประชุมมีบทบาทสำคัญมากที่สุดที่จะส่งผลให้การจัดงานประสบผลสำเร็จ หลังจากนั้นในปีต่อมา Terzi et al. (2013) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเกณฑ์การพิจารณาเลือกที่ตั้งของสถานที่จัดงานประชุมและพบว่า ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานประชุมมักจะทำให้ความสำคัญต่อโครงสร้างพื้นฐานของสถานที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก ในขณะที่เดียวกันยังพบว่า ผู้เข้าร่วมงานประชุมมักจะทำให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมือง สภาพภูมิอากาศการให้บริการ รวมทั้งความปลอดภัย

เมื่อพิจารณาการประชุมองค์กร (Meetings) ไม่เพียงแต่ผู้บริหารของบริษัทหรือหน่วยงานที่จะทำหน้าที่ตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงาน แต่คำแนะนำจากนักวางแผนการจัดประชุม (Meeting planner) และผู้จัดงานประชุม (Conference organiser) จะมีบทบาทเป็นอย่างมากเช่นกันที่เจ้าของงานประชุมจะใช้ในการคัดสรรสถานที่จัดงานที่เหมาะสม ทั้งนี้จากการศึกษาของ Pike & Page (2014) ได้ยืนยันเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงาน ประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมที่มีความน่าหลงใหลและดึงดูด โอกาสของธุรกิจที่สามารถใช้ประโยชน์จากการจัดประชุมในพื้นที่นั้นในการต่อยอดเพื่อพัฒนาการค้าและการลงทุน ประสบการณ์ทางบวกของนักเดินทางไมซ์ ภาพลักษณ์ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของเมือง ตลอดจนความสะดวกในการเข้าถึง

จากการทบทวนเอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยการเน้นน้ำหนักเอกสารทางวิชาการในต่างประเทศเป็นหลัก ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจัย หนังสือ และตำราในประเทศไทยที่สามารถใช้เป็นฐานในการอ้างอิงหลักการด้านการยกระดับเมืองสู่การเป็นโมซ์ซิตียังมีจำกัด ถึงแม้งานวิชาการในต่างประเทศได้มีการศึกษาในประเด็น MICE destination management มาอย่างต่อเนื่องแต่บริบท (Context) ในแต่ละจุดหมายปลายทางยังมีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยได้นำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัย (Research framework) ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากโครงการดังกล่าวนี้ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling approach) สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 41 ราย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ (1) กลุ่มผู้ให้บริการ (Supply Side) ได้แก่ หน่วยงาน เจ้าของหรือผู้จัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมโมซ์ในจังหวัดสงขลา จำนวน 19 ราย ประกอบด้วย สถานที่จัดงาน แหล่งท่องเที่ยว โรงแรม บริษัทขนส่ง ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก สิ่งพิมพ์ การโฆษณา รวมทั้งผู้ให้บริการจัดกิจกรรม (Event suppliers) และ (2) กลุ่มผู้ให้บริการ (Demand Side) ประกอบด้วยผู้ประกอบการ ผู้จัดการ หรือผู้ที่มีบทบาทในการประมูลหรือไปขอรับเป็นเจ้าภาพจัดงานโมซ์ (Bidding) จำนวน 22 ราย โดยมีความเกี่ยวข้องกับการจัดบริการการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company : DMCs) การบริหารจัดการประชุม (Professional Convention Organizer : PCO's) การรับจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า (Professional Exhibition Organizer : PEO's)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interviews) สำหรับกลุ่มผู้ให้บริการ (Supply Side) และกลุ่มผู้ให้บริการ (Demand Side) โดยข้อคำถามครอบคลุมคำถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended questions)

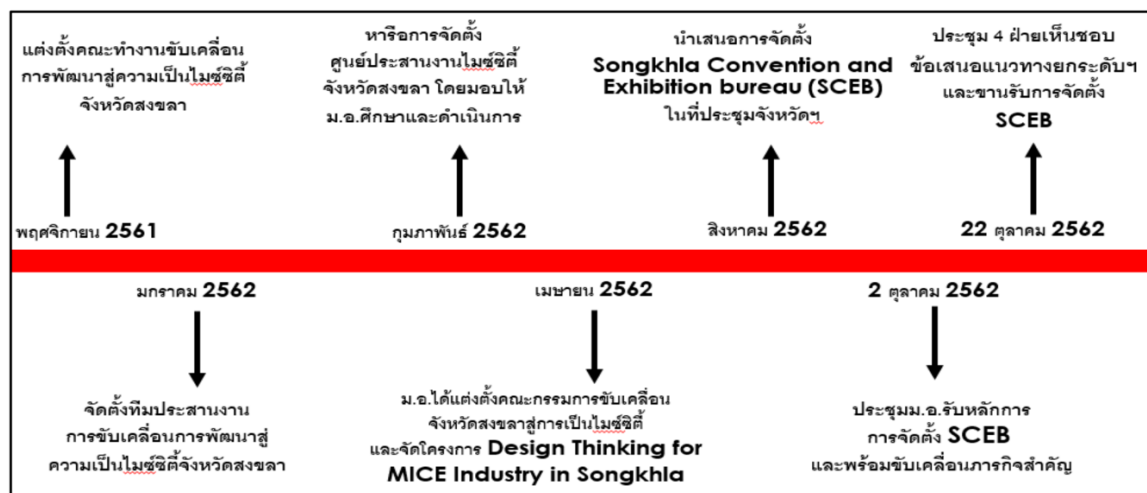
การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Product and Service Solutions (SPSS, Version 20.0)) ในการหาค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต จากนั้นนำเสนอในรูปตารางประกอบการอธิบาย ส่วนข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ In-depth interview ในข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions) ใช้ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis: CA) ส่วนข้อมูลที่ได้จากเอกสาร นำมาเรียบเรียงจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปผลในรูปการอธิบาย เสริมส่วนของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

สถานการณ์ของจังหวัดสงขลาสู่การเป็นโมซ์ซิตี

รัฐบาลได้บรรจุให้อุตสาหกรรมโมซ์เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) และยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณปี พ.ศ. 2562 รวมถึงแผนการดำเนินงานของสสพ. และแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา แต่ทั้งนี้กลไกทางด้านธุรกิจโมซ์จะสามารถขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมต่อไปได้นั้น ไม่เพียงแต่การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานกลางของภาครัฐ (สสพ.) อย่างต่อเนื่องเพียงเท่านั้น หากแต่กระบวนการผลักดันธุรกิจโมซ์ในระดับเมืองที่มีความจริงจังและเข้าใจระบบนิเวศของพื้นที่ที่มีความจำเป็นไม่น้อยไปกว่าแรงผลักดันจากหน่วยงานระดับประเทศ ดังจะเห็นได้จากพัฒนาการความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมระหว่างหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และเครือข่ายภาคเอกชน ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนจากสสพ. ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 พัฒนาการด้านการขับเคลื่อนโมซ์ซิตีจังหวัดสงขลา

โครงสร้างตลาดและโครงสร้างประชากรนักท่องเที่ยวโมซ์ในปัจจุบันของจังหวัดสงขลา

จากการคาดการณ์ของ World Travel and Tourism Council (2009) ซึ่งได้ระบุไว้ว่าอุตสาหกรรมโมซ์ทั่วโลกในระยะปี 2009 – 2019 จะเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณ 3.6% ต่อปี โดยจากตัวเลขการคาดการณ์ในภาพรวมของโลก เมื่อพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวโมซ์

ชาวไทยในจังหวัดสงขลาจะเห็นได้ว่าสัดส่วนเฉลี่ยของทั้งสามปี (พ.ศ. 2559 – 2560) มีจำนวนทั้งสิ้น 549,920 คน ถึงแม้ว่าในภาพรวมสัดส่วนของนักเดินทางไมซ์ในปี 2560 จะลดลงจากปี 2559 จำนวน 7,364 คน แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมในปี 2561 ที่มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 559,906 ราย นับว่ามีปริมาณเพิ่มมากขึ้นกว่าทั้งสองปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายกลุ่มตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางจะเห็นได้ว่าสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2559 จำนวน 164,520 ราย ในขณะที่ปี 2561 มีสัดส่วนเท่ากับ 182,400 ราย เพิ่มขึ้น 17,880 คน ในขณะที่จำนวนผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาชีพ ซึ่งถึงแม้จำนวนผู้เข้าร่วมกลุ่มนี้ในปี 2560 จะลดลงจากปี 2559 ที่สัดส่วน 122,590 และ 131,465 ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาปี 2561 ซึ่งมีจำนวน 134,953 ราย แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าจำนวนผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาชีพมียอดสูงกว่าทั้งสองปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ค้นพบว่าปริมาณของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งมีสัดส่วนน้อยที่สุดเมื่อเทียบรายประเภทการเดินทาง ได้มีจำนวนทยอยลดลงทุกปีตามลำดับ โดยเฉพาะปี 2561 มีจำนวนเพียงแค่ 246 รายเท่านั้น ทั้งนี้ในส่วนของการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยจะเห็นได้ว่า รายจ่ายรวมของนักเดินทางกลุ่มดังกล่าวในปี 2561 สูงกว่าปี 2559 และ ปี 2560 ที่จำนวน 1,017,399,700 บาท ทั้งนี้ถึงแม้ว่ายอดรายจ่ายของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลาจะตกลงอย่างต่อเนื่องตลอดทั้ง 3 ปีก็ตาม 1,795,500 บาท 1,193,200 บาท และ 467,400 บาท ตามลำดับ แต่จะเห็นได้ว่ารายจ่ายของผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาชีพมีจำนวนสูงกว่าทั้ง 2 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2561 มีรายจ่ายจากผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มนี้สูงถึง 337,382,500 บาท

ในขณะที่สัดส่วนของนักเดินทางไมซ์ต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความแตกต่างกับปริมาณของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยอย่างเห็นได้ชัด จะเห็นได้ว่าภาพรวมยอดจำนวนนักเดินทางกลุ่มนี้มีแนวโน้มลดลงทุกปี โดยในปีล่าสุด 2561 มียอดรวมทั้งหมด 46,419 ราย ในขณะที่ปี 2559 – 2560 สัดส่วนอยู่ที่จำนวน 76,055 ราย และ 62,234 ราย ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณารายกลุ่มของนักเดินทางไมซ์ได้ปรากฏข้อมูลที่น่าสนใจกล่าวคือ ถึงแม้ปริมาณผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าชาวต่างชาติในปี 2560 จะลดลงเล็กน้อยจากปี 2559 จำนวน 784 ราย และ 751 ราย ตามลำดับ แต่ในปี 2561 ยอด นักเดินทางไมซ์ประเภทดังกล่าวกลับมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ซึ่งมีทั้งสิ้น 1,000 ราย ไม่เพียงแค่นั้นปริมาณของผู้เข้าร่วมประชุมองค์กรธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตด้วยเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากยอดผู้เดินทางเข้าร่วมประชุมในปี 2560 จำนวน 1,358 ราย นับว่าเพิ่มสูงขึ้นกว่าในปี 2559 ซึ่งมีจำนวนเพียงแค่ 924 ราย สอดคล้องกับภาพรวมรายจ่ายของนักเดินทางกลุ่มดังกล่าว ซึ่งได้ลดลงอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน โดยในปี 2561 มีรายจ่ายแค่เพียง 142,107,800 ล้านบาท ซึ่งแตกต่างจากปี 2559 ถึงจำนวน 89,594,400 บาท โดยเมื่อพิจารณารายประเภทจะเห็นได้ว่า ถึงแม้รายจ่ายของนักเดินทางต่างชาติเพื่อเป็นรางวัล และอีเวนต์ในปี 2561 จะค่อยๆ ลดระดับลงต่อเนื่องทุกปี คือ 2,470,000 บาท และ 128,100,000 บาท อีกทั้งรายจ่ายของนักเดินทางการจัดประชุม การประชุมองค์กร จะมีแนวโน้มลดน้อยลงตามไปด้วยเช่นกัน แต่เมื่อพิจารณารายจ่ายของนักเดินทางที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้ากลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น คือปี 2560 เท่ากับ 3,004,000 บาท และปี 2561 เท่ากับ 4,000,000 บาท

ขีดความสามารถรองรับเบื้องต้นของนักเดินทางไมซ์ในจังหวัดสงขลา

จากผลการประเมินจังหวัดสงขลาเพื่อเป็นไมซ์ซิตี้ในโครงการศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (City profile) ในปี 2560 โดยสสปน. พบว่า ระดับคะแนนในด้านที่

พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในด้าน Convention city และ Exhibition city ยังคงต่ำกว่าเกณฑ์ที่ระดับ 3.17 (ระดับเกณฑ์ 3.33) เมื่อพิจารณาในด้านตัวแปรย่อยจะเห็นได้ว่า ความสามารถของที่พัก ในการรองรับผู้เข้าร่วมงาน และสภาพทั่วไปของโรงแรมที่พัก ควรจะต้องมีการพัฒนาต่อไป นอกจากนี้ในด้านของสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก ถึงแม้ว่าระดับคะแนนโดยรวมของตัวแปรย่อยจะเท่ากับเกณฑ์ที่กำหนดเอาไว้ แต่เมื่อพิจารณาสถานการณ์ปัจจุบันของสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดสงขลา พบว่าจากข้อมูลเดือนพฤศจิกายน ปี 2562 สงขลามีสถานที่พักที่ได้ขึ้นทะเบียนในประเภทโรงแรมและมีการให้บริการห้องพักจำนวนมากกว่า 50 ห้องพักขึ้นไป มีปริมาณทั้งสิ้น 208 แห่ง โดยมีจำนวนห้องพักรวมทั้งหมด 17,010 ห้อง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาระดับดาวของโรงแรมดังกล่าวทั้งหมดจากเว็บไซต์ Booking.com และ Agoda.com ปรากฏว่า มีโรงแรมระดับ 1 ดาว จำนวน 2 แห่ง ระดับ 2 ดาว จำนวน 74 แห่ง และระดับ 3 ดาว จำนวน 107 แห่ง รวมทั้งระดับ 4 ดาว 25 แห่ง โดยยังไม่พบโรงแรมระดับ 5 ดาว ในจังหวัดสงขลา นอกจากนี้ในด้านของสถานที่จัดงานไม่ซีในจังหวัดสงขลา พบว่ามีสถานที่จัดงานประเภท Meeting room, Exhibition venue, และ Special event venue ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน Thailand MICE Venue Standard และ ASEAN MICE Venue Standard จำนวน 7 สถานประกอบการ ซึ่งเป็นจังหวัดอันดับที่สองของภาคใต้ที่มีจำนวนของสถานที่จัดงานที่ผ่านการรับรองโดยสสปน. (อันดับที่ 1 คือจังหวัดภูเก็ต) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาขีดความสามารถรองรับ พบว่า สงขลามีห้องประชุมรองรับนักเดินทางไม่ช้มากกว่า 500 คนขึ้นไปจำนวน 17 แห่ง ด้วยจังหวัดสงขลาเป็นที่ตั้งของสถานที่จัดงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ที่สุดของภูมิภาคที่มีมาตรฐานสากล ตลอดจนยังเป็นเมืองที่มีโรงแรมอาลาที่ให้บริการห้องประชุมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเนื้อหาหลัก (Key content) ในการจัดงานไม่ซีในจังหวัดสงขลาจึงมีลักษณะเป็นงานนิทรรศการ (Exhibition) เป็นหลัก รวมทั้งสงขลายังเป็นจุดหมายปลายทางจัดงานแสดงสินค้าทางด้านอาลาที่ใหญ่ที่สุดในระดับภูมิภาคที่มีองค์ประกอบของ Trade show ภายในงาน

แนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไม่ซีซีดี

สำหรับแนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไม่ซีซีดีประกอบด้วย 72 โครงการ ภายใต้ 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดำเนินการปี 2564 – 2567 โดยขอรับการสนับสนุนงบประมาณ 678,254,000 บาท ดำเนินการทั้งสิ้น 72 โครงการ โดยในแต่ละปีมีตัวชี้วัดชัดเจน โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบแต่ละโครงการ ดังต่อไปนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1: ผลักดันจังหวัดสงขลาให้เป็นจุดหมายปลายทางไม่ซีซีดี ประกอบด้วย 1 กลยุทธ์ คือผลักดันจังหวัดสงขลาให้เป็นจุดหมายปลายทางไม่ซีซีดี ยุทธศาสตร์ที่ 2: ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการตลาดไม่ซีแบบเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวไม่ซีในประเทศและต่างประเทศ ครอบคลุม 2 กลยุทธ์ ได้แก่ ส่งเสริมการตลาดไม่ซีแบบเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวไม่ซีในประเทศและต่างประเทศ และการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการส่งเสริมสงขลาเป็นศูนย์กลางจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยกระดับการจัดงานเด่นในจังหวัดสงขลาสู่การเป็น Flagship ชี้นำพร้อมสนับสนุนการจัดงานไม่ซีอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์คือ การสร้างโอกาส และยกระดับการจัดงานเด่นในจังหวัดสงขลาสู่การเป็น Flagship ชี้นำ และการส่งเสริมการจัดงานไม่ซีอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 4: ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ซีของจังหวัดสงขลาด้วยองค์ความรู้และมาตรฐาน รวมทั้งพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ โดยมี 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กระจายองค์ความรู้ด้านไม่ซีแก่บุคลากรในระบบนิเวศของอุตสาหกรรมไม่ซีให้ได้มาตรฐานสากล และส่งเสริมให้สถานประกอบการผ่าน

การรับรองมาตรฐาน และยุทธศาสตร์ที่ 5: การสร้างขีดความสามารถในด้านการจัดงาน เพิ่มรายได้ และเพิ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ในจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 1 กลยุทธ์ คือ การสร้างขีดความสามารถในด้านการจัดงาน เพิ่มรายได้ และเพิ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ในจังหวัดสงขลา ทั้งนี้ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้สามารถเสนอให้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และจังหวัดสงขลาใช้ในการพิจารณากำหนดนโยบายและโครงการต่างๆ ในการจัดการและส่งเสริมจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ต่อไป

สรุปและอภิปรายผล

สถานการณ์ของจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้

หนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญของ สสปน. คือการส่งเสริมตลาดในประเทศด้วยการผลักดันให้เกิดการจัดงานไมซ์ในจังหวัดที่มีศักยภาพในต่างภูมิภาค อันเป็นการกระจายงานออกนอกพื้นที่กรุงเทพฯ เพื่อช่วยให้เกิดการสะพัดของเงินทุนและโอกาสด้านอาชีพ โดยจะเห็นได้จากที่ได้มีการผลักดันการจัดงานแสดงสินค้าในจังหวัดสงขลาด้วยการสนับสนุนในด้านงบประมาณ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายผู้จัดงานแสดงสินค้าทั้งในพื้นที่และใกล้เคียง โดยประเด็นดังกล่าวนี้มีลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ Meeting and Exhibition Hong kong (2014) ที่พบว่าการได้รับการสนับสนุนด้านการบริการและงบประมาณจากรัฐบาลช่วยทำให้อ่องกงประสบความสำเร็จในการจัดงานไมซ์ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะได้มีการผลักดันสงขลาอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ แต่กระบวนการยกระดับเมืองให้สามารถเรียกร่องให้เกิดการจัดงานไมซ์นานาชาติขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่องและสามารถแข่งขันในตลาดไมซ์ระดับประเทศและนานาชาติ โดยจากกระบวนการวิจัยในครั้งนี้ได้มีส่วนช่วยให้เกิดความร่วมมือทั้งในส่วนของจังหวัดสงขลา สถาบันการศึกษา ประชาชนในพื้นที่ และที่สำคัญคือองค์กรเอกชนและสมาคมธุรกิจซึ่งมีบทบาทในภาคการผลิตและบริการในการจัดงานไมซ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ Soteriades, Tyrogala, & Varvaessos (2009) โดยได้ระบุว่าเมื่อใดก็ตามตลาดในภาคธุรกิจบริการมีความเข้มแข็งจนนำไปสู่การสร้างแรงจูงใจและผลตอบแทน เมื่อนั้นก็จะเกิดการสร้างแรงดึงดูดให้ภาคธุรกิจเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ผ่านกระบวนการเครือข่ายพันธมิตร ดังนั้นเมื่อจุดหมายปลายทางที่ต้องการสร้างแรงเหวี่ยงทางด้านธุรกิจไมซ์ (MICE momentum) การจัดตั้งทีมคณะทำงานอาจไม่สามารถดึงให้องค์กรเอกชนมาร่วมขับเคลื่อนได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการจัดตั้งหน่วยงานหลักที่มีบทบาทในการจัดงานและยกระดับงานไมซ์ รวมทั้งกระจายผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจไปสู่ภาคธุรกิจและเอกชน

ขีดความสามารถรองรับเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวไมซ์ในจังหวัดสงขลา

ถึงแม้ว่าไม่พบโรงแรมระดับ 5 ดาวในจังหวัดสงขลา แต่เมื่อพิจารณาขีดความสามารถรองรับเบื้องต้นในการจัดงานไมซ์พบว่า สงขลา มีห้องประชุมรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์มากกว่า 500 คนขึ้นไปจำนวน 17 แห่ง โดยเป็นห้องประชุมที่อยู่ในโรงแรมจำนวน 15 แห่ง ส่วนที่เหลือ 1 แห่งแรกเป็นศูนย์ประชุมนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ และอีกแห่งเป็นห้องประชุมขนาดใหญ่ที่สุดที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าในภาคใต้ด้วยเช่นกัน ไม่เพียงแค่นั้นสถานที่จัดงานไมซ์ในจังหวัดสงขลา ครอบคลุมประเภท Meeting room, Exhibition venue, และ Special event venue ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน Thailand MICE Venue Standard และ ASEAN MICE Venue Standard รวมทั้งมาตรฐานด้านการจัดการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือ มอก.

22300 MICE Security Management System (MSMS) และมาตรฐานระบบการบริหารการจัดงาน อย่างยั่งยืน (ISO 20121 Event Sustainability Management System) จำนวน 7 สถานประกอบการ สูงที่สุดซึ่งเป็นอันดับที่สองของภาคใต้ (อันดับที่ 1 คือจังหวัดภูเก็ต) โดยเมื่อพิจารณาจากข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้จะเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมในจังหวัดสงขลามีราคาไม่แพงและประวัติการจัดงานไมซ์แทบทั้งหมดยังเป็นระดับท้องถิ่น อีกทั้งด้วยสงขลาเป็นศูนย์กลางของหน่วยงานราชการ ดังนั้นลูกค้าหลักจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ดังที่ McCartbey (2008) ระบุว่าถ้าหากหน่วยงานภาครัฐเป็นเจ้าของการประชุม ประเด็นทางด้านความสามารถในการจัดงานให้ตอบสนองจุดมุ่งหมายที่คาดหวังของหน่วยงานจะมีความสำคัญมากกว่าความน่าสนใจของสถานที่จัดงาน นอกจากนี้การจัดงานของหน่วยงานภาครัฐก็มักจะลดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพบปะสังสรรค์ (Social program) ตลอดจนประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับการตกแต่งสถานที่ให้เกิดความสวยงาม อย่างไรก็ตามเป้าหมายของการเป็น 'เมืองไมซ์ซีดี' คือการเป็นจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์นานาชาติ ดังนั้นรูปแบบการจัดงานจึงมีความแตกต่างจากการจัดงานในท้องถิ่นราชการ ซึ่ง Bob Navak (2019) ได้อธิบายไว้ในรายงานเรื่อง How to create a truly unique destination experience, The latest DMC trends ระบุว่าสิ่งสำคัญในการจัดงานไมซ์ระดับโลกคือ เน้นการสร้างประสบการณ์ในสถานที่แปลกใหม่ รวมทั้งต้องไปรโมทกิจกรรมทางสังคมเช่น การถ่ายรูป และการเล่นเกม เป็นต้น จะเห็นได้ว่าไมซ์สงขลาจำเป็นจะต้องปรับรูปแบบการตลาดแบบเดิม (Traditional marketing) กล่าวคือแยกส่วนกันทำ ไปสู่การโฆษณาเมืองด้วยการนำเอาองค์ประกอบที่ถูกแยกเป็นส่วนๆ เช่น สถานที่จัดงานและที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง และภาพลักษณ์ ให้กลายเป็นข้อมูลชุดเดียวกันเพื่อใช้สื่อสารด้านความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์

ข้อเสนอแนะ

1. ด้วยจังหวัดสงขลาไม่มีโรงแรม 5 ดาว ซึ่งส่งผลต่อการจัดงานประเภท Conference ขนาดใหญ่ระดับโลกเข้ามาในพื้นที่ แต่ทั้งนี้จังหวัดสงขลามีโรงแรมขนาดใหญ่ติดชายหาดสมิหลา โดยมีหน่วยงานภาครัฐเป็นเจ้าของกิจการ ดังนั้นเพื่อให้ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมโรงแรมทั้งหมดในจังหวัดเกิดการยกระดับ สงขลาควรสนับสนุนให้กิจการโรงแรมดังกล่าวให้มีการสัมปทานแก่ภาคเอกชนที่เป็นแบรนด์โรงแรมชั้นนำในการบริหารจัดการ โดยวิธีการดังกล่าวนี้จะเสมือนมาตรการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาธุรกิจโรงแรมในจังหวัดสงขลาในภาพรวมให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานเพิ่มขึ้น

1. ด้วยการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีบทบาทสำคัญต่อการดึง (Capture) นักเดินทางไมซ์เข้าสู่เมือง ซึ่งล้วนเป็นผู้บริหารองค์กร นายกสมาคม และเจ้าของกิจการ โดยจะมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและแผนงานที่สำคัญทั้งในระดับจังหวัด เพื่อต่อยอดงานวิจัยในด้านการยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซีดี ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาศักยภาพของบุคลากรในระดับปฏิบัติการที่อยู่ในระบบนิเวศทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ อันจะช่วยให้เห็นถึงมุมมองความต้องการของแรงงานในด้านคุณภาพการให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐกานต์ รัตนพันธ์, พัทธราภรณ์ บุญเลี้ยง, และอรรถย์ พงศ์เชี่ยวบุญ. (2560). สงขลาเมืองแห่งไมซ์เพื่อรองรับกลุ่มการท่องเที่ยว IMT-GT. *วารสารบริหารธุรกิจและการประชุมมหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 1(1). 66-78.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2560ก). *โครงการศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile) จังหวัดสงขลา*. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2560ข). *Thailand MICE City Profiles: Songkhla*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2560ค). *โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการในประเทศไทย ของนักเดินทางชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวร ในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณปี 2560*. (ออนไลน์).
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2560ง). *โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการในประเทศไทย ของนักเดินทางชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณปี 2560*.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *รายงานประจำปี 2560 ขับเคลื่อนแผนฯ สู่เป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี*. บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2562ก). *แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565)*.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2562ข). *มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) ฉบับปรับปรุง ปี 2562 (Thailand MICE Venue Standard: TMVS 3rd Edition)*.
- ยุรพร ศุภรัตน์ และคณะ. (2559). *การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- Borghans, L., Romans, M. & Sauermann, J. (2010). "What makes a good conference? Analysing the preferences of labour economists" *Labour Economics*, 17(5), 868-874.
- Klassen, K. & Rohleder, T. (2001). "Combining operations and marketing to manage capacity and demand in services" *The Service Industries Journal*, 21(2), 1-30.
- Kotler, P., Bowen, T. J. & Makens, C. J. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*, 4th ed., Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Lovelock, H. C. (1992). "Seeking synergy in service operations: seven things marketers need to know about service operations", *European Management Journal*, 10(1), 22-31.

- McCartney, G. (2008). "The CAT (Casino Tourism) and the MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions): Key Development Considerations for the Convention and Exhibition Industry in Macao" *Journal of Convention & Event Tourism*, 9(4), 293-308.
- Navak, B. (2019). "How to create a truly unique destination experience, The latest DMC trends". AIM Group International. Prague, Austria.
- Pike, S. & Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organisations and Destination Marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202-227.
- Soteriades, M., Tyrogala, E., & Varvaessos, S. (2009). "Contribution of Networking and Clustering in Rural Tourism Business" *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. 4(4). 35-56.
- Teerakunpisut, S. (2018). *An Examination of the Influence of Islam on Hospitality and Customer Service Standards in the MICE Industry in Southern Thailand*. PhD thesis, Western Sydney University.
- Terzi, M.C., Sakas, D.P. & Seimenis, I. (2013). International Events: the impact of the conference location. *Procedia – Social and Behavioral Science*, 73, 363-372.

ห้องนำเสนอ 6

รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารรัฐกิจ

อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา

The Influence of Creative Leadership and Innovative Climate to Innovative Work Behavior in Subdistrict Administration Organizations in Songkhla Province

กวิทิพย์ ภูนิล

Kavintip Punil¹

คณน ไตรจันทร์

Kanon Trichandhara²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา จำนวน 360 ราย ใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง .91-.96 สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นตัวทำนายที่มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายสูงที่สุดได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $< .001$ (Beta= .270) รองลงมาบรรยากาศนวัตกรรม (Beta= .229) โดยตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนในพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลาร้อยละ 19.7

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ บรรยากาศนวัตกรรม พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

Abstract

The purpose of this research was to analyze creative leadership and innovative climate factors affecting innovative work behavior of employees in subdistrict administration organizations in Songkhla province. The sample group consisted of 360 municipality officers in subdistrict administration organizations in Songkhla province. The tool used for collecting data was 5 point rating scale questionnaires. The reliability of the questionnaire ranged from .91-.96. The statistics used were mean, standard deviation, correlation coefficient, and multiple regression. Creative Leadership, the highest predictive coefficient was statistically significant at $< .001$ (Beta = .270), followed by Innovative Climate (Beta = .229). Both variables could explain the variance of Innovative Work Behavior by 19.7%.

Keywords: Creative leadership, Innovative Climate, Innovative Work Behavior

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kavintip23@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: charlee.t@psu.ac.th

บทนำ

พฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovative Work Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายในเรื่องของการคิดริเริ่มสิ่งใหม่ และการแนะนำความคิดใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการผลิตสินค้า บริการ และกระบวนการทำงานใหม่อย่างมีเป้าหมาย De Jong and Den Hartog (2008) จึงจัดทำการศึกษาปรับปรุงพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovative Work Behavior) เป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้ (1)การสำรวจโอกาส (Opportunity Exploration) (2)การสร้างความคิด (Idea Generation) (3)การทำให้ความคิดถูกยอมรับ (Championing) และ(4)การนำไปประยุกต์ใช้ (Application) โดยผู้วิจัยสนใจศึกษาตัวแปรที่จะส่งผลไปยังพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และ บรรยากาศนวัตกรรม ปัจจัยแรก คือ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ เป็นการชี้แนะผู้อื่น ผู้นำสร้างสรรค์ต้องเป็นผู้มีความรู้ (Knowledge) และความสามารถทางเขาวัวปัญญา (Intellectual Abilities) มีความยืดหยุ่นกับการทำงานตามแต่ละสถานการณ์เสมอ ผู้วิจัยสังเคราะห์จากงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน เห็นว่าภาวะผู้นำสร้างสรรค์จะต้องมีคุณลักษณะ 3 ประการ (Bennis 2002: 39; Couto and Eken 2002 : 32; Sousa, 2003: 56 อ้างถึงใน ญัฐยา สุนทรการผล, 2554), กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์ (2555), Casse and Claudel (2007), Delia Bosiock (2013) ดังนี้ (1)จินตนาการ (Imagination) (2)ความยืดหยุ่น (Flexibility) และ (3)วิสัยทัศน์ (Vision) สอดคล้องงานวิจัยของ Koen Nijenhuis (2015) พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ส่วนปัจจัยตัวต่อมา คือ บรรยากาศนวัตกรรม โดย Bharadwaj and Menon (2002) ได้ให้ความหมายว่า การได้รับการสนับสนุนจากองค์กร โดยบรรยากาศนวัตกรรมถือได้ว่าเป็นนโยบาย วิธีการ โดยอาศัย ทรัพยากร เครื่องมือต่างๆ ที่ส่งเสริมให้ตัวบุคคลมีความรู้ มีความสามารถในการพัฒนาองค์กร มีความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆให้แก่องค์กร จากการศึกษาของ De Jong and Den Hartog (2005) และ รวมถึง Yeoh, Sethela and Rosli (2013) พบผลวิจัยที่แสดงว่าบรรยากาศนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตามที่คุณวิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจากนักวิชาการทั้งต่างประเทศและในประเทศไทย ได้พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่มักเป็นภาคเอกชน จึงสนใจศึกษากับองค์การภาครัฐโดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีความสำคัญที่ช่วยในการจัดบริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยในส่วนขององค์การบริหารส่วนตำบล มีอำนาจทั่วไปในการกำกับดูแลและจัดทำบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น แต่มีการให้บริการประชาชนที่ล่าช้า มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำงานไม่มากนัก และในปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่ยุค 4.0 เทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น บุคคลควรจะมีรู้ความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ย่อมทำให้เกิดประโยชน์ และความสะดวกรวดเร็วในการบริการประชาชน รวมทั้งยังสามารถช่วยยกระดับมาตรฐานของสังคมได้ จากสาเหตุดังกล่าวนี้ทำให้ผู้วิจัยสนใจจะนำพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม และปัจจัยที่มีผลดังกล่าวมาทำการศึกษา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และบรรยากาศนวัตกรรม กับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้สามารถประเมินประสิทธิผลและประสิทธิภาพของปัจจัยภายในองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานว่าปัจจัยเหล่านั้นสามารถส่งเสริมให้พนักงาน มีพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ดีขึ้นและทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovative Work Behavior)

เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายในเรื่องของการคิดริเริ่มสิ่งใหม่ และการนำความคิดใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการผลิตสินค้า บริการ และกระบวนการทำงานใหม่อย่างมีเป้าหมาย ซึ่งการจัดการนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถทำให้ประสบความสำเร็จได้ โดยDe Jong and Den Hartog (2008) วัตถุประสงค์นวัตกรรมที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ ดังนี้ (1) การสำรวจโอกาส (Opportunity Exploration) เป็นการมองหาโอกาสจากปัญหาที่เกิดขึ้นซึ่งสมควรได้รับการแก้ไขปัญหา (2) การสร้างความคิด (Idea Generation) คือ การเกิดความคิดที่ผสมกันระหว่างแนวความคิดใหม่ และแนวความคิดที่มีอยู่เดิมของการแก้ปัญหา หรือปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างสร้างสรรค์ (3) การทำให้ความคิดถูกยอมรับ (Championing) เมื่อความคิดเกิดขึ้นแล้ว ผู้นำย่อมอยากให้ผู้อื่นยอมรับความคิดของตน อาจมีการไม่ยอมรับในบางความคิดบ้าง เพราะคนกลัว และไม่กล้าเปลี่ยนแปลง ผู้ใช้นวัตกรรมควรมีการสร้างเป็นหนึ่งเดียวกันเพื่อให้มีการยอมรับความคิดนั้น และผู้ที่สร้างสรรค์ความคิดใหม่ขึ้นมาต้องรับผิดชอบต่อความคิดของตน และ (4) การนำไปประยุกต์ใช้ (Application) แนวคิดที่ต้องได้รับการสนับสนุนโดยการพัฒนาและปรับปรุงแนวคิดนั้นให้ดีขึ้น และนำไปใช้ประยุกต์ปฏิบัติอย่างเป็นผล

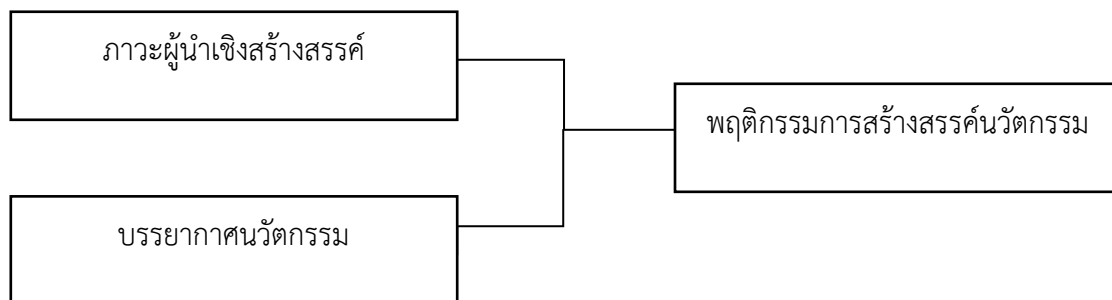
แนวคิดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (Creative Leadership)

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ เป็นการชี้แนะผู้อื่น ผู้นำสร้างสรรค์ต้องเป็นผู้มีความรู้ (Knowledge) และความสามารถทางเชี่ยวชาญปัญญา (Intellectual Abilities) มีความยืดหยุ่นกับการทำงานตามแต่ละสถานการณ์เสมอ โดยวัดได้จากองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ได้จำนวน 3 ดังนี้ (1) จินตนาการ (Imagination) การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่มีลักษณะที่แตกต่างจากสิ่งเดิม เป็นทัศนคติที่เปิดกว้างต่อสิ่งใหม่ๆ สนุกสนานมีอารมณ์ขัน และมีสติปัญญาในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (2) ความยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง การปรับตัวเปลี่ยนแปลงตนเองให้มีความคิดที่หลากหลายมิติ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เปิดใจกว้าง และ (3) วิสัยทัศน์ (Vision) หมายถึง การมีภาพที่ชัดเจนในอนาคตที่พึงปรารถนา ซึ่งได้มาจากปัญญา ความคิด มโนภาพ จินตนาการ ของผู้บริหาร

และสมาชิก กระตุ้นให้บุคคลมีแรงบันดาลใจ ในองค์การวิสัยทัศน์จะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง และ ความท้าทายที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ ความเป็นไปได้ และสามารถมองเห็นได้ (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2544)

แนวคิดบรรยากาศนวัตกรรม (Innovative Climate)

การได้รับการสนับสนุนจากองค์กร โดยบรรยากาศนวัตกรรมถือได้ว่าเป็นนโยบาย วิธีการโดย อาศัยทรัพยากร เครื่องมือต่าง ๆ ที่ส่งเสริมให้ตัวบุคคลมีความรู้ มีความสามารถในการพัฒนาองค์กร และมีความคิดสร้างสรรค์ สร้างผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆให้แก่องค์กร (Bharadwaj and Menon, 2002)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กในจังหวัด สงขลา ประกอบด้วยข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานจ้างตามภารกิจ พนักงานจ้าง จำนวน 3,421 คน

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้ยอมให้ เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวน 360 คน

พื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ไว้ คือ องค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา จำนวน 36 แห่ง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลาที่มีลักษณะเป็นองค์การ บริหารส่วนตำบลขนาดเล็ก ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามที่กล่าวข้างต้น คือ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 360 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนแรก ผู้วิจัยศึกษาจำนวนองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา

ขั้นตอนที่สอง ผู้วิจัยเลือกหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลาที่มีลักษณะ เป็นองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็ก 36 องค์การ ซึ่งใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยวิธีการจับฉลาก

ขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างพนักงานแต่ละองค์การแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ของจำนวนพนักงานทั้งหมดตามประเภทขององค์การ บริหารส่วนตำบล

เครื่องมือในการวิจัย

โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการและ เติมคำ ได้แก่ ข้อมูลเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา เป็นแบบวัดความรู้สึกหรือความคิดเห็นของพนักงานต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยประยุกต์จากแนวคิดของ De Jong and Den Hartog (2008), Janssen (2000), ตรีทิพ บุญแย้ม (2554), ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ (2554) เกี่ยวกับการสำรวจโอกาส การสร้างความคิด การทำให้ความคิดถูกยอมรับ และการนำไปประยุกต์ใช้ รวมทั้งสิ้น 17 ข้อคำถาม แต่ละข้อคำถามใช้มาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ จากคะแนน 1 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) จนถึงคะแนน 5 (เห็นด้วยมากที่สุด)

ตอนที่ 3 แบบวัดปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ แบบวัดที่ 1 ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ แบบสอบถามวัดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์ (2555) จำแนกเนื้อหาตามตัวแปรสังเกต 3 ตัวคือ จินตนาการ ความยืดหยุ่น และ วิสัยทัศน์ จำนวน 15 ข้อแต่ละข้อคำถามใช้มาตรวัด ประเมินค่า 5 ระดับ จากคะแนน 1 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) จนถึงคะแนน 5 (เห็นด้วยมากที่สุด)

แบบวัดที่ 2 ปัจจัยบรรยากาศนวัตกรรม เป็นแบบวัดความรู้สึก หรือความคิดเห็นของพนักงานต่อบรรยากาศนวัตกรรม ใช้ข้อคำถามจากแบบวัดของ Oke, A.;Prajogo, D.I.; Jayaram, J. (2013) จำนวน 4 ข้อ แต่ละข้อคำถามใช้มาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ จากคะแนน 1 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) จนถึง คะแนน 5 (เห็นด้วยมากที่สุด)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ สถิติที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ตาราง 1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
เพศชาย	91	25.3
เพศหญิง	269	74.7
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าอุดมศึกษา	30	8.3
ปริญญาตรี	238	66.1
ปริญญาโท	92	25.6
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ระยะเวลาปฏิบัติงาน	7.89	5.611

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 360 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 และเพศชาย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และระดับการศึกษาต่ำกว่าอุดมศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และระยะเวลาปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ย 7.89

ตารางที่ 2

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ บรรยากาศนวัตกรรม และพฤติกรรมสร้างสรรค์ นวัตกรรม

ตัวแปร	CRL	INC	IWB
CRL	1		
INC	.616**	1	
IWB	.411**	.396**	1

หมายเหตุ: **p<.01

IWB หมายถึง พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

INC หมายถึง บรรยากาศนวัตกรรม

CRL หมายถึง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์

จากตาราง 2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ทำให้ได้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร ในอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 6 คู่ ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันทุกคู่โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 มีขนาดของความสัมพันธ์หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .396 - .616 ซึ่งมีความสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดการวิจัยอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา

ตาราง 3

ค่าสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	F	p-value
1	.449 ^a	.202	.197	52.442	.000

หมายเหตุ: a. Predictors: (Constant), INC, CRL

จากตาราง 3 ผลการศึกษาพบว่าความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการสร้างสรรคน์วัตกรรม ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรคน์วัตกรรม ด้วยการใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี (Enter Multiple Regression) พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมสามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรรคน์วัตกรรมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $< .001$ โดยมีอำนาจในการทำนายเท่ากับ $.202$ (Adjusted R Square = $.197$) แสดงว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรม สามารถอธิบายพฤติกรรมการสร้างสรรคน์วัตกรรมได้ร้อยละ 19.7

ตาราง 4

ค่าสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์การถดถอยของตัวแปรทำนายในรูปแบบคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน (Beta)

ทดสอบการมีนัยสำคัญของ b

ตัวแปร	B	SE.b	Beta	t	p-value
ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	.225	.050	.270	4.493	.000
บรรยากาศนวัตกรรม	.152	.040	.229	3.818	.000
Constant	2.514	.162		15.473	.000

จากตาราง 4 ผลการศึกษาพบว่าตัวทำนายที่มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายสูงที่สุดได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $< .001$ คือ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (CRL) (Beta = $.270$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการทำนายในรูปแบบคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการทำนายในรูปแบบคะแนนดิบ

$$IWB = 2.514 + .152 (INC) + .225 (CRL)$$

สมการทำนายในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Z IWB = .229 * ZINC + .270 * ZCRL$$

จากสมการคะแนนมาตรฐานแสดงว่าเมื่อค่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เปลี่ยนไป 1 หน่วย ค่าพฤติกรรมการสร้างสรรคน์วัตกรรม จะเพิ่มขึ้น $.270$ หน่วยเมื่อควบคุมตัวแปรบรรยากาศนวัตกรรมให้คงที่ เมื่อค่าบรรยากาศนวัตกรรมเปลี่ยนไป 1 หน่วย ค่าพฤติกรรมการสร้างสรรคน์วัตกรรมจะเพิ่มขึ้น $.229$ เมื่อควบคุมตัวแปรภาวะผู้นำสร้างสรรค์ให้คงที่

สรุปและอภิปรายผล

สมการพยากรณ์พฤติกรรมการสร้างสรรคน์วัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter multiple regression พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรคน์วัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา โดยเรียงอันดับจากปัจจัยที่พยากรณ์ดีที่สุดได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $< .001$ คือ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (CRL) (Beta = $.270$) รองลงมาคือ บรรยากาศนวัตกรรม (INC)

(Beta = .229) โดยสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมได้ร้อยละ 19.7 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีอำนาจการพยากรณ์มากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ เป็นการชี้นำผู้อื่น ผู้นำสร้างสรรค์ต้องเป็นผู้มีความรู้ (Knowledge) และความสามารถทางเชาว์ปัญญา (Intellectual Abilities) มีความยืดหยุ่นกับการทำงานตามแต่ละสถานการณ์เสมอ เมื่อพนักงานมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Koen Nijenhuis (2015) ซึ่งมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมดังกล่าวนี้ในภาครัฐ โดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ รองลงมาคือปัจจัยบรรยากาศนวัตกรรม เนื่องจากเมื่อพนักงานได้รับการสนับสนุนจากองค์กร โดยบรรยากาศนวัตกรรมถือได้ว่าเป็นนโยบาย วิธีการ โดยอาศัยทรัพยากรเครื่องมือต่างๆ ที่ส่งเสริมให้ตัวบุคคลมีความรู้ความสามารถสร้างสรรค์ในการพัฒนาองค์กร จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้น โดยงานวิจัยของ De Jong and De Hartog (2005) ที่แสดงให้เห็นว่าบรรยากาศนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ Yeoh, Sethela and Rosli (2013) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่าบรรยากาศนวัตกรรมส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และบรรยากาศนวัตกรรมเป็นตัวทำนายหรือส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา เมื่อผู้นำมีสติปัญญาในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ นำเสนอความคิดใหม่ๆ เพื่อพัฒนางาน มีอารมณ์ขัน มีการกำหนดวิสัยทัศน์ มีภาพอนาคตที่เป็นไปได้ชัดเจน กระตุ้นให้บุคลากรมีแรงบันดาลใจเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น และความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนแผนงานตามความเหมาะสม เปิดใจกว้างยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้อื่น จะทำให้เกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดแก่พนักงานได้

2. บรรยากาศนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา ผู้นำควรมีการสนับสนุนองค์กร โดยอาศัย ทรัพยากรเครื่องมือต่างๆ ที่ส่งเสริมให้ตัวบุคคลมีความรู้ความสามารถอย่างสร้างสรรค์ในการพัฒนาองค์กร จะทำให้พนักงานเกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร

ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ

เนื่องจากปัจจัยทำนายพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ บรรยากาศนวัตกรรม ในการศึกษาครั้งนี้สามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ค่อนข้างน้อยเพราะฉะนั้น จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา

เอกสารอ้างอิง

- กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์. (2555). *โมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐยา สิ้นตระการผล. (2554). *การบริหารจัดการคนเก่ง*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ตรีทิพย์ บุญแย้ม. (2554). *ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลและระดับกลุ่มงานเพื่อสร้างนวัตกรรมระดับกลุ่มงานในบริษัทเอกชนของไทย (ปริญญาานิพนธ์ ปริญญาตรีบัณฑิต)*, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2544). *ภาวะผู้นำ*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. (2554). *การจัดการนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)
- Bharadwaj, S., Menon, A. (2000). Making innovation happen in organizations: Individual creativity mechanisms, organization creativity mechanisms or both? *Journal of Product Innovation Management*. 17:424-434.
- Casse, P., & Claudel, P. G. (2007). *Philosophy for creative leadership: How philosophy can turn people into more effective leaders*. n.p.
- De Jong, J.P.J., & Hartog, D.N. (2005). How leaders influence employees' innovative behavior. *European Journal of Innovation Management*. 10 (1): 41-64.
- De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: Measurement and validation. *EIM Business and Policy Research*, 1-27. Bharadwaj, S., Menon, A. (2000). Making innovation happen in organizations: Individual creativity mechanisms, organization creativity mechanisms or both? *Journal of Product Innovation Management*. 17:424-434.
- Delia Bosio. (2013). Leadership styles and creativity. *Online Journal of Applied Knowledge Management*. Volume 1, Issue2, 2013.
- Janssen, Onne. (2000). Job Demand, Perceptions of Effort-Reward Fairness and Innovative Work Behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 73: 287-302.
- Koen Nijenhuis (2015). Impact Factors for Employee Innovative Work Behavior in the Public Sector. University of Twente.
- Oke, A.; Prajogo, D.I.; Jayaram, J. (2013) Strengthening the innovation chain: The role of internal innovation climate and strategic relationships with supply chain partners. *Journal of Supply Chain Manag.* 2013, 49, 43-58.
- Parker, J. P., & Begnaud, L. G. (2004). *Developing creative leadership*. Portsmouth, NH: Teacher Ideas Press. Patterson, M.G., West, M.A., Shackleton, V.J., Dawson, J.F., Lawthom, R., Maitlis.

Yeoh, K, Sethela J. & Rosli, M. (2013). *The Determinants of Innovative Work Behavior in the Knowledge Intensive Business Services Sector in Malaysia*. *Asian Social Science*. Vol.9 (15):47-59.

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา

Personal Factors Affecting Job Satisfaction for Town Municipality Officer and City Municipality Officer, Songkhla Province

กิตติคุณ ธานีรัตน์¹

Kittikoon Thaneerat¹

คณน ไตรจันทร์

Kanon Trichandhara²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา จำนวน 330 คน ใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และหน่วยงานที่สังกัด และแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ สถิติเอฟ ถ้าพบว่า ความพึงพอใจในงานมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยการทดสอบเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีของเซฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานที่สังกัด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทดสอบเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีของเซฟเฟ พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน 1 คู่ คือ พนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครที่สังกัดสำนักคลังกับสำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: ปัจจัย หน่วยงานที่สังกัด ความพึงพอใจในงาน พนักงานเทศบาล

Abstract

The purpose of this research was to analyze factors affecting job satisfaction in employee in town municipality and city municipality, Songkhla province. The sample group consisted of 330 municipality officers in town municipality and city municipality, Songkhla province recruited through stratified sampling. Influential expected factors were sex, educational level, duration of the work and affiliation. The statistics used were mean, percentage, standard deviation, t-test, f test. If the significant difference in job satisfaction was found, the multiple comparison of mean was tested by the method of Scheffe.

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: kittikoon98@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: charlee.t@psu.ac.th

Research findings indicated that affiliation influenced on job satisfaction of employees in town municipality and city municipality, Songkhla province at the significance level .05. The multiple comparison of mean tested by the method of Scheffe found that there were one different pair, employees in town municipality and city municipality affiliation Division of Finance and Public Health and Environment.

Keywords: Factor, Affiliation, Job Satisfaction, Municipal employees

บทนำ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา ในส่วนของเทศบาลเมือง และเทศบาลนคร การบริหารภายในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ หากการบริหารภายในดีย่อมส่งผลให้บริการประชาชนเป็นไปอย่างราบรื่น ในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของเทศบาล เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน โดยใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และให้คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนา การจัดทำงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง การตรวจสอบ การประเมินผล การปฏิบัติงาน และการเปิดเผย ข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ให้เป็นไปตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการนั้น และหลักเกณฑ์วิธีการที่ กระทรวงมหาดไทยกำหนด และที่มีหน้าที่การบริการสาธารณะให้แก่ประชาชนในด้านต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติเทศบาล ซึ่งเป็นองค์กรที่ประกอบด้วยพนักงานหลายฝ่าย ความพึงพอใจในงาน ของพนักงานถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารงานบุคคล ความพึงพอใจในงานของพนักงานในหน่วยงาน มีผลต่อความสำเร็จของงาน และหน่วยงาน รวมทั้งความสุขของพนักงานอีกด้วย หน่วยงานใดก็ตามหาก พนักงานมีความพึงพอใจในงานสูงก็จะส่งผลทางบวกต่อการปฏิบัติงาน พนักงานจะอุทิศกำลังกาย กำลังใจ และสติปัญญาให้แก่งานอย่างเต็มที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของงานสูงไปด้วย ทั้งนี้ยังมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านงาน ได้แก่ ลักษณะงาน ทักษะใน การทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ปัจจัยด้านการจัดการ ได้แก่ ความมั่นคงในงาน รายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อนร่วมงานและ ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ประสบการณ์ เพศ จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ อายุ เวลาในการทำงาน เซาร์ปัญญา การศึกษา เป็นต้น (จันทร์แรม พุทธนุกูล, 2554)

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน เช่น ปัจจัยด้านเพศแม้ว่างานวิจัยหลายแห่งจะแสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงาน แต่ก็ ขึ้นอยู่กับลักษณะงานที่ทำว่าเป็นงานลักษณะใด ในส่วนของปัจจัยด้านระดับการศึกษา การศึกษามักจะ ขึ้นอยู่กับงานที่ทำว่าง่ายหรือเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของพนักงานนั้นหรือไม่ ย่อมส่งผลต่อ ความพึงพอใจในงานที่ทำ (มัจฉรี โอสถานนท์, 2539) ปัจจัยตัวต่อมา คือ ปัจจัยด้านระยะเวลาการ ปฏิบัติงานมักจะขึ้นอยู่กับความแตกต่างกันด้านประสบการณ์ในการทำงานย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจ ในงาน และปัจจัยด้านหน่วยงานที่สังกัด ด้วยลักษณะของแต่ละหน่วยงานที่มีหน้าที่แตกต่างกัน ซึ่งจะมี ภารกิจและกิจกรรมที่ต่างกันไปด้วยย่อมส่งผลให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงาน โดยศึกษาเฉพาะส่วน งานให้บริการประชาชนโดยตรงทั้งหมด 5 ส่วนงาน ได้แก่ สำนักปลัด สำนักการช่าง กองสวัสดิการสังคม สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม และสำนักการคลัง ในการดำเนินงานตามกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไป ตามภารกิจ และหน้าที่ในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน ทำให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานมีความหลากหลายตาม

ประเภทวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบแตกต่างกันไปในการให้บริการประชาชน แสดงให้เห็นว่าเกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชากรในชุมชน ย่อมควรได้รับการพัฒนาด้านความพึงพอใจในงานให้แก่พนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการทำงาน รวมถึงมีความสุขในการทำงานในองค์กร ส่งผลให้พนักงานมีความตั้งใจที่จะคงอยู่ในองค์กรต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานที่ทำงานในเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา เพื่อช่วยยกระดับการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเห็นโอกาสในการปรับปรุงการทำงานของหน่วยงานราชการ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากการรวบรวมแบบสอบถามมาใช้ในสถิติการวิเคราะห์ เพื่อนำเสนอแนวทางและวิธีการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริหาร ในการนำไปใช้ปรับปรุงพัฒนาเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในงานที่ทำ

วัตถุประสงค์

เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบความแตกต่างของความพึงพอใจในงาน เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา
2. ผู้บริหารของเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มความพึงพอใจในงานของพนักงาน เพื่อทำให้การทำงานของพนักงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน

ทฤษฎีสองตัวประกอบของ Herzberg (1959) ทฤษฎีนี้เสนอว่า สิ่งที่คุณต้องการจากการทำงานนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม

1. ปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้คุณเกิดความรู้สึกพึงพอใจในงาน ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้คุณใช้ความพยายามและความทุ่มเทในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยความสำเร็จในการทำงาน, การได้รับการยอมรับนับถือ, ลักษณะงานที่ปฏิบัติ, ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า
2. ปัจจัยค้ำจุน เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งช่วยไม่ให้งานหรือลดประสิทธิภาพของการทำงานลง กล่าวอีกนัยหนึ่ง ปัจจัยค้ำจุนเป็นปัจจัยคือสิ่งที่จะป้องกันและลดความไม่พึงพอใจที่จะเกิดขึ้นในการทำงานนั้นๆ ไม่ใช่สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจโดยตรง ประกอบด้วย นโยบายและการบริหาร, การปกครองบังคับบัญชา, ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน, ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา, สภาพ/เงื่อนไขการทำงาน, เงินเดือน, ชีวิตส่วนตัว, ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา, ฐานะ และความมั่นคง

องค์ประกอบที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานนั้น ได้มีนักวิชาการ และนักการศึกษา กล่าวถึงไว้ดังนี้
จันท์แรม พุทธิกุล (2554) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ ประสบการณ์ เพศ จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ อายุ เวลาในการทำงาน เซาว์ปัญญา การศึกษา บุคลิกภาพ ระดับเงินเดือน แรงจูงใจในการทำงาน และความสนใจในงาน

2. ปัจจัยด้านงาน ได้แก่ ลักษณะงาน ทักษะในการทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน สภาพภูมิศาสตร์ และโครงสร้างของงาน

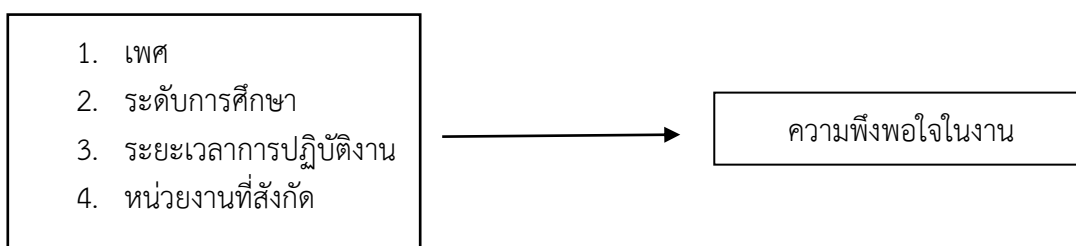
3. ปัจจัยด้านการจัดการ ได้แก่ ความมั่นคงในงาน รายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ความรับผิดชอบงาน การนิเทศ งาน การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร และความเข้าใจกันระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน

Spector (2003) ได้เสนอแนวทางและองค์ประกอบในการศึกษาความพึงพอใจในงานโดย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ความพึงพอใจในงานโดยรวมและความพึงพอใจในงานรายด้าน

ประเภทที่ 1 ความพึงพอใจในงานโดยรวม (Global approach) เป็นการศึกษาความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานโดยไม่มีการแยกมิติของความพึงพอใจในงานออกเป็นด้านต่าง ๆ เหมาะสำหรับนักวิจัยที่ต้องการวัดภาพรวมของความพึงพอใจในงาน (Spector, 2003)

ประเภทที่ 2 ความพึงพอใจในงานรายด้าน (Facet approach) เป็นการศึกษาความพึงพอใจในงานของบุคคลในมิติด้านต่าง ๆ ของงาน ซึ่งการศึกษาความพึงพอใจในงานรายด้านจะช่วยทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากโดยปกติบุคคลจะมีความพึงพอใจในงานในแต่ละด้านในระดับที่แตกต่างกัน ดังเช่น มีความพึงพอใจในงาน ในด้านเงินเดือนและผลประโยชน์ แต่ไม่พึงพอใจการทำงานที่เกี่ยวข้องกับหัวหน้างาน เป็นต้น (Spector, 2003)

จากประเภทความพึงพอใจในงานทั้ง 2 ประเภทที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะใช้ประเภทความพึงพอใจในงานโดยรวม โดยใช้การวัดความพึงพอใจในงานตามแนวทางของมหาวิทยาลัย มิชิแกน (The Michigan Organization Assessment Questionnaire) Cammann, Fichman, Jenkins, และ Klash (อ้างถึงใน Bowling and Hammond, 2008) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม ได้แก่ ในภาพรวมท่านพอใจในงานของท่านมากน้อยเพียงใด โดยทั่วไปท่านไม่ชอบงานที่ท่านได้ทำ และโดยทั่วไปท่านชอบทำงานที่องค์กรนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานเทศบาลนครและเทศบาลเมืองในจังหวัดสงขลาจำนวน 13 แห่ง ประกอบด้วยข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานจ้างตามภารกิจ พนักงานจ้าง ซึ่งเป็นพนักงานในสำนักต่างๆ ของเทศบาล โดยศึกษาเฉพาะส่วนงานให้บริการประชาชนโดยตรงทั้งหมด 5 ส่วนงาน ได้แก่ สำนักปลัด สำนักการช่าง กองสวัสดิการสังคม สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม และสำนักการคลัง ในการดำเนินงานตามกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปตามภารกิจ และหน้าที่ในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน ทำให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานมีความหลากหลายตามประเพณีวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบแตกต่างกันไปในการให้บริการประชาชน แสดงให้เห็นว่าเกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดประชากรในชุมชน รวมทั้งหมด 1,884 คน (ท้องถิ่นจังหวัดสงขลา, 2560)

1.2 กลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรยามาเน่ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวน 330 คน

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 ส่วนงาน ได้แก่ สำนักปลัด สำนักการช่าง กองสวัสดิการสังคม สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม และสำนักการคลังของเทศบาลนครและเทศบาลเมืองในจังหวัดสงขลา ใช้วิธีหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละส่วนงานของแต่ละฝ่าย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม จำแนกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

2.1 ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด เลือกเพียงคำตอบเดียว มีข้อความ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน หน่วยงานที่สังกัด

2.2 ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจในงาน จากการสังเคราะห์งานของ

Cammann, Fichman, Jenkins, และ Klash (อ้างอิงใน Bowling and Hammond, 2008) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง ตั้งแต่ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) กำหนดให้เลือกตอบได้คำตอบเดียว มีระดับคะแนนและความหมาย ดังนี้

- | | | |
|---|---------|----------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วย |
| 3 | หมายถึง | เฉยๆ |
| 2 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วย |
| 1 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไข และปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) แบบสอบถามทุกข้อคำถามมีค่า IOC = 1

3.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาข้อบกพร่องทั้งในเรื่องเนื้อหาและภาษา นำผลการทดลองมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990 : 204 อ้างถึงใน ณรงค์ บัวบาน, 2556) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามนี้มีค่ามากกว่า 0.7 ถือได้ว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ระดับ .788 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

4.1 ติดต่อเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา ที่มีพนักงานเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถามในระยะเวลา 1 เดือน โดยนำหนังสือจากทางบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ถึงผู้อำนวยการหรือหัวหน้าหน่วยงานเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล

4.2 แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง พร้อมชี้แจงรายละเอียดของการเก็บข้อมูลให้ทราบ พร้อมนัดหมายระยะเวลารับแบบสอบถามกลับคืน

4.3 ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตัวเองในวันและเวลาที่นัดหมายไว้ ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของจำนวนของแบบสอบถามที่รับกลับคืนอีกครั้ง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 330 คน ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ร้อยละ (%) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบที (T-Test) การทดสอบเอฟ (F-Test) ของการวิเคราะห์ความแปรปรวน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และหน่วยงานที่สังกัด กับความพึงพอใจในงาน

	ตัวแปร	(n)	(\bar{X})	%	(S.D.)	สถิติทดสอบ	p-value
เพศ	ชาย	111	3.59	33.6	.416	-1.186	.852
	หญิง	219	3.60	66.4	.456		
	ระดับการศึกษา						
	ต่ำกว่าอุดมศึกษา	15	3.49	4.5	.486	2.059	.129
	ปริญญาตรี	225	3.63	68.2	.419		
	ปริญญาโท	90	3.53	27.3	.487		

ตารางที่ 1

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และหน่วยงานที่สังกัด กับความพึงพอใจในงาน (ต่อ)

ตัวแปร	(n)	(\bar{X})	%	(S.D.)	สถิติทดสอบ	p-value
ระยะเวลาการปฏิบัติงาน						
ระยะเวลาต่ำกว่า 11 ปี	159	3.65	48.2	.433		
ระยะเวลา 11-20 ปี	123	3.51	37.3	.408	2.375	.700
ระยะเวลา 21-30 ปี	44	3.64	13.3	.547		
ระยะเวลา 31 ปี ขึ้นไป	4	3.58	1.2	.319		
หน่วยงานที่สังกัด						
สำนักงานปลัด	98	3.57	29.7	.395		
สำนักงานช่าง	80	3.64	24.2	.475		
กองสวัสดิการสังคม	23	3.46	7	.447	3.427	.009*
สำนักคลัง	77	3.72	23.3	.423		
สำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม	52	3.47	15.8	.463		

หมายเหตุ: n = 330 * p < .05

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.4 และเพศชาย ร้อยละ 33.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 68.2 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโท ร้อยละ 27.3 และระดับการศึกษาต่ำกว่าอุดมศึกษาร้อยละ 4.5 เมื่อจัดกลุ่มตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน พบว่า ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานเป็นระยะเวลาต่ำกว่า 11 ปี ร้อยละ 48.2 รองลงมาปฏิบัติงานเป็นระยะเวลา 11-20 ปี ร้อยละ 37.3 ปฏิบัติงานเป็นระยะเวลา 21-30 ปี ร้อยละ 13.3 และปฏิบัติงานเป็นระยะเวลา 31 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 1.2 ในส่วนของหน่วยงานที่สังกัด เป็นพนักงานในส่วนงานต่าง ๆ ของเทศบาล โดยศึกษาเฉพาะฝ่ายให้บริการประชาชนโดยตรงทั้งหมด 5 ส่วนงาน ส่วนใหญ่สังกัดสำนักปลัด ร้อยละ 29.7 รองลงมาสังกัดสำนักงานช่าง ร้อยละ 24.2 สังกัดสำนักคลัง ร้อยละ 23.3 สังกัดสำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 15.8 และสังกัดกองสวัสดิการสังคม ร้อยละ 7

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน หน่วยงานที่สังกัด พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ได้แก่ หน่วยงานที่สังกัด โดยปัจจัยเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา สำหรับปัจจัยหน่วยงานที่สังกัด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีมากกว่า 2 ระดับ และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา นั้น ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบเปรียบเทียบพหุคูณ โดยวิธีของเชฟเฟ่ เนื่องจากสามารถใช้กับข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเท่ากันหรือไม่เท่ากัน และการทดสอบร่วมกันไม่ก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนครั้งของการทดสอบ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

(I) หน่วยงานที่สังกัด	(J) หน่วยงานที่สังกัด	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
สำนักงานปลัด	สำนักงานช่าง	.06572	.908	-.2697	.1375
	กองสวัสดิการสังคม	.10106	.888	-.2054	.4208
	สำนักคลัง	.06643	.299	-.3530	.0586
	สำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม	.07484	.752	-.1284	.3353
สำนักงานช่าง	สำนักงานปลัด	.06572	.908	-.1375	.2697
	กองสวัสดิการสังคม	.10320	.587	-.1460	.4935
	สำนักคลัง	.06964	.851	-.2968	.1346
	สำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม	.07770	.315	-.0712	.4103
กองสวัสดิการสังคม	สำนักงานปลัด	.10106	.888	-.4208	.2054
	สำนักงานช่าง	.10320	.587	-.4935	.1460
	สำนักคลัง	.10365	.199	-.5760	.0663
	สำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม	.10923	1.000	-.3426	.3342
สำนักคลัง	สำนักงานปลัด	.06643	.299	-.0586	.3530
	สำนักงานช่าง	.06964	.851	-.1346	.2968
	กองสวัสดิการสังคม	.10365	.199	-.0663	.5760
	สำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม	.07829	.038*	.0081	.4932
สำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม	สำนักงานปลัด	.07484	.752	-.3353	.1284
	สำนักงานช่าง	.07770	.315	-.4103	.0712
	กองสวัสดิการสังคม	.10923	1.000	-.3342	.3426
	สำนักคลัง	.07829	.038*	-.4932	-.0081

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา ที่มีหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทดสอบเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี Scheffe พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน 1 คู่ คือ พนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครที่สังกัดสำนักคลังกับสำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

สรุปและอภิปรายผล

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในงานกับเพศ พบว่าพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลาที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด วรลักษณ์ วงจรด (2559) ได้กล่าวไว้ในหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ จะประกอบไปด้วยบุคลากรในระดับต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป จากการศึกษาพบว่า ระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันในด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในงานกับระดับการศึกษา พบว่าพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลาที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับแนวคิด อัจจิมา หอมระรื่น (2552) ได้สรุปความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากระดับการศึกษาของพนักงานส่วนใหญ่ศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา และการศึกษาในระดับปริญญาโท มีเป็นจำนวนน้อย ตัวชี้วัดความรู้และความสามารถที่จะนำมาประยุกต์ในการทำงานมีความใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันในด้านความพึงพอใจในงาน

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในงานกับระยะเวลาการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลาที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีเนตร ทองสิมา (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท บีบอยด์ซีจี จำกัด เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า พนักงาน บริษัท บีบอยด์ซีจี จำกัด เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในงานกับหน่วยงานที่สังกัดพบว่าพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลาที่มีหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทดสอบเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี Scheffe พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 1 คู่ คือ พนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครที่สังกัดสำนักคลังกับสำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม อาจเนื่องด้วยสำนักคลังมีหน้าที่ในการให้บริการประชาชนในรูปแบบทำงานในสำนักงาน มีสมาธิจดจ่อในการทำงาน ส่วนสำนักสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมมีหน้าที่ในการให้บริการประชาชนในรูปแบบทำงานที่ครอบคลุมทั้งสำนักงานและออกนอกพื้นที่ โดยการพบเจอประชาชน ตอบสนองความต้องการของประชาชนในด้านสาธารณสุข ส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เกษศิริพันธ์ ภูพานเพชร (2556) ที่พบว่าตำแหน่งงานแตกต่างกันส่งผลให้มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ สุธานิธ นุกูลอึ้งอารี (2555) ที่พบว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำงานแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การศึกษาผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในงาน เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา พบว่า ความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลาที่มีเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลา

การปฏิบัติงานต่างกันมีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่พบว่า ความพึงพอใจในงานของพนักงานเทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลาที่มีหน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในงานของพนักงานที่ทำงานในเทศบาลเมืองและเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา เช่น ปัจจัยด้านการจัดการ ได้แก่ สภาพการทำงาน โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ความรับผิดชอบในงาน การสื่อสารกับหัวหน้างาน และการนิเทศพนักงานใหม่, ปัจจัยด้านงาน ได้แก่ ลักษณะงาน โครงสร้างของงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดหน่วยงาน และทักษะความหลากหลายในงาน, ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ การจัดสถานที่ บรรยากาศที่ช่วยส่งเสริมการสื่อสาร อุณหภูมิ, แสง, เสียง และการประสานงานภายในองค์กร เพราะปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นย่อมส่งผลกับความพึงพอใจในงานของพนักงาน ควรมีการเพิ่มเติมในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเป็นการเจาะลึกข้อมูลเชิงลึกต่อไป

2. ควรมีการศึกษาแนวทางในการเพิ่มความพึงพอใจในงานของพนักงาน เพื่อเพิ่มทัศนคติที่ดีในการทำงานให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

- เกษศิริพันธ์ ภูพานเพชร. (2556). *ความพึงพอใจที่มีผลต่อการทำงาน ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ (สาขาติวานนท์)*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จันทร์แรม พุทธนุกูล. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยการอาชีพสระบุรี จังหวัดสระบุรี*. คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณรงค์ บัวบาน. (2556). *การมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556: กรณีศึกษาประชาชน เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยสยาม.
- มณีเนตร ทองสีมา. (2553). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท บีบอยด์ซีจี จำกัด เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มัจฉรี โอสถานนท์, (2539). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนสำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา*. ปริญญาโท กศ.ม.(การศึกษาพิเศษ) บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรลักษณ์ วงษ์กรด. (2559). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุธานี นุกูลอั้งอารี. (2555). *การศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพนักงานบริษัทการบินไทย สำนักงานใหญ่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อัจจิมา หอมระรื่น. (2552). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแคนนอนไฮ-เทค*

(ประเทศไทย) จำกัด. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

Bowling, N. A., & Hammond, G. D. (2008). A meta-analytic examination of the construct validity of the Michigan Organizational Assessment Questionnaire Job Satisfaction Subscale. *Journal of Vocational Behavior, 73*(1), 63–77.

Herzberg, Frederick and others. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley and Sons.

Spector, P. E. (2003). *Industrial and Organizational Psychology (3 ed.)*. Hoboken, NJ: Wiley.

อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพัน ต่อองค์กรของบุคลากร: กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ในจังหวัดสงขลา

The Influences of Transformational Leadership on Job Satisfaction and Organizational Commitment: A Case Study of Government Savings Bank in Songkhla Province

พลอยไพลิน สามวัง

Ploypirin Samwang¹

จัทมานณี ตระกูลมุกดา

Jutamane Trakulmututa²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารออมสิน ในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลา จำนวน 185 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แบบวัดความพึงพอใจในงานของบุคลากร และแบบวัดความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของบุคลากร ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นที่ .96 .90 และ .87 ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การวิเคราะห์สมการถดถอย ด้วย Process ของ Hayes โดยใช้โมเดล 4 ในการประมาณค่าอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจผ่านตัวแปรความพึงพอใจในงาน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กร

Abstract

The purposes of this research aimed to examine the Influences of transformational leadership on job satisfaction and organizational commitment of employees in the Government Savings Bank. In Songkhla province. The samples were 185 employees in the Government Savings Bank Songkhla. The questionnaires on transformational leadership, job satisfaction, affective commitment had the reliability coefficients of .96 .90 and .87, respectively. The statistics used for data analysis were regression analysis with Hayes's Process, using model 4 to estimate the direct effect and indirect effect. The results reveal that leadership has indirect effect on affective commitment via job satisfaction.

Keywords: Transformational Leadership, Satisfaction, Organization Commitment

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: ploypirin.s@outlook.co.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: jutamane.t@psu.ac.th

บทนำ

ความรู้สึกพึงพอใจในการทำงานจะส่งผลให้งานประสบความสำเร็จ เนื่องจากความพึงพอใจในงานเป็นความรู้สึกทางบวกที่บุคคลมีต่องานที่ทำ เป็นแรงผลักดันให้ทำงานด้วยความเต็มใจทำให้ผลการปฏิบัติงานออกมาเป็นที่น่าพอใจ (Locke, 1976; Feldman & Arnold, 1983; ญัตฐา กรีหิรัญ, 2550) ทุกองค์กรจึงจำเป็นต้องค้นหาความต้องการของบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจแก่บุคลากรนั้นคือ ผู้นำในระดับต่าง ๆ ในองค์กร เช่นเดียวกับกับธนาคารออมสิน ที่เป็นองค์กรหนึ่งที่มีความสำคัญกับการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าและตระหนักถึงผลการปฏิบัติงาน ของบุคลากร โดยมุ่งดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า รัฐบาล และบุคลากร และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาธนาคารออมสินก็ได้มีการ พัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ธนาคารออมสิน, 2562) สำหรับลักษณะของผู้นำ ที่เหมาะสมกับสภาพสังคมปัจจุบันและเป็นที่ยอมรับที่สุดคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เนื่องจาก ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ตาม โดยเปลี่ยนความคาดหวังของผู้ตามที่มีอยู่เดิมให้สูงขึ้น พยายามพัฒนาศักยภาพของผู้ตามให้สูงขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักในวิสัยทัศน์เพื่อประโยชน์ของกลุ่มหรือสังคม นอกจากนี้อีกปัจจัยที่สำคัญในการสร้างผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ นอกจาก ความพึงพอใจในงาน คือความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากเป็นการแสดงความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความจงรักภักดีต่อองค์กรมากกว่าปกติ ดังนั้นหน้าที่ในการสร้างแรงบันดาลใจและจูงใจให้บุคลากรเกิดความรู้สึกยึดมั่นผูกพันกับองค์กร จึงเป็นหน้าที่สำคัญอีกหน้าที่หนึ่งของผู้นำ จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กัน โดยงานวิจัยหลายๆชิ้นพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในงาน (Morrison et al., 1997; Chaoping et al., 2006; รัตนาวรรณ เวศนานนท์, 2552; ภคพร ภูไพบูลย์, 2554; สุกฤษฎ์ ขวัญเมือง, 2559) หรือภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความผูกพันของบุคลากร (Walumbwa et al., 2004; Bono & Judge, 2003; Dumdum et al., 2002; วราภรณ์ โปทากา, 2556; บุญชนะ เมฆโต, 2560) และความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร (ศรัณย์ พิมพ์ทอง, 2556; ลลิต ถนอมสิงห์, 2557; ธีระยุทธ เมฆประสาท, 2559)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่ารูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นรูปแบบที่น่าสนใจเพราะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งหากบุคลากรในองค์กรเกิดความรู้สึกพึงพอใจและรู้สึกยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร ก็จะส่งผลให้บุคลากร ทำงานอย่างเต็มความสามารถ อันจะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น สำหรับการวิจัยครั้งนี้จะเป็น การศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลาเพื่อ ใช้เป็นข้อมูลประกอบแนวทางสำหรับผู้สนใจและ ผู้บริหารในระดับต่างๆในการพัฒนาองค์กรและเพื่อประโยชน์ต่อองค์กรในการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของบุคลากร อันจะนำมาซึ่งผลการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยมีความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างภาวะผู้นำให้เกิดขึ้นในตัวผู้บริหารทุกระดับ เพื่อสร้างความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาครอสมสินในจังหวัดสงขลาให้สูงขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของแบสส์และอโวลิโอ

Bass และ Avolio (1993) เสนอว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สามารถจำแนกได้เป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized influence) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่างที่ดี นำเคารพนับถือ ศรัทธา ทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจในตัวผู้นำเมื่อได้ร่วมงาน

2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration motivation) หมายถึง การที่ผู้นำจะพยายามจูงใจผู้ตาม ผู้นำจะกระตุ้นให้ทีมงานมีความกระตือรือร้น โดยการสร้างเจตคติที่ดีและแสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะสามารถปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายได้

3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual stimulation) หมายถึง การที่ผู้นำมีการกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน ทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงานของตน เพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์

4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration) คือ ผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในฐานะเป็นผู้นำให้การดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคล ผู้นำจะเป็นโค้ช (Coach) และเป็นที่ปรึกษา (Advisor) ของผู้ตามแต่ละคน เพื่อการพัฒนาผู้ตามผู้นำจะเอาใจใส่เป็นพิเศษในความต้องการของปัจเจกบุคคล เพื่อความสัมฤทธิ์ผลและเติบโตของแต่ละคน

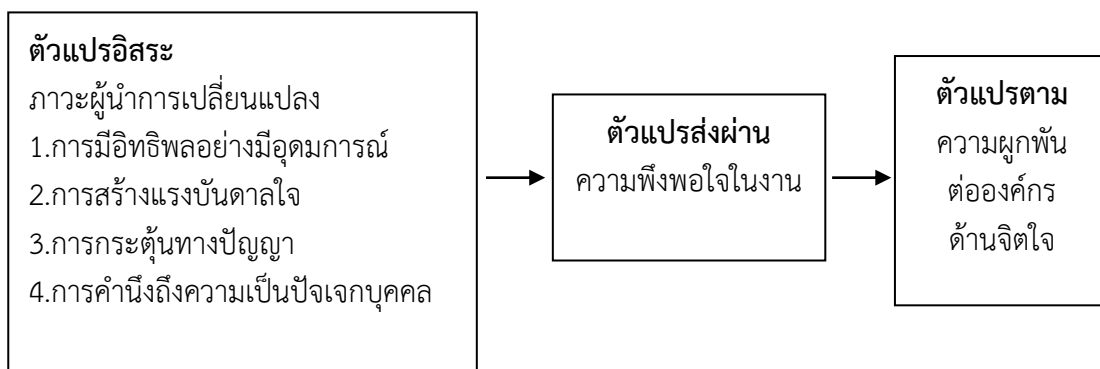
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความพึงพอใจในงานของบุคลากร

ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการที่ผู้บริหารใช้ในการบริหารงานเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะผู้นำที่มีภาวะผู้นำแบบผู้นำการเปลี่ยนแปลงนั้น สามารถทำให้ประสิทธิผลของงานและองค์การสูงขึ้น (กัลยาณี พรหมทอง, 2546) แต่การที่จะสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรได้นั้นตัวแปรที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งนอกจากตัวของผู้นำแล้วก็คือบุคลากรในองค์กร โดยผู้นำนั้นมีหน้าที่ในจะสร้างความพึงพอใจในงานให้เกิดขึ้นในตัวของบุคลากรทุกๆ คน เนื่องจากความพึงพอใจในงานเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคลากรเกิดความรู้สึกที่ดีและแสดงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้เพราะเมื่อความต้องการต่าง ๆ ของบุคลากรได้รับการตอบสนองจนเกิดความพึงพอใจบุคลากรเหล่านั้นจะปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจซึ่งจะทำให้ผลการปฏิบัติงานดีตามขึ้นไปด้วย (เกริกเกียรติ ต่อกิจไพบูลย์, 2559; ธงชัย สันติวงษ์, 2529) ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความพึงพอใจในงานของบุคลากร ส่วนใหญ่พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลทางบวกกับความพึงพอใจในงาน และยังพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีส่วนช่วยให้ผู้ตาม มีความมุ่งมั่น ทุ่มเทในการทำงานและพัฒนาศักยภาพในการทำงานของตนเองให้เพิ่มมากขึ้น (Morrison et al., 1997; Chaoping et al., 2006; รัตนาวรรณ เวศนานนท์, 2552; ภคพร ภูไพบูลย์, 2554; สุกฤษฎ์ ขวัญเมือง, 2559)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

ภาวะผู้นำถือเป็นปัจจัยที่จะเสริมสร้างให้บุคลากรเกิดความรู้สึกยึดมั่นผูกพันกับองค์กร (Allen & Mayer, 1990; Mowday, 1982; Mancini, 2008) โดยเฉพาะรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เนื่องจาก เป็นกระบวนการที่ผู้นำทำการกระตุ้นให้ผู้ตามได้สร้างสรรค์วิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหา ให้ความสำคัญต่อตัวผู้ตาม ทำให้ผู้ตามเกิดความไว้วางใจ มีความเชื่อถือในตัวผู้นำ นอกจากนี้ผู้นำจะมุ่งพัฒนาศักยภาพของตัวผู้ตามให้มีขีดความสามารถที่สูงขึ้นและยอมอุทิศตนเพื่อองค์กร (Bass & Avolio, 1994; Avolio et al., 1999) การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรโดยเลือกพิจารณาจากความผูกพันด้านจิตใจ เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจนั้น มีความสัมพันธ์กับตัวแปรต่าง ๆ ในระดับสูง เช่นในงานวิจัยของ (Meyer et al., 2002) ที่ได้ทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์ประกอบของลักษณะความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน และพบว่า ความพึงพอใจในงาน ความเกี่ยวข้องในงาน และความผูกพันในงานนั้น มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจในระดับสูงที่สุด มีนักวิชาการหลายท่านที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรโดยส่วนใหญ่ พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรในมิติด้านความผูกพันด้านจิตใจ (Joo et al., 2012; Kim & Kim, 2013; Aydin et al., 2013) ดังนั้นผู้นำจะต้องมีความสามารถ ในการจูงใจให้ผู้ตามปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ ต้องคอยสนับสนุนให้พวกเขาได้พัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ผู้นำยังต้องสร้างบรรยากาศในการทำงานที่อบอุ่น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ตามเกิดความพึงพอใจและรู้สึกผูกพันกับองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลาทั้งหมด 316 คน เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 185 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามแบบมาตราวัด 5 ระดับ

(Likert Scale) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ แบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และรายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาตาม แนวคิดของ (Bass & Avolio, 1993) ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบุคลากร ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาตามแนวคิดของ (Smith, 1985) ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของบุคลากร ผู้วิจัยได้พัฒนาตามแนวคิดของ (Allen & Mayer, 1990) ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) โดยเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item objective congruence index: IOC) และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 33 คน พบว่าค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามวัดโดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าเท่ากับ .97 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ โดยมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ใช้ได้จริง 185 ชุด วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation coefficient) และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยด้วย Process ของ (Hayes, 2013) โดยใช้โมเดล 4 ในการประมาณค่าอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 185 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 124 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 มีอายุอยู่ในช่วง 26 ปี ถึง 30 ปี ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 75.1 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

2. ผลการวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้นำในระดับต่างๆของธนาคารออมสิน ในจังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลา ประเมินภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงของผู้นำโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก คือมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบย่อยของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้ง 4 องค์ประกอบ จะพบว่าองค์ประกอบ การกระตุ้นทางปัญญา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.23 รองลงมา คือองค์ประกอบ การสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21 องค์ประกอบ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 และองค์ประกอบการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ระดับของความพึงพอใจในงานของบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลา พบว่า ระดับความพึงพอใจในงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง คือมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.05 ส่วนผลการวิเคราะห์ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของบุคลากรธนาคารออมสิน อยู่ในระดับสูง คือมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.05

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation coefficient) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .714$) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .547$) และ

นอกจากนี้ ความพึงพอใจในงานยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .683$)

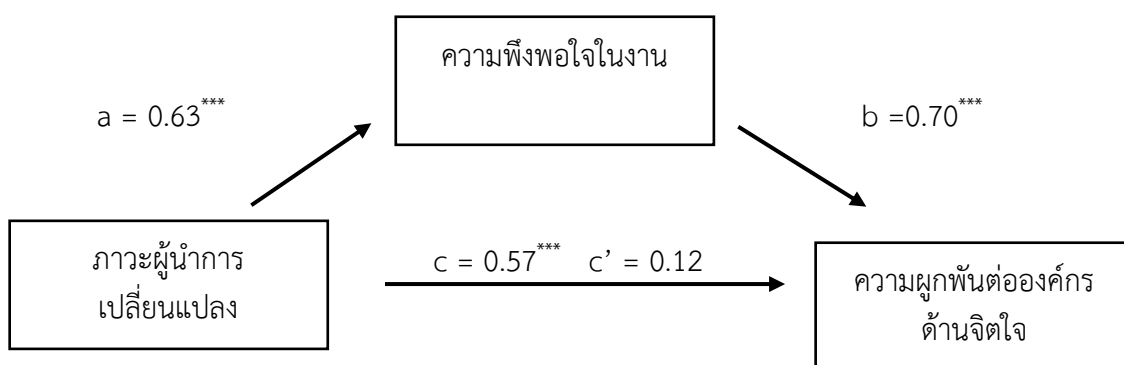
ตารางที่ 1

ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจในงาน และความผูกพัน ต่อองค์กรด้านจิตใจ

ตัวแปร	1	2	3
1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	-		
2. ความพึงพอใจในงาน	.714**	-	
3. ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ	.547**	.683**	-

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. การวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ด้วยโปรแกรมเสริม Process ตามแนวคิดของ (Hayes, 2013) ผลการวิเคราะห์แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในตารางที่ 2 พบว่าอิทธิพลรวม (Total effect) ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจโดยมีความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($c = 0.57, p < .001$) อิทธิพลทางตรง (Direct effect) ของค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ โดยมีความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีค่าเท่ากับ 0.12 เมื่อพิจารณาอิทธิพลส่งผ่านของความพึงพอใจในงาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ จะไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ ($c' = .11, ns$) และมีช่วงความเชื่อมั่นอยู่ในช่วงระหว่าง -0.03 กับ 0.28 สำหรับการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) จะมีค่าเท่ากับ $ab = 0.63(0.70) = 0.44$

หมายความว่าหากระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานอยู่ในระดับสูง บุคลากรก็จะมี ความพึงพอใจในงานสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($a = 0.63, p < .001$) และบุคลากรที่มีระดับ ความพึงพอใจในงานสูงก็จะมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรในด้านจิตใจสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($b = 0.70, p < .001$) ซึ่งผลของอิทธิพลทางอ้อมนี้มีความสัมพันธ์ทางสถิติและมีช่วงความเชื่อมั่น อยู่ในช่วงระหว่าง 0.44 กับ 0.70 จากการวิเคราะห์ข้อมูลในข้างต้นอาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในงานมี บทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านสมบูรณ์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับ ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ

ตารางที่ 2

การวิเคราะห์ถดถอยโดยมีความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจเป็นตัวแปรตาม

ตัวแปร	ตัวแปร							
	M (JS)				Y (ACM)			
		Coeff.	SE	p		Coeff.	SE	p
X (TF)	a	.63 ^{***}	.04	<.001	c'	.12	.08	.11
M (JS)		-	-	-	B	.70 ^{***}	.09	<.001
Constant	i ₁	1.39 ^{***}	.19	<.001	i ₂	.63	.27	.02
$R^2 = .51$				$R^2 = .47$				

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ระดับของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานในระดับต่างๆของบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลาโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งองค์ประกอบการกระตุ้นทางปัญญา มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือองค์ประกอบการสร้างแรงบันดาลใจ รองลงมาเป็นองค์ประกอบการค้ำประกันถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และองค์ประกอบการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์

ระดับของความพึงพอใจในงานของบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับสูง ส่วนระดับของความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับสูงเช่นกัน สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของบุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลา พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ และนอกจากนี้ ความพึงพอใจในงานยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของบุคลากรพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีผลโดยตรงต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร แต่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรผ่านตัวแปรความพึงพอใจในงานของบุคลากร มีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต เช่น Walumbwa et al. (2005) ที่ได้ทำการศึกษาพนักงานบริษัทกลุ่มการเงินและธนาคารในประเทศเคนยาและประเทศสหรัฐอเมริกา โดยผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และงานวิจัยของ Nguni (2006) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของครูระดับประถมศึกษาในประเทศแทนซาเนีย โดยมีความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน และนอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศซึ่งได้แก่งานวิจัยของ ลลิต ถนอมสิงห์ (2557) ที่ทำการศึกษอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อความพึงพอใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในมูลนิธิชัยพัฒนา พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีผลโดยตรงต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร แต่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรผ่านตัวแปรความพึงพอใจในงานของบุคลากร ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจในงานมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านสมบูรณ์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ดังนั้นหากองค์กรต้องการให้บุคลากรในองค์กรเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ผู้นำในทุกระดับจะต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของบุคคลากรและจงใจให้บุคลากรเกิดความรู้สึกพึงพอใจในงานที่พวกเขาทำอยู่ ส่งผลให้เกิดบรรยากาศในการทำงานที่ดี บุคลากรมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานและนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลาสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและพัฒนาภาวะผู้นำของหัวหน้างาน เพื่อให้ผู้นำทราบถึงลักษณะและพฤติกรรมต่างๆของรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มาใช้ให้เกิดขึ้นในตัวผู้นำซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรธนาคารออมสินในจังหวัดสงขลา เกิดความรู้สึกพึงพอใจในงานมากยิ่งขึ้นและเมื่อบุคลากรเกิดความรู้สึกพึงพอใจในงานแล้วก็จะนำไปสู่การเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจอันจะส่งผลให้บรรยากาศในการทำงานและผลการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน เพื่อนำผลการวิจัยนั้นมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธีระยุทธ เมฆประสาท. (2559). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อวัฒนธรรมองค์การ ความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์การ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย. *วารสารดุสิตศึกษาศาสตร์*, 6(ฉบับพิเศษ), 81-96.
- บุญชนะ เมฆโต. (2560). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อความผูกพันขององค์การ และการตั้งใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการ: กรณีศึกษาบริษัทผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์แห่งหนึ่ง. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*, 9(1), 36-59.
- ภคพร ภูไพบูลย์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบปฏิรูป การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ และความพึงพอใจในงาน กรณีศึกษา: กลุ่มงานสนับสนุนและบริการของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง. งานวิจัยส่วนบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2543). ผลการฝึกอบรมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้นำนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ปริญญาโท วท.ด. พฤติกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- . (2545). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง(Transformational Leadership). *วารสารการบริหารคน*, 23(2), 98-102.
- วราภรณ์ โปทาภา. (2556). รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารระดับสูงที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในบริษัทกลุ่มธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องสูบน้ำในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศรัณย์ พิมพ์ทอง. (2556). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในองค์การของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 37(142), 16-32.
- สุกฤษฎี ขวัญเมือง. (2559). การศึกษาความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์การ ของข้าราชการสังกัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Allen, N. J. and Meyer, J. P. (1990). "The Measurement and Antecedents of Affective Continuance and Normative Commitment to the Organization". *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 63, pp. 1-18.
- Avolio, B. J., Bass, B. M., and Jung, D. I. (1999). Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the Multifactor Leadership. *Journal of occupational and organizational psychology*, 72(4), 441-462.
- Bass, B. M., Avolio, B. J. (1993). Transformation Leadership and organizational culture. *Public Administration Quarterly*, 17(1), 112-122.
- Bono, J., and Judge, T. (2003). Self-concordance at work: toward understanding the motivational effects of transformational leadership. *Academy of Management Journal*, 46, 554-571.

- Dumdum, U. R. ,Lowe, K. B. , and Avolio, B. (2002). *A Meta-Analysis of Transformational and Transactional Leadership Correlate to Effectiveness and Satisfaction; An Update and Extension*. In Avolio, B. J. and Yummarino, F. J. (Eds), *Transformational and Charismatic Leadership: The Road Ahead*, Oxford, UK, Elsevier Science, 2 : 35-66,
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, NY: Guildford Press.
- Joo, B. -K., Jun Yoon, H., and Jeung, C. -W. (2012). The Effect of core self-evaluations and transformational leadership on organizational commitment. *Leadership and Organization Development Journal*, 33(6), 564-582.
- Kim, H., and Kim, J. (2013). A cross-level study of transformational leadership and organizational affective commitment in the Korean Local Governments: Mediating role of procedural justice and moderating role of culture types based on competing values framework. *Leadership*, 11(2), 158-185.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., and Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of vocational behavior*, 61(1), 20-52.
- Morrison RS, Jones L and Fuller B. (1997). The relation between leadership style and empowerment on job satisfaction of nurses. *Journal of Nursing Administration* 27(5), 27-34.
- Mowday, R., Steers, R., and Porter, L. (1982). *Employee- Organizational Linkages (The Psychology of commitment, Absenteeism, and Turnover)*. New York: Academic Press.
- Nguni, S., Slegers, P., and Denessen, E. (2006). Transformational and transactional leadership effects on teachers' job satisfaction, organizational commitment, and organizational citizenship behavior in primary schools: *The Tanzanian case. School effectiveness and school improvement*, 17(2), 145-177.
- Walumbwa, F. O., Wang, P., Lawler, J. J. & Shi, K. (2004). The role of collective efficacy in the relations between transformational leadership and work outcomes. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 515-530.

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาพื้นที่เทศบาลนครสงขลา

Expectations and Satisfaction of Elders Towards Social Welfare in Accordance with the Standards of Elders' Assistance: A Case Study of Songkhla Municipality

ฉัตรวาริ แทนสุวรรณ

Chatwaree Tansuwan¹

วิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์

Wisanutpong Potipiroon²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน และประเมินความต้องการจำเป็นในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุเทศบาลนครสงขลา จำนวน 180 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่ากลาง และการประเมินความต้องการจำเป็น ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุอยู่ในระดับมาก แต่ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในทุกด้าน ด้านที่มีความแตกต่างมากที่สุด คือด้านรายได้ และ ผลการประเมินความต้องการจำเป็นของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล มีความต้องการให้มีการจัดให้บริการตรวจสุขภาพที่บ้านเป็นความต้องการจำเป็นเร่งด่วน

คำสำคัญ: ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ผู้สูงอายุ สวัสดิการสังคม

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: chatwaree_sk@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: wisanutpong.p@psu.ac.th

Abstract

Elders are considered by society as a vulnerable group. The purposes of this research are 1) to examine the level of expectation and satisfaction of elders towards social welfare in accordance with the standards of elders' assistance in 5 different aspects 2) to examine the differences in the levels of such expectation and satisfaction and 3) to assess which aspects of the social welfare is most urgent. The sample for this study was collected from 180 elders who are members of the Elders' Society in Songkhla Municipality. The data were analyzed using frequency, percentage, means, standard deviation, paired t-tests and modified Priority Needs Index: (PNI_{modified}). The results showed that the expectations of the elders towards social welfare were at a high level in all five aspects but the satisfaction of the elders towards social welfare was at a moderate level. When comparing the levels of expectations and satisfaction, the results showed statistically significant differences at the level of 0.05 in all five aspects. The largest difference lies in the income issue. Prioritization analysis showed that health and medical needs (i.e., the needs to have physical check-up service at home) were viewed as most urgent.

Keywords: Expectations, Satisfaction, Elders, Social Welfare

บทนำ

จากนโยบายด้านประชากรและการวางแผนครอบครัวที่ประสบผลสำเร็จ ตลอดจนความก้าวหน้าในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความก้าวหน้าทางการศึกษา ทาง การแพทย์ สาธารณสุข และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลทำให้ภาวะเจริญพันธุ์และอัตราการเกิดของ ประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง (ปราโมทย์ ประสาทกุล และ ปัทมา ว่าพัฒนางศ์, 2555) ขณะเดียวกันมีการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างประชากรในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากข้อมูลสถิติผู้สูงอายุปี 2560 มีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงขึ้นไปร้อยละ 15.45 และคาดการณ์ว่าในปี 2564 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์” (Complete aged society) และจะเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Super aged society) เมื่อมีประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด ประมาณปี 2574 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556)

ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่สังคมจัดให้อยู่ในกลุ่มผู้ที่มีความเปราะบาง (Vulnerable Group) ที่รัฐ จะต้องจัดสวัสดิการสังคมให้เหมาะสม โดยเฉพาะในปัจจุบันพบว่า การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 ส่งผลโดยตรงต่อผู้สูงอายุวัย 60 ปีขึ้นไป ทั้งนี้ ผู้สูงวัยที่มีอายุมากกว่า 80 ปี เป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการติดเชื้อมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มเสี่ยงอื่น โดยอาจมาจากระบบภูมิคุ้มกันโรคที่ต่ำลงตามวัย ผู้สูงอายุจึงเป็นประชากรกลุ่มเสี่ยงและมีอัตราการเสียชีวิตสูงที่ต้องเฝ้าระวังเป็นพิเศษ (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563) จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว การเตรียมความพร้อม จึงเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนต้องตระหนักและมีการเตรียมการด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งระดมทรัพยากรและ

สหวิทยาการต่าง ๆ เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพ ด้านสังคม การส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี การคุ้มครองดูแลผู้สูงอายุ การจัดสวัสดิการให้สามารถเข้าถึงบริการที่จำเป็น ขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ตลอดจนการสร้างหลักประกันทางสังคม เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับผู้สูงอายุ อย่างทั่วถึง (สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ, 2563)

นับตั้งแต่มีการตราพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ให้ท้องถิ่นในการจัดสวัสดิการสังคม และมาตรการในการรองรับพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุตอบสนองความต้องการตามนโยบายแห่งรัฐหรือสิทธิอันพึงได้อย่างทั่วถึง เหมาะสม เป็นธรรม อีกทั้งกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย ในฐานะหน่วยงานส่งเสริมสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ ได้แบ่งประเภทมาตรฐานด้านต่างๆ รวม 6 ด้าน คือ มาตรฐานด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล มาตรฐานด้านรายได้ มาตรฐานด้านที่พักอาศัย มาตรฐานด้านนันทนาการ มาตรฐานด้านความมั่นคงทางสังคมครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง และมาตรฐานด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใช้เป็นกรอบแนวทางในการทำงานด้านการจัดสวัสดิการสังคมเกี่ยวกับผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐาน และตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เกิดประโยชน์ และความพึงพอใจแก่ประชาชน ในมาตรฐานขั้นต่ำที่เท่าเทียมกัน ส่งผลให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2548)

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการจัดบริการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยเลือกศึกษา กลุ่มผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครสงขลา เนื่องจากเทศบาลนครสงขลา มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 18.07 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (งานทะเบียนราษฎร เทศบาลนครสงขลา, 2563) ซึ่งถือได้ว่าเทศบาลนครสงขลาก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจำเป็นต้องให้ความสำคัญและเตรียมความพร้อมในหลายๆ ด้านเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบในการจัดบริการขั้นพื้นฐานของสังคม อันจะนำไปสู่สภาวะการพึ่งพิงและมาตรฐานการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนกลุ่มนี้ในอนาคต อีกทั้งจากการปฏิบัติงานในหน้าที่โดยตรงของผู้วิจัย พบว่า ยังไม่ทราบข้อมูลที่แท้จริงว่า ผู้สูงอายุมีความคาดหวังและความต้องการในการบริการสวัสดิการสังคมเพียงใด รวมทั้งมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสวัสดิการสังคมมากน้อยเพียงใด ทำให้ขาดข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางด้านผู้สูงอายุ อีกทั้งปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานด้านสวัสดิการสังคม ทั้งนี้ข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมให้เทศบาลนครสงขลาสามารถดำเนินงานด้านสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น รวมทั้งนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องและตอบสนองกับความต้องการของผู้สูงอายุ ตลอดจนเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการพัฒนางานด้านสวัสดิการสังคมให้บรรลุเป้าหมายในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน
3. เพื่อประเมินความต้องการจำเป็นในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน

การทบทวนวรรณกรรม

มาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การสงเคราะห์ผู้สูงอายุเป็นภารกิจหน้าที่หนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดบริการสาธารณะเพื่อประชาชน ซึ่งได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 โดยกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ในฐานะหน่วยงานส่งเสริมสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประมวลและสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการจัดสวัสดิการสังคมและการบริการสาธารณะแก่ผู้สูงอายุ และข้อกำหนด ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสรุปเป็นพื้นฐานแนวทางการจัดทำมาตรฐานการจัดบริการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ เพื่อให้ได้มาตรฐานที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารและให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ประชาชน รวมทั้งเพื่อเป็นหลักประกันว่าประชาชนจะได้รับบริการสาธารณะในมาตรฐานขั้นต่ำที่เท่าเทียมกัน ส่งผลให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นโดยได้แบ่งเป็นประเภทมาตรฐานด้านต่าง ๆ รวม 6 ด้าน ได้แก่ (1) มาตรฐานด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล (2) มาตรฐานด้านรายได้ (3) มาตรฐานด้านที่พักอาศัย (4) มาตรฐานด้านนันทนาการ (5) มาตรฐานด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง และ (6) มาตรฐานด้านการสร้างบริการและเครือข่ายการเกื้อหนุน (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2548) แต่สำหรับงานวิจัยนี้จะให้ความสำคัญกับสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน คือ (1) มาตรฐานด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล (2) มาตรฐานด้านรายได้ (3) มาตรฐานด้านนันทนาการ (4) มาตรฐานด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง และ (5) มาตรฐานด้านการสร้างบริการและเครือข่ายการเกื้อหนุน

แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy) ของบุคคล

โดยปกติ บุคคลมีความต้องการและความคาดหวัง (Expectations) เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค เมื่อปัจจัยเหล่านั้นได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลจะมีความต้องการระดับสูงขึ้นไปเรื่อยๆ จากความต้องการเหล่านี้เองทำให้บุคคลมีความพยายามที่จะดำเนินการใดๆ เพื่อบรรลุความต้องการดังกล่าว ดังนั้น ความคาดหวังจึงเป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต Alderfer (1972, อ้างถึงในชุดิภาศ แก้วเพชร และ สิญาธร นาคพิน, 2562) (Alderfer's Existence-Relatedness-Growth Theory) สรุปว่ามนุษย์มีความต้องการการอยู่รอดเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานทางกายภาพของมนุษย์ ในประเด็นนี้ พงษ์ศิริ ประรณาดิ (2551, อ้างถึงในบุญทริกา ลอยมา, 2557) ระบุว่า ความคาดหวังของผู้สูงอายุประกอบด้วย (1) ความเป็นอยู่ที่ดีในการดำเนินชีวิตประจำวัน (2) การดำเนินชีวิตที่เอื้อต่อสุขภาพ

(3) ความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตใจและสังคม 4) ความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจ และ 5) ความพึงพอใจในชีวิต
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) ของบุคคล

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก็ตอนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป (Maslow, 1968) ตัวอย่างเช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่นหรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตเป็นอยู่ภายในสังคม ทั้งด้านกายภาพ ความปลอดภัย ความรัก ความยกย่อง รวมถึงการความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการประสบความสำเร็จในชีวิต ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีความสุข ความสบายใจ เมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการ แต่ตรงกันข้ามถ้าหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้นแต่จะเกิดทัศนคติทางลบ ซึ่งความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อบริการของรัฐขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการซึ่งพิจารณาได้จาก 5 เกณฑ์ ได้แก่ (1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (2) การให้บริการอย่างทันเวลา (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ (5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า Millett (1954, อ้างถึงใน จิรินทร์ วิทสูงเนิน, 2553)

การเปรียบเทียบความคาดหวังและสิ่งที่คุณได้รับ

ผู้สูงอายุมีความคาดหวังต่อการบริการสวัสดิการสังคม ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ดังนั้นบริการทางด้านสวัสดิการสังคมจึงเป็นสิ่งจำเป็น เป็นที่พึงอีกทางหนึ่งของผู้สูงอายุที่จะตอบสนองความต้องการแก่ผู้สูงอายุ ส่วนระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุจะมากน้อย ถูกกำหนดโดยความสามารถวิถีชีวิตของผู้ที่ต้องการเป็นหลัก ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วก็จะได้รับความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันผู้สูงอายุก็มีความคาดหวังที่จะสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจเสมอ จูรีวิญญู เพชรศรี (2556)

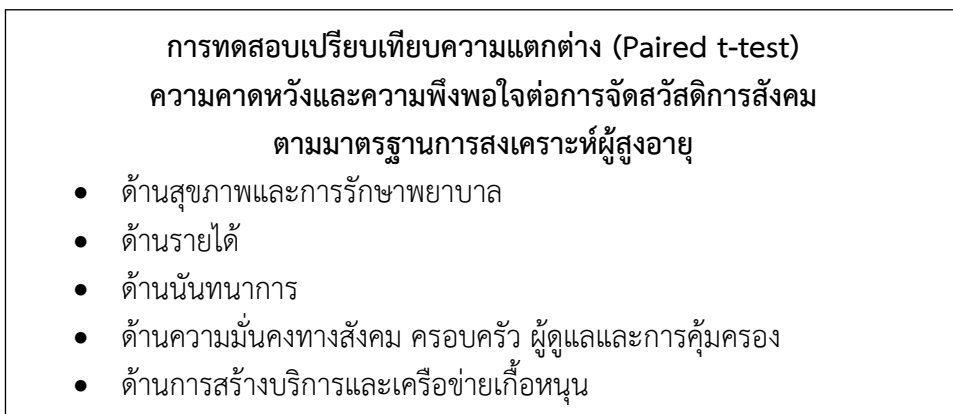
สมมติฐานการวิจัย

1. ความคาดหวังของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก
2. ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง
3. ความคาดหวังต่างกับความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดัดแปลงมาจากเครื่องมือวิจัยของรัชนิกรณ์ สุทธธรรมรัตน์ (2554) ประกอบกับการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวทางมาตรฐานการจัดบริการสาธารณะผู้สูงอายุ โดยได้แบ่งเป็นประเภทมาตรฐานด้านต่างๆ รวม 6 ด้าน ได้แก่ (1) มาตรฐานด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล (2) มาตรฐานด้านรายได้

(3) มาตรฐานด้านที่พักอาศัย (4) มาตรฐานด้านนันทนาการ (5) มาตรฐานด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง และ (6) มาตรฐานด้านการสร้างบริการและเครือข่ายการเกื้อหนุน มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน นำมาซึ่งกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์การประมาณจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) ผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้สูงอายุเทศบาลนครสงขลา จำนวน 1,800 คน ได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 180 คน (ร้อยละ 10 ของจำนวนประชากร)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในการทำงานด้านการจัดสวัสดิการสังคมเกี่ยวกับผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานขั้นต่ำที่เท่าเทียมกัน ดังนั้นการวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงได้นำกรอบมาตรฐานตัวชี้วัดขั้นพื้นฐาน และตัวชี้วัดขั้นพัฒนาในการจัดบริการด้านการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2548) มาดัดแปลงเพื่อให้เหมาะสมกับพื้นที่และประชากร

การแปลความหมายของระดับความคาดหวังและความพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมในครั้งนี้ จะแปรผลจากคะแนนเฉลี่ยที่วัดได้จากการรวมคะแนนของมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน และนำมาหาค่าเฉลี่ย สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมาย (จิววิญญู เพชรศรี, 2556) คือ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 2.33 หมายความว่า ระดับสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34 – 3.66 หมายความว่า ระดับสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.67 – 5.00 หมายความว่า ระดับสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ
อยู่ในระดับมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนคร
สงขลา โดยแจ้งประธานชมรมผู้สูงอายุเทศบาลนครสงขลา เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลของสมาชิก
ชมรมผู้สูงอายุในการประชุมประจำเดือน และในวันที่มีการจัดกิจกรรมของชมรมผู้สูงอายุเทศบาลนคร
สงขลา ทั้งนี้ ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย อธิบายและอ่านข้อคำถามและคำตอบในแบบประเมิน
ให้ฟังที่ละข้อ จนครบจำนวน 180 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมี
รายละเอียดดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่า
ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของ
ผู้สูงอายุต่อการจัดสวัสดิการสังคมโดยใช้สถิติ (Paired t-test)
3. การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการจำเป็น ในการจัดลำดับความสำคัญของ
ความต้องการจำเป็นในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ โดยใช้ดัชนีความสำคัญของลำดับความ
ต้องการจำเป็น หรือ Modified Priority Needs Index : PNI_{modified} (สุวิมล ว่องวานิช, 2550)

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ สรุปได้ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านประชากรของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครสงขลา

จากการศึกษาองค์ประกอบด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ
เทศบาลนครสงขลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 89.40 มีช่วงอายุ 66 –
70 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.90 นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 96.10 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ
55.00 การศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 50.60 ไม่ประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 28.90
และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,001 – 3,000 บาท มีบุคคลที่ดูแลเป็นประจำคือบุตร/หลาน คิดเป็นร้อยละ
57.20 มีสุขภาพแข็งแรงดี คิดเป็นร้อยละ 54.60 ส่วนใหญ่เป็นโรคความดันโลหิต คิดเป็นร้อยละ 41.10
และได้เข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี ปีละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.60 ได้รับสวัสดิการสังคมด้าน
เบี้ยยังชีพ คิดเป็นร้อยละ 65.60

2. ผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตาม มาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน

จากการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตาม
มาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน ความคาดหวังของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐาน
การสงเคราะห์ผู้สูงอายุด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล ด้านรายได้ ด้านนันทนาการ ด้านความมั่นคง
ทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง และด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกี่ยวพัน อยู่ใน
ระดับมาก (\bar{X} = 4.33 ,S.D. = 0.54; \bar{X} = 4.31 ,S.D. = 0.68; \bar{X} = 4.30 ,S.D. = 0.62; \bar{X} = 4.28,

S.D. = 0.59; \bar{X} = 4.24 ,S.D. = 0.70) โดยในภาพรวม พบว่า ความคาดหวังของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.29 ,S.D. = 0.63) ขณะที่ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.39 ,S.D. = 0.88; \bar{X} = 3.36 ,S.D. = 0.92; \bar{X} = 3.53 ,S.D. = 0.95; \bar{X} = 3.43 ,S.D. = 0.95; \bar{X} = 3.43 ,S.D. = 1.04) โดยในภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.34 ,S.D. = 0.95) รายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน (n=180)

สวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล	4.33	0.54	มาก	3.39	0.88	ปานกลาง
ด้านรายได้	4.31	0.68	มาก	3.36	0.92	ปานกลาง
ด้านนันทนาการ	4.30	0.62	มาก	3.53	0.95	ปานกลาง
ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง	4.28	0.59	มาก	3.43	0.95	ปานกลาง
ด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน	4.24	0.70	มาก	3.43	1.04	ปานกลาง
รวม	4.29	0.63	มาก	3.43	0.95	ปานกลาง

3. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน

การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน ด้วยค่าสถิติที (Paired Sample t-test) พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะด้านรายได้ ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล และด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง ที่มีความแตกต่างกันมากระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน

สวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน	ระดับความคาดหวัง		ระดับความพึงพอใจ		t-test	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล	4.33	0.54	3.39	0.88	13.499	.000
ด้านรายได้	4.31	0.68	3.36	0.92	13.700	.000
ด้านนันทนาการ	4.30	0.62	3.53	0.95	12.542	.000
ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง	4.28	0.59	3.43	0.95	13.010	.000
ด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน	4.24	0.70	3.43	1.04	11.999	.000
รวม	4.29	0.63	3.43	0.95	12.95	.000

4. ผลการวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการจำเป็น ในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ โดยใช้ดัชนีความสำคัญของลำดับความต้องการจำเป็น หรือ Modified Priority Needs Index : PNI_{modified} พบว่า โดยภาพรวมของความต้องการจำเป็นของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน มีค่าเท่ากับ 0.25 โดยผู้สูงอายุมีความต้องการจำเป็นต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล และด้านรายได้เป็นอันดับแรก (PNI_{modified} = 0.28) โดยเฉพาะด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล มีความต้องการจำเป็นในเรื่องการจัดให้มีบริการตรวจสุขภาพที่บ้านมากที่สุด (PNI_{modified}) เท่ากับ 0.33 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

สรุปผลการประเมินความต้องการจำเป็นในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน

สวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน	ระดับความคาดหวัง		แปรผล	ระดับความพึงพอใจ		แปรผล	PNI	ลำดับ
	\bar{X}	S.D.		\bar{X}	S.D.			
ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล	4.33	0.54	มาก	3.39	0.88	ปานกลาง	0.28	1
ด้านรายได้	4.31	0.68	มาก	3.36	0.92	ปานกลาง	0.28	1
ด้านนันทนาการ	4.30	0.62	มาก	3.53	0.95	ปานกลาง	0.22	5
ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง	4.28	0.59	มาก	3.43	0.95	ปานกลาง	0.25	3
ด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน	4.24	0.70	มาก	3.43	1.04	ปานกลาง	0.24	4
รวม	4.29	0.63	มาก	3.43	0.95	ปานกลาง	0.25	

อภิปรายผล

1. ความคาดหวังของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก

จากการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน กรณีศึกษาพื้นที่เทศบาลนครสงขลา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมด้านสุขภาพและรักษาพยาบาลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สามารถอธิบายได้ว่า ความคาดหวังในตัวบุคคลนั้น บุคคลมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่าง ทุกชีวิตพยายามดิ้นรนแสวงหาอย่างน้อยที่สุดก็คือ ความต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค เมื่อปัจจัยเหล่านี้ได้รับการตอบสนองแล้วก็มีความต้องการระดับสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ จากความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างนี้เองทำให้เกิดความพยายามกระทำดำเนินการด้วยวิธีหนึ่งวิธีใดด้วยสื่อหรือเครื่องมืออย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้บรรลุความพอใจหรือเพื่อให้ได้รับผลของการดำเนินการนั้นตามที่ได้แสดงความพยายามนั่นเอง เรียกว่า ความคาดหวัง ซึ่งความคาดหวังของผู้สูงอายุ พงษ์ศิริ ปรารธนาดี (2551 อ้างถึงในบุญทริกา ลอยมา, 2557) ประกอบด้วย (1) ความเป็นอยู่ที่ดีในการดำเนินชีวิตประจำวัน (2) การดำเนินชีวิตที่เอื้อต่อสุขภาพ (3) ความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตใจและสังคม (4) ความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจ และ (5) ความพึงพอใจในชีวิต นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นันทนา อยู่สบาย, 2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในองค์การบริหารส่วนตำบลศิระจรเข้ชั้นน้อย ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมอยู่ในระดับมากทุกด้าน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกรณ สุทธธรรมรัตน์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการของผู้สูงอายุต่อการจัดสวัสดิการสังคมในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองสะเตา อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ผลของการวิจัยโดยภาพรวมของความต้องการของผู้สูงอายุต่อการจัดสวัสดิการสังคมอยู่ในระดับมาก ผลของการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุมีความต้องการขั้นพื้นฐานเหมือนกับบุคคลช่วงวัยอื่น ๆ มีสิทธิที่จะได้รับการตอบสนองจากสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ โดยไม่แบ่งแยกสถานะทางสังคม ความต้องการของผู้สูงอายุ ไม่ได้แตกต่างจากความต้องการขั้นพื้นฐานของคนทั่วไป เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนควรได้รับการตอบสนองจากภาครัฐ

2. ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง

จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ 5 ด้าน กรณีศึกษาพื้นที่เทศบาลนครสงขลา อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมด้านนันทนาการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัย (พระมหาเกรียงไกร กิตติบุญโณ, 2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลปกาสัย อำเภอเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ ผลของการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลปกาสัย อำเภอเหนือคลอง จังหวัดกระบี่โดยภาพรวมและรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จิรนันทร วิกสูงเนิน, 2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่รับสวัสดิการสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ยกเว้น ด้านที่พักและศูนย์บริการเท่านั้น

การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีความสุข ความสบายใจ เมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการ แต่ตรงกันข้ามถ้าหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น แต่จะเกิดทัศนคติทางลบ ซึ่งความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อบริการของรัฐขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการ

3. ความคาดหวังต่างกับความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคม กรณีศึกษาพื้นที่เทศบาลนครสงขลา พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล ด้านรายได้ ด้านนันทนาการ ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแลและการคุ้มครอง และด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมมีความแตกต่างกันพอสมควร โดยด้านที่มีความแตกต่างมากที่สุดคือ ด้านรายได้ แสดงว่าความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มีต่อความคาดหวังกับความพึงพอใจในสวัสดิการสังคมแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุรีวิญญู เพชรศรี (2556) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อสวัสดิการสังคมในเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีความคาดหวังต่อบริการสวัสดิการสังคมในเทศบาลเมืองเขารูปช้างสูงกว่าความพึงพอใจ แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความแตกต่างจากวัยอื่น ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เป็นวัยบั้นปลายชีวิต ดังนั้นปัญหาของผู้สูงอายุในทุกด้าน จึงแตกต่างจากคนในวัยอื่น ประกอบกับมนุษย์มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ซึ่งเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองแล้วก็จะได้รับความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันก็จะมีมีความคาดหวังที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจเสมอ แต่ในฐานะผู้ให้บริการจะต้องมีการพัฒนาการบริการให้ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของประชาชนให้ได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยระบบการจัดบริการสังคมต้องคำนึงถึงศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์และสิทธิที่ประชาชนต้องได้รับ และผลการวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ความความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ประสบการณ์ การเรียนรู้ พื้นฐานของการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นความคาดหวังต่อสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุจะส่งผลต่อการให้ความสำคัญต่อความต้องการของผู้สูงอายุเพื่อนำมาสนับสนุนการตัดสินใจในการจัดสวัสดิการสังคมที่ตรงต่อความต้องการของผู้สูงอายุ และความพึงพอใจต่อสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุจะส่งผลให้สามารถมีการพัฒนาการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นผลดีกับองค์กรและเจ้าหน้าที่

4. การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ

จากการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการจำเป็นต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล และด้านรายได้เป็นอันดับแรก และเมื่อจัดลำดับความต้องการจำเป็นของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล มีความต้องการจำเป็นในเรื่องการจัดให้มีบริการตรวจสุขภาพที่บ้านมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุต้องการให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเข้าไปดูแลให้ทั่วถึง แต่ที่ผ่านมายังไม่สามารถดูแลให้ครอบคลุมทั่วพื้นที่ ทั้งนี้อาจเนื่องจากบุคลากรไม่เพียงพอ ทำให้งานมี

มากกว่าคน แต่หากมองอีกมุมหนึ่ง อาจเกิดการจิตส่วสติการสังคมของภาครัฐไม่ทั่วถึง ขาดความต่อเนื่อง และความเท่าเทียมกัน รวมถึงจำกัดเฉพาะกลุ่มที่สามารถรู้ถึงแหล่งข้อมูล ทำให้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความต้องการสวัสดิการสังคมและด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาที่ตนประสบอยู่ โดยเฉพาะความต้องการในด้านสุขภาพอนามัย เมื่อบุคคลก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุแล้ว ความแข็งแรงของร่างกายและการปรับความสมดุลทางกายจะลดลง ทำให้เกิดภาวะไม่สุขสบายทางกายเกิดขึ้น หากในช่วงวัยกลางคนหรือช่วงวัยที่ยังทำงาน ไม่มีการดูแลสุขภาพที่ดีแล้ว ย่อมจะเกิดปัญหาสุขภาพในวัยสูงอายุมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้สูงอายุมีความคาดหวังต่อสวัสดิการสังคมด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาลอยู่ในระดับมากนั้น ซึ่งผู้สูงอายุมีความคาดหวังความต้องการมากกว่าด้านอื่น ๆ อีกทั้งจากผลการจัดลำดับความต้องการจำเป็นของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคมตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล มีความต้องการจำเป็นในเรื่องการจัดให้มีบริการตรวจสอบสุขภาพที่บ้านมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะต้องนำผลการวิจัยที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขในด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาลให้ดีขึ้นกว่าเดิม และควรเร่งดำเนินการให้เป็นรูปธรรมมากที่สุด รวมทั้งควรมีนโยบายและแนวทางการปฏิบัติที่ไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้การตอบสนองต่อสวัสดิการสังคมตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุมากที่สุด และต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวความคิดในการให้บริการสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุจากเชิงรับมาเป็นเชิงรุกมากขึ้น เช่น การให้บริการตรวจสอบสุขภาพที่บ้าน เป็นต้น และเปลี่ยนจากการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุมาเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุบนพื้นฐานของข้อเท็จจริงอย่างแท้จริง

1.2 ความพึงพอใจของผู้สูงอายุและการให้บริการสวัสดิการสังคมต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปทั้งต่อผู้สูงอายุและองค์กร ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า องค์กรควรปรับปรุงพัฒนาด้านรายได้ เนื่องจากผู้สูงอายุมีความพึงพอใจน้อยที่สุดและอยู่ในระดับปานกลาง โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเรื่องฝึกอบรม พัฒนาทักษะ หรือการต่อยอดอาชีพที่เหมาะสมให้กับผู้สูงอายุอย่างเป็นระบบตั้งแต่กระบวนการผลิต การขาย การตลาด วิธีการเก็บออม เพื่อสร้างคุณค่าและคลายความวิตกกังวลในเรื่องรายได้และภาระหนี้สินแก่ผู้สูงอายุ และสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างมีศักดิ์ศรี อีกทั้งจะต้องดำเนินการในการสร้างความมั่นคงทางด้านรายได้เพื่อการยังชีพด้วยตนเอง โดยทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานทางด้านศักยภาพของผู้สูงอายุ ทุกชุมชน และใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาศักยภาพในการส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุ มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพให้สามารถทำงานเลี้ยงชีพได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังต้องมีการกระตุ้นส่งเสริมการออม ก่อนเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมถึงสภาพปัญหาและความต้องการอันแท้จริงของผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง

2.2 ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น คณะผู้บริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบาย เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้ให้บริการแก่ผู้สูงอายุ เนื่องจากประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นผู้สูงอายุซึ่งเป็นผู้รับบริการเท่านั้น ถ้าเพิ่มเติมกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา ซึ่งอาจจะได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติดูแลผู้สูงอายุในพื้นที่ นำไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของการให้บริการ การจัดสวัสดิการสังคมให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้สูงอายุ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อการให้บริการ

2.3 ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความร่วมมือแบบบูรณาการการทำงานร่วมกันทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้สูงอายุ กล่าวคือ การวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาเกี่ยวกับผู้สูงอายุ การกำหนดทิศทางการพัฒนา และการกำหนดเจ้าภาพในการทำงาน โดยยึดหลักการส่งเสริมและการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). เข้าถึงได้จาก

<https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/index.php>.

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2548). *มาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย.

ขวัญ สงวนเสริมศรี. (2552). *แนวทางการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล(อบต.)ในจังหวัดพะเยา*. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

จิรันดร วิกสูงเนิน. (2552). *ความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา*. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโครงการและการประเมินโครงการ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

จรีวิญญู เพชรศรี. (2556). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อสวัสดิการสังคมในเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา*. สารนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นันทนา อยู่สบาย. (2557). *ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในองค์การบริหารส่วนตำบลศรีระชาจรเข้ชั้น้อย อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ*. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ: มหาวิทยาลัยบูรพา.

บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุญชริกา ลอยมา. (2557). *การวัดความสุขของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตรธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปราโมทย์ ประสาทกุล และ ปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์. (2555). *สุขภาพคนไทย 2555 : ความมั่นคงทางอาหาร การเจ็บป่วย และการตาย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

พระมหาเกรียงไกร กิตติปัญโญ. (2561). *ความพึงพอใจต่อการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลปกาไสย์ อำเภอเหนือคลอง จังหวัดกระบี่*. *Journal of MCU Social Development*, 88.

-
- มัทนา จริยรัตน์ไพศาล และอรอนงค์ แจ่มผล. (2551). รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาปัญหาและ
ความต้องการการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุในจังหวัดกำแพงเพชร. กำแพงเพชร: คณะวิทยาการ
จัดการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- รัชนิกรณ์ สุทธธรรมรัตน์. (2554). ความต้องการของผู้สูงอายุต่อการจัดสวัสดิการสังคมในเขตพื้นที่
เทศบาลเมืองสะเตา อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (21 พฤศจิกายน 2556). เข้าถึงได้จาก
<http://social.nesdc.go.th/social/>.
- สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ. (18 เมษายน 2563).
http://www.oppo.opp.go.th/info/strategy_56-59.pdf.
- สุวิมล ว่องวาณิช. (2550). การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบง: การวิเคราะห์ปัจจัยเกื้อหนุนและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน

Flood Risk Management of Libong Island: The Analysis of Supporting Factors and Obstacles

ศิวะ ยงประเดิม

Siwa Youngpraderm¹

สมพร คุณวิชิต

Somporn Khunwishit²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเกื้อหนุนและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบง จังหวัดตรัง พื้นที่ศึกษาเป็น 2 หมู่บ้านที่ประสบปัญหาอุทกภัยบ่อยครั้ง ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 34 คน ซึ่งถูกคัดเลือกด้วยวิธีเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเชิงอุปนัย

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยเกื้อหนุนมาจาก (1) คุณลักษณะของผู้นำชุมชนและผู้นำศาสนาที่ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของชุมชน (2) รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเกิดจากการที่คนในชุมชนมองปัญหาภัยพิบัติว่าเป็นปัญหาสาธารณะ ที่ต้องร่วมกันแก้ไขจึงเต็มใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างสมัครสมานสามัคคี และ (3) ความสามัคคีของคนในชุมชนซึ่งมาจากความเป็นเครือญาติ สำหรับปัจจัยที่เป็นปัญหา/อุปสรรคสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มปัญหาในเชิงกายภาพ/โครงสร้าง และกลุ่มปัญหาที่ไม่ใช่โครงสร้าง จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางจัดการภัยพิบัติโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ที่เหมาะสมกับบริบทในพื้นที่ เพื่อให้เกาะลิบงมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงภัยพิบัติที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

คำสำคัญ: ความเสี่ยงอุทกภัย การจัดการความเสี่ยงภัยพิบัติ เกาะลิบง

Abstract

The main purpose of this research was to identify supporting factors and obstacles in managing flood risk of Libong Island, Trang Province. The study areas of this study were two villages which were prone to flood disaster and often hit by flooding since 2010. Snowball sampling was employed to select 34 key informants. Data were collected using in-depth and focused-group interviews, and then, analyzed using induction analysis to identify conceptual themes. Findings are as follows:

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: siwa.y@psu.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: somporn.kh@psu.ac.th

Three main themes were identified as supporting factors for flood risk management in Libong Island. These included: (1) Village and religious leaders who were able to gain active participation and commitment from village members; (2) Public problem-based participation; and (3) Social cohesion of village members as most of them were relatives. In terms of obstacles, there were two major groups of problems that hindered the implementation of flood risk management measures in this island. These groups of problems were categorized into physical/structural and non-structural. Details were also discussed in the paper. Based on all these findings, recommendations based on community-based disaster risk management (CBDRM) approached were made for Libong Island to better manage flood risk in the future.

Keywords: Flood Risk, Disaster Risk Management, Libong Island

บทนำ

เกาะลิบง มีลักษณะคล้ายรูปสามเหลี่ยมฐานภูเขา แม้เป็นรูปแนวยาวไปทิศเหนือและทิศใต้ จากนั้นค่อยลาดเอียงลงมาทางทิศตะวันออก จนกระทั่งเป็นที่ราบก่อนถึงชายทะเล โดยอยู่ภายใต้ลมมรสุม 2 ลักษณะ คือ (1) ลมพรีด³ เป็นลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดจากมหาสมุทรเข้าหาฝั่งเกาะทางทิศตะวันตกเฉียงใต้เกิดช่วงพฤษภาคมถึงปลายพฤศจิกายน (2) ลมออก⁴ เป็นลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดจากทะเลจีนใต้ฝั่งภาคใต้ตะวันออก เข้าสู่เกาะทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือเกิดในช่วงเดือนธันวาคมจนถึงเมษายน (นิสิต ชัยฤทธิ์, 2562) แม้ว่าสภาพภูมิศาสตร์ของเกาะลิบง หากมองโดยทั่วไปโอกาสการเกิดอุทกภัยมีความเป็นไปได้น้อย แต่ในทางตรงกันข้ามพบว่า ใน 10 ปีที่ผ่านมา (2553-2563) เกิดเหตุการณ์อุทกภัยสูงถึง 7 ครั้ง ดังตัวอย่างเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความเสียหายรุนแรงครั้งหนึ่ง คือ อุทกภัยในปี 2559 ที่ได้เกิดน้ำท่วมฉับพลันและดินโคลนถล่มในเกาะลิบง หมู่บ้านที่ได้รับผลกระทบ ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านโคกสะทอน หมู่ที่ 7 บ้านทรายแก้ว และพื้นที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ หมู่ที่ 4 บ้านบาตูปูเต๊ะและหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขา โดยน้ำป่าไหลหลากเข้าสู่บ้านเรือนพังเสียหาย 3 หลัง ทำให้ชาวบ้านต้องอพยพทรัพย์สินกว่า 40 คริวเรือน เนื่องจากเป็นพื้นที่เส้นทางน้ำไหลลงสู่ทะเลและเป็นพื้นที่เสี่ยงดินโคลนถล่ม สำหรับการฟื้นฟูและเยียวยาที่ผ่านมานั้น เป็นเพียงการจ่ายเงินค่าชดเชยความเสียหายจากหน่วยงานภาครัฐให้กับชาวบ้านและการเฝ้าระวังในชุมชนไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบ⁵ (อับดุลรอหิม ขุนรักษา, 2562) และที่สำคัญไม่มีการดำเนินการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังในระดับอำเภอและจังหวัด เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนในการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบง จึงประสบปัญหาอุทกภัยเป็นบ่อยครั้ง

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยโดยเลือกพื้นที่ศึกษา คือ เกาะลิบง อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความล่อแหลมหรือเปิดรับต่ออุทกภัยภายในเกาะค่อนข้างบ่อย ทั้งยังเป็นพื้นที่เกาะห่างไกลจากแผ่นดินใหญ่เสี่ยงต่อการถูกตัดขาด

³ เป็นภาษาถิ่นชาวใต้ ในภาษากลางหมายถึง ลมมรสุม จากการอธิบายของนิสิต ชัยฤทธิ์. อ้างแล้ว

⁴ เป็นภาษาถิ่นชาวใต้ ในภาษากลางหมายถึง ลมสงบ จากการอธิบายของนิสิต ชัยฤทธิ์. อ้างแล้ว

⁵ สัมภาษณ์ นายอับดุลรอหิม ขุนรักษา, 25 พฤษภาคม 2562.

จากโลกภายนอก การช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องย่อมเกิดภัยพิบัติเป็นไปอย่างยากลำบากดังนั้น ควรที่จะมีการศึกษาว่า ที่ผ่านมามีการบริหารจัดการความเสี่ยงอุทกภัยอย่างไร และการมีส่วนร่วมของ ชาวบ้านในการรับมืออุทกภัยภายในเกาะลิตงมีรูปแบบอย่างไร เพื่อที่ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ ปัจจัยเกื้อหนุนและปัญหาอุปสรรค รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดการความเสี่ยงอุทกภัย ที่เหมาะสมสำหรับชุมชนเกาะลิตงในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเกื้อหนุนและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการจัดการความเสี่ยงอุทกภัย ของเกาะลิตง
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยที่เหมาะสมกับบริบทของเกาะลิตง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านวิชาการ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเกื้อหนุนและอุปสรรค รวมทั้งข้อเสนอแนะที่ใช้แนวคิด การจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน สำหรับการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิตงนั้น ที่เป็นพื้นที่กรณีศึกษาใหม่ที่จะช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ในศาสตร์การจัดการภัยพิบัติได้
2. ด้านชุมชนและสังคม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหมู่เกาะอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึง กันในพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย สามารถนำผลการศึกษาและแนวทางข้อเสนอแนะไปปรับใช้ในการกำหนด นโยบาย แผนงาน ทิศทางการพัฒนาชุมชนในการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยในอนาคตได้

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการจัดการความเสี่ยงภัยพิบัติเป็นการดำเนินการเพื่อลดความเสียหายต่อชีวิต และ ทรัพย์สินของประชาชน มีกระบวนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ในการลดปัจจัยที่อาจเป็น ความเสี่ยง ล่วงหน้าก่อนที่เหตุการณ์จะเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดภัยพิบัติในอดีตที่เน้นดำเนินการ ในรูปแบบ การรับมือ โดย Philips, Neal and Webb (2012) ได้อธิบายกิจกรรมการจัดการภัยพิบัติประกอบด้วย 4 กลุ่มกิจกรรมที่สัมพันธ์กันใน 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ก่อนเกิดภัยพิบัติเป็นช่วงที่จะต้องหาโอกาสหรือ แนวทางเพื่อลดผลกระทบภัยพิบัติผ่านกิจกรรม 2 กิจกรรมที่เกิดขึ้น กล่าวคือ การป้องกัน/การลด ผลกระทบ กับการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือ โดยหากดำเนินการในกิจกรรมดังกล่าวได้ดีจะทำให้การ รับมือกับภัยพิบัติที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพ และช่วยให้สามารถฟื้นฟูได้รวดเร็วขึ้น

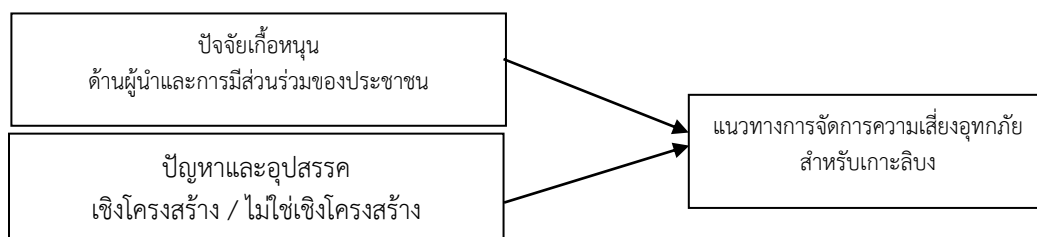
ความเสี่ยงภัยพิบัติที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ภัย เป็นเหตุการณ์ที่อาจสร้าง ความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน (2) ความเปราะบาง คือ ลักษณะของคน ชุมชนและสิ่งก่อสร้างที่ อ่อนไหวต่อการได้รับผลกระทบจากภัย (3) การเปิดรับ/ความล่อแหลม หมายถึง ลักษณะพื้นที่หรือสิ่ง ปลูกสร้างที่อยู่อาศัยที่อยู่บนพื้นที่เสี่ยงที่จะเกิดภัยขึ้นได้ (4) ความสามารถในการรับมือของบุคคลหรือ ชุมชนในการรับมือกับภัยพิบัติที่เกิดขึ้น (สมพร คุณวิชิต, 2561) โดยสามารถอธิบายเป็นสมการได้ ดังนี้

$$\text{ความเสี่ยงเกิดภัยพิบัติ (Disaster)} = \text{ภัย} \times \text{ความเปราะบาง} \times \text{ความล่อแหลม} \\ \text{ความสามารถในการรับมือ}$$

สำหรับความหมายของการจัดการความเสี่ยงภัยพิบัติโดยใช้ชุมชนเป็นฐานนั้น มีตัวอย่างนักวิชาการหลายท่านที่ได้นำเสนอแนวคิด เช่น กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (2550), รัตนภัทร พันโกฏิ (2560), Salajegheh, & Pirmoradi (2013), Zwi et al. (2013), Sjostedt, & Sturegard (2015), Umma et al. (2013), Shaw (2016) และ Department of Disaster Management (DDM) (2010) ของประเทศภูฏาน โดยมีความเห็นความสอดคล้องกันในลักษณะที่ว่า จัดการความเสี่ยงภัยพิบัติโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เป็นการดำเนินงานจัดการภัยพิบัติที่ให้ชุมชนเป็นหัวใจหลัก ในการขับเคลื่อนการจัดการภัยพิบัติในชุมชนเพื่อดำเนินการป้องกัน บรรเทา และฟื้นฟูอย่างมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนตัดสินใจและกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการภัยพิบัติเพื่อลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติให้ส่งผลกระทบต่อชุมชนน้อยที่สุด โดยมีหลักการดำเนินการ ได้แก่ การกำหนดข้อมูลพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจสภาพของชุมชน การประเมินความเสี่ยงภัยพิบัติของชุมชนทั้ง 4 องค์ประกอบการจัดทำแผนจัดการความเสี่ยงภัยพิบัติในชุมชนเพื่อนำไปปฏิบัติการประเมินผลการดำเนินงานและปรับปรุงแก้ไขแผนงานให้เหมาะสมกับพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องทั้ง ไททัศน์ มาลาและคณะ (2556), วิทยา อภรณ์ กิตติศักดิ์ จันทน์ใหม่และคณะ (2559) และเพ็ญประภา ภัทรานุกรมและคณะ (2558) งานวิจัยเหล่านี้นำมาสู่ข้อค้นพบที่สอดคล้องกันว่า ในช่วงก่อนเกิดอุทกภัย ชุมชนมีการวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น การประชุมแผนรับมือภัยพิบัติ การเขียนแผนที่ภัยพิบัติ ต่อมาขณะเกิดอุทกภัย ชุมชนมีมาตรการดำเนินการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ใช้หอกระจายข่าวประกาศ เสียงตามสาย การประสานงานกับศูนย์จัดการภัยพิบัติในพื้นที่ การจัดเตรียมอาสาสมัคร และการระดมทรัพยากรในพื้นที่ รวมทั้งหลังเกิดอุทกภัย ด้านการฟื้นฟูและเยียวยาของเครือข่ายมีการสำรวจข้อมูล ความเสียหายในชุมชน เช่น คริวเรือนที่ประสบภัย ที่อยู่อาศัย จำนวนผู้เสียชีวิต จัดทำแผนสร้างที่อยู่อาศัยและซ่อมแซมระบบโครงสร้างพื้นฐาน การประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรับการสนับสนุนเยียวยาทั้งในด้านร่างกายและจิตใจผู้ประสบอุทกภัย ขณะที่งานวิจัยของ Habiba et al. (2013) งานของ Salajegheh and Pirmordi (2013) และงานของ Sjostedt and Sturegard (2015) ก็มีผลการศึกษาที่คล้ายคลึงกันนั่นคือ การจัดการความเสี่ยงโดยใช้ชุมชนเป็นฐานนั้นเป็นการดำเนินการจากระดับล่างคือ ชาวบ้านในชุมชนสู่ระดับบน (หน่วยงานภาครัฐ) โดยวิธีการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของกระบวนการทั้งหมดในการจัดการภัยพิบัติ ตั้งแต่ระยะก่อนเกิด ขณะเกิดและหลังจากเกิดภัยพิบัติ สิ่งสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนแนวคิดนี้คือ การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนและความเป็นเจ้าของพื้นที่ส่งผลให้ชุมชนเตรียมความพร้อมก่อนเกิดภัยพิบัติ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิด/ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย ดังแผนภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) พื้นที่วิจัย คือ หมู่บ้านในเกาะลิบง ได้แก่ หมู่ที่ 4 บ้านบาตูปูเต๊ะและหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขา โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกและกำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ต้องเป็นผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านการจัดการภัยพิบัติชุมชนในเบื้องต้นหรือเป็นผู้เผชิญอุทกภัยที่ผ่านมา โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำศาสนา หัวหน้าครัวเรือน สตรี คนชราและผู้มีประสบการณ์ในการเผชิญอุทกภัยที่ผ่านมาจำนวน 34 คน ซึ่งใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยอาศัยการแนะนำของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้เก็บข้อมูลหรือมีคุณลักษณะตรงกับสิ่งที่ผู้วิจัยศึกษาในขั้นต้นที่สามารถให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ได้และแนะนำรายชื่อที่จะมาให้สัมภาษณ์เป็นรายต่อไปโดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลในลักษณะนี้ไปจนกว่าจะได้กลุ่มตัวอย่างครบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีการตั้งคำถามปลายเปิดที่พัฒนามาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย การสนทนากลุ่ม (Focus-group Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และการจัดทำแผนที่ (Mapping) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการตีความและสร้างข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่มองเห็น เช่น การทำมาหากิน การประชุม วิธีชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมโดยตั้งสมมติฐานชั่วคราว Working Hypothesis) ในสนามวิจัย (สุภางค์ จันทวานิช, 2553) รวมทั้งสรุปที่ความหมายว่า เป็นอย่างไรและจัดทำตารางหาความสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์หาเหตุการณ์นั้น มีอะไรที่สัมพันธ์และซ้ำกันหรือเกี่ยวข้องกันด้านใดบ้างในพื้นที่วิจัย

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำศาสนา หัวหน้าครัวเรือน สตรี วัยรุ่น คนชราและประชาชนหรือผู้มีประสบการณ์ในการเผชิญอุทกภัยที่ผ่านมาสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. สภาพความเสี่ยงภัยพิบัติของพื้นที่เกาะลิบง พบว่าการเกิดอุทกภัยในปี 2559-2563 มีลักษณะการเกิดน้ำท่วมแบบฉับพลัน ซึ่งส่วนหนึ่งนอกจากจะเป็นเพราะลมมรสุมแล้ว ยังเกิดจากสภาพทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ คือ มีสายคลองบนภูเขาซึ่งเป็นพื้นที่ต้นน้ำ 2 สาย ได้แก่ สายคลองหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขาและหมู่ที่ 4 บ้านบาตูปูเต๊ะ ไหลเข้าสู่บ้านบาตูปูเต๊ะในพื้นที่ของชาวบ้านซึ่งเป็นพื้นที่รับน้ำและเข้าท่วมหมู่ที่ 7 บ้านทรายแก้วซึ่งเป็นพื้นที่ปลายน้ำไหลลงสู่ทะเล โดยสอดคล้องกับข้อมูลคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“น้ำที่ได้ท่วมทั้ง 2 หมู่บ้านมาจากสายคลองที่อยู่บนภูเขาหมู่ที่ 4 มันแยกเป็น 2 สายและชาวบ้านตั้งบ้านใกล้เนินเขาและพื้นที่ทางผ่านของน้ำ เลยแก้ปัญหาไม่จบเสียที”(เจ้าหน้าที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 25 กุมภาพันธ์ 2563: สัมภาษณ์)

2. ปัจจัยเกื้อหนุน

2.1 ปัจจัยเกื้อหนุนด้านผู้นำ จากการลงพื้นที่โดยวิเคราะห์จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นพบว่า ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านและผู้นำศาสนา เป็นผู้ที่มีความสามารถในการจูงใจ และโน้มน้าวใจชาวบ้าน ต่อการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยในเกาะลิบง โดยมีลักษณะดังต่อไปนี้

2.1.1. ผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำที่ใจถึง ฟังได้ ลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของผู้ใหญ่บ้านประชุม เจริญฤทธิ์ ที่มีความใจกล้าในการตัดสินใจ อย่างเช่นในกรณีหลังเกิดอุทกภัย การซ่อมแซมบ้านเรือนหาก ชาวบ้านคนไหนเดือดร้อน เรื่องเงินซ่อมแซมบ้าน ผู้ใหญ่บ้านจะสำรองเงินจ่ายให้ก่อน หรือแม้กระทั่ง การระดมชาวบ้านในพื้นที่ใกล้เคียงเข้ามาช่วยซ่อมแซมบ้านเรือนผู้ประสบอุทกภัย ผู้ใหญ่บ้านก็เป็นผู้ ริเริ่มสัมพันธ์กับคำสัมภาษณ์ของตัวแทนเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นดังต่อไปนี้

“เวลาลูกบ้านคนไหนมีปัญหาเช่น การทะเลาะกันหรือปัญหาเรื่องที่ดิน ผู้ใหญ่จะให้ คำปรึกษาเพื่อหาทางออกให้ หรือแม้กระทั่งบางบ้านไม่มีเงินซื้อหลังคาม่อบ้าน แกจะออกให้ก่อน ถ้าราคาของไม่เกินหลักพันแกก็จะไม่ขอคืน” (เจ้าหน้าที่ท้องถิ่นผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3, 25 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

2.1.2. ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านเข้าถึงประชาชนได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างผู้นำชุมชนที่มีความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านเป็นประจักษ์ในหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขา คือ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สุชาติ เจะเหลา ลักษณะอุปนิสัยเป็นกันเอง ชาวบ้านพูดคุยได้ทุกเรื่อง ทำให้ประชาชนเต็มใจที่จะเข้าร่วมแก้ปัญหา อุทกภัย ดังที่ตัวแทนชาวบ้านผู้ประสบอุทกภัยหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขา ได้ให้รายละเอียดไว้ว่า

“ผู้ช่วยชาติ จะคอยเข้ามาถามความเป็นอยู่ว่าเป็นไปบ้าง คอยบอกข่าวเวลามีประชุม หมู่บ้านให้เข้าไปประชุมด้วย” (หัวหน้าครัวเรือนประสบอุทกภัยคนที่ 2, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

2.1.3. โตะอิหม่ามกับศรัทธาของชาวบ้าน จากการเก็บข้อมูลพบว่า โตะอิหม่าม เปรียบเสมือนเป็นผู้ชี้แนะหรือครูในการนำไปสู่หนทางที่ถูกต้องจนกลายเป็นความศรัทธาในตัวโตะอิหม่าม ทำให้การประสานงานหรือการแจ้งเตือนข่าวสารจากโตะอิหม่าม ได้รับความร่วมมือที่ดีจากชาวบ้านเป็น อย่างดี เพราะโตะอิหม่ามจะเข้าไปพูดคุยกับชาวบ้านโดยตรงดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรามีการละหมาดใหญ่ในวันศุกร์ของสัปดาห์ ชาวบ้านจะมาละหมาดกันหมด เราจะ ใช้พื้นที่ตรงนั้น เป็นพื้นที่พูดคุยปัญหาต่าง ๆ ของชาวบ้าน หากเข้าช่วงน้ำหลากผู้ใหญ่บ้านก็จะมาบอก ชาวและให้เราแจ้งผ่านทางเสียงตามสายที่มีสยิด” (ผู้นำศาสนาคนที่ 1, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

“อิหม่ามนิสิต เป็นคนประกาศในหมู่บ้านทุกครั้ง ชาวบ้านไปเข้าร่วมกิจกรรมตามที่แ กบอกบางคนส่งน้ำยางเสร็จในช่วงก่อนเที่ยงก็จะรีบเข้าร่วมกิจกรรมที่มีสยิด” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสบ อุทกภัยคนที่ 1, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

2.2 ปัจจัยเกื้อหนุนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนก็เป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ขับเคลื่อนการ บริหารจัดการความเสี่ยงอุทกภัยในเกาะลิบงให้ประสบความสำเร็จ โดยมี 3 ลักษณะดังต่อไปนี้

2.2.1. การมีส่วนร่วมที่เกิดจากปัญหาสาธารณะในชุมชน จากการที่พื้นที่ดังกล่าวนี้ ได้รับผลกระทบน้ำท่วมอยู่บ่อยครั้ง จึงทำให้ผู้นำชุมชนและชาวบ้านสนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไข ปัญหาร่วมกัน มองว่าเป็นปัญหาสาธารณะ ดังคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ทุกคนมองเห็นปัญหาน้ำท่วมว่าเกิดจากอะไร บ้านผมอยู่ในพื้นที่เสี่ยงใกล้เนินเขาสูง และรับน้ำก่อนเพื่อนแต่เราช่วยด้วยช่วยกัน บ้านใครที่ถูกน้ำป่าพัดเข้าหนัก เราก็จะไปช่วยผลัดไม้ ออกไป” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสพอุทกภัยคนที่ 3, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

“น้ำท่วมทุกครั้ง ทุกคนต่างเตรียมขนของไว้ที่สูงทุกครั้ง จะ⁶คิดว่าการแก้ปัญหาเราทุกคนที่อยู่ในพื้นที่ต้องช่วยกันแก้ปัญหา น้ำท่วม มีบางพื้นที่ใกล้ริมทะเลที่ชาวบ้านไม่ยอมให้ทางอบต. ขุดต่อ ผ่ากลางระบายน้ำ” (สตรีผู้ประสพอุทกภัยคนที่ 1, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

2.2.2. การมีส่วนร่วมที่เกิดจากความสามัคคีในชุมชน

จากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่า ในช่วงขณะเกิดอุทกภัยหรือการเผชิญสถานการณ์ฉุกเฉินของชาวบ้านเกาะลิบง การเข้าช่วยเหลือของหน่วยงานภาครัฐจากแผ่นดินใหญ่ไม่สามารถโดยเข้าช่วยเหลือได้โดยทันที ทำให้ชาวบ้านต้องช่วยเหลือกันเอง ชาวบ้านส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือทั้งในเรื่องการประกอบอาหารเลี้ยงผู้ประสพภัย ใครมีวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารได้ก็จะมาบริจาคช่วยเหลือ ซึ่งกันและกันในสถานที่พักพิงชั่วคราว สัมพันธ์กับคำสัมภาษณ์ผู้ประสพภัยให้สัมภาษณ์ไว้ดังนี้

“จะทำอาหาร หุงข้าวกับข้าวยังชีพ มีกลุ่มแม่บ้านมาช่วยกันทำกับข้าวที่โรงครัวมัสยิด เราช่วยกันอยู่เสมอ ในยามปกติเราก็จะช่วยทำอาหารในงานเลี้ยงสำคัญทางศาสนา ไม่คิดค่าแรง ทำด้วยใจ” (สตรีประสพอุทกภัยผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

2.2.3. การมีส่วนร่วมที่มีพื้นฐานจากการเป็นเครือญาติ

หลังจากอุทกภัยสิ้นสุดลง ผู้นำชุมชนและชาวบ้านในชุมชนจะร่วมกันฟื้นฟูและพัฒนาชุมชนเพื่อให้ชุมชนกลับสู่สภาวะปกติ โดยทุกคนได้ร่วมมือกันเป็นอย่างดี ซึ่งความสามัคคีในชุมชนนั้นส่วนหนึ่งเกิดจากการที่มีความสัมพันธ์แบบเครือญาตินั่นเอง ซึ่งถือเป็นทรัพยากรหรือเป็นจุดแข็งสำคัญของชาวบ้านในเกาะแห่งนี้ ในการร่วมกันทำกิจกรรมหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของผู้ประสพภัยดังนี้

“พอน้ำหลากไปแล้ว ผมกับเพื่อนบ้านก็ช่วยกันขนของเข้าบ้าน ถ้าบ้านของผมเสร็จแล้ว ผมก็จะไปช่วยขนของที่บ้านญาติและเพื่อนบ้านเราอยู่กันแบบพึ่งพากัน” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสพอุทกภัยคนที่ 5, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

3. ปัจจัยที่เป็นปัญหาอุปสรรคในการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยในเกาะลิบง
จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะสำคัญ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ปัญหาและอุปสรรคในเชิงกายภาพและโครงสร้าง

เป็นปัญหาเกิดจากกายภาพหรือสิ่งปลูกสร้างของชุมชนเกาะลิบง ได้แก่

3.1.1. ลักษณะภูมิศาสตร์มีความเสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย พบว่า หมู่ที่ 4 บ้านบาตูปูเต๊ะเป็นพื้นที่รับน้ำมาจากสายคลองที่อยู่บนภูเขา เพราะเป็นพื้นที่เนินเขาสูงลงสู่พื้นที่ราบต่ำจนถึงชุมชนชาวประมงใกล้ริมทะเลหมู่ที่ 7 บ้านทรายแก้ว ซึ่งเป็นพื้นที่น้ำป่าไหลผ่านลงสู่ทะเลประกอบกับในช่วงเหตุการณ์แต่ละปีจะมีการเกิดน้ำทะเลหนุนสูง ทำให้บ้านเรือนของชาวบ้านที่ใกล้ริมทะเลได้รับผลกระทบรวมทั้งพื้นที่หมู่ที่ 5 บ้านหลังเขาเป็นแอ่งกระทะอยู่ระหว่างกลางเนินเขา เมื่อเกิดน้ำป่าไหล

⁶ จะหรือจะ เป็นภาษาอิสลามที่แทนการเรียกตนเองว่า พี่สาว จากการอธิบายของนิสิต ชัยฤทธิ์ อ่างแล้ว

หลากหลายภูเขาสูงจะพัดพาเศษก้อนไม้ลงสู่พื้นที่สร้างความเสียหายให้กับชาวบ้านที่อยู่ในพื้นที่ต้นน้ำเป็นอย่างมากสัมพันธ์กับคำให้สัมภาษณ์ของตัวแทนผู้ประสบภัย ดังนี้

“น้ำไหลมาจากสายคลองบนภูเขา เป็นคลอง 2 สายไหลไปหมู่ 4 และ หมู่ 5 ก่อนบ้านผมจะสร้างแบบใต้ถุนสูงเมื่อก่อนเป็นแบบบ้านติดพื้นดินน้ำป่าไหลหลาก ไม่เคยชนของทันเลย” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสบอุทกภัยคนที่ 2, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

3.1.2. การสร้างถนนกีดขวางเส้นทางน้ำไหลธรรมชาติ พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะลิบง มีการก่อสร้างถนนสัญจรในหมู่ที่ 4 บ้านบาตูปูเต๊ะและหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขาความสูงของถนนเหนือดินปกติสูง 15 เซนติเมตร หากเข้าช่วงมรสุมพายุฝนตกหนักติดต่อกัน 1-3 วัน จะเกิดน้ำท่วมฉับพลัน รถมอเตอร์ไซด์และรถกระบะไม่สามารถสัญจรไปมาได้ สัมพันธ์กับคำสัมภาษณ์ผู้ประสบภัยดังนี้

“ถนนข้างเข้าหมู่บ้านไม่ได้เป็นถนนลาดยางหรือคอนกรีต แต่เป็นถนนที่ปูด้วยอิฐตัวหนอนจะสูงกว่าถนนธรรมดา ซึ่งทนกว่าถนนทั่วไปแต่ข้อเสียคือ น้ำไม่สามารถไหลไปอีกฝั่งหนึ่งได้ เมื่อฝนตกปกติน้ำจะท่วมข้างแต่ใช้เวลาในการระบายประมาณ 1-2 ชั่วโมง” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสบอุทกภัยคนที่ 6, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

3.1.3. การขุดลอกคูระบายน้ำไม่ได้ก่อสร้างแบบคอนกรีต พบว่า การขุดคลองเพื่อป้องกันน้ำท่วมในช่วงเกิดฝนตกหนักและฤดูน้ำหลากในพื้นที่หมู่ที่ 5 บ้านหลังเขานั้น เป็นการขุดแบบร่องน้ำโดยใช้ดินเป็นผนังกันน้ำ ไม่มีการก่อสร้างเทคอนกรีต เมื่อฝนตกหนักและน้ำป่าไหลหลากเกิดการสะสมของตะกอนดินและพัดพาเศษไม้อุดคูระบายน้ำทำให้เกิดน้ำท่วม ดังคำสัมภาษณ์ของผู้ประสบภัยดังนี้

“ใครไม่รู้ออกแบบท่อ น้ำมันไหลช้า ขยะก็ไปอุดและขนาดของท่อความกว้างของท่อประมาณ 60 เซนติเมตรเองแล้วจะไปไหลทันได้อย่างไร ก็ท่วมหลังบ้านชาวบ้านสิ” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสบอุทกภัยคนที่ 4, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

“อบต.เกาะลิบงขุดท่อหลังบ้านฉัน แต่เวลาฝนตกหนักน้ำก็ไหลไม่ทันเอ่อท่วมหลังบ้านฉันอีก ท่อนั้นไม่ได้ช่วยอะไรเลย” (สตรีผู้ประสบอุทกภัยคนที่ 1, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

3.2 ปัญหาและอุปสรรคที่ไม่ใช่เชิงโครงสร้าง นอกจากปัญหาทางภูมิศาสตร์ที่เป็นความล่อแหลมและสิ่งก่อสร้างเป็นความเปราะบางของชุมชนเกาะลิบงแล้วนั้น ผู้วิจัยยังพบอีกว่ามีปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ด้านที่ไม่ใช่เชิงโครงสร้างที่คอยเพิ่มความเสี่ยงอุทกภัยในชุมชนเกาะลิบงเช่นเดียวกัน ดังนี้

3.2.1. การรับรู้ความเสี่ยงและการเตรียมความพร้อมของประชาชน พบว่า เกิดจากความประมาทและไม่มีการเตรียมตัวป้องกัน ชาวบ้านส่วนใหญ่เชื่อว่าไม่มีทางที่จะเกิดขึ้นเพราะเป็นพื้นที่เกาะน้ำป่าน่าจะไหลลงสู่ทะเลได้รวดเร็ว ดังคำสัมภาษณ์ของผู้ประสบภัยต่อไปนี้

“น้ำท่วมครั้งแรกในปี 54 ตอนนั้นครอบครัวผมไม่ได้เฝ้าระวัง กว่าจะรู้ตัวอีกทีตื่นมาตอนเช้าแล้วเพื่อนบ้านตะโกนว่าน้ำท่วมๆ ตอนนั้นโชคดีที่มีอาหารพอยังชีพได้ประมาณ 2-3 วัน ผู้นำชุมชนตอนนั้นก็ไม่ได้วางแผนจัดการน้ำท่วมเพราะเป็นน้ำท่วมฉับพลัน” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสบอุทกภัยคนที่ 5, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

“นึกไม่ถึงเหมือนกันว่าจะน้ำท่วมหนัก ตอนแรกเข้าใจว่าเป็นน้ำที่ไหลธรรมดา แต่จริงแล้วเป็นน้ำป่าไหลหลากที่มาจากบนเนินเขา” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสบอุทกภัยคนที่ 6, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

3.2.2. ปัญหาชาวบ้านไม่สละพื้นที่เพื่อขุดคูระบายน้ำ ที่ผ่านมาองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะลิบงพยายามแก้ปัญหาบ้านน้ำท่วมอย่างถาวร โดยการขุดคูคลองไม่ผ่านคูระบายน้ำหมู่ที่ 7 บ้านทรายแก้ว เพื่อเบี่ยงเบนทางน้ำเป็น 2 เส้นทางลงสู่ทะเล แต่พบว่า ชาวบ้านที่อาศัยในพื้นที่ดังกล่าวไม่ยินยอมสละพื้นที่ในการขุดคูระบายน้ำ ทำให้โครงการขุดคูระบายน้ำได้เพียง 500 เมตร สัมพันธ์กับคำสัมภาษณ์ ของผู้ประสพภัยดังนี้

“จะไม่กล้าให้ดิน อบต.เข้าขุดคลองหรือก จะกลัวเขาจะยึดเอาไปทำอย่างอื่นขนาดคนอื่นให้แล้วน้ำยังไม่หายท่วมเลย” (สตรีผู้ประสพอุทกภัยคนที่ 3, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

“ผมก็ไม่กล้าให้หรือก ญาติที่อยู่บนฝั่งเคยให้ที่ดินกับทหารเพื่อขุดคลองไปกลายเป็นว่าขุดไม่ตามที่ตกลงไว้ขุดครั้งไรแต่เอาเข้าจริง ๆ กลายเป็น 1 ไร่ เรียกร้องอะไรก็ได้” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสพอุทกภัยคนที่ 9, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

3.2.3. การจัดการในสถานการณ์ฉุกเฉินที่ยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร พบว่า การประสานงานของผู้นำชุมชนกับคณะทำงานด้วยตนเองยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ยังสับสนกันอยู่ ไม่มีการจัดทำแผนการบริหารสถานการณ์ ในขณะที่เกิดอุทกภัยหรือสถานการณ์เร่งด่วน ซึ่งเป็นช่วงที่ชาวบ้าน ตื่นตระหนกกับเหตุการณ์น้ำท่วมในพื้นที่บ้านเรือนของตนเอง บางครั้งมีอาสาสมัครชาวบ้านร่วมช่วยงานแต่เข้ามาไม่รู้หน้าที่ ไม่รู้ว่าต้องประสานงานกับผู้นำชุมชนคนไหนอย่างไร ทำให้การประสานงานล่าช้า สัมพันธ์กับคำสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นและตัวแทนผู้ประสพภัยดังนี้

“แผนงานที่เป็นรูปธรรมไม่มีครับ ผมใช้ความคุ้นเคยในการจัดการมาทุกปี มีมั่วๆสับสนกันบ้างแต่ก็จัดการกับน้ำท่วมได้ทัน จะแบ่งเป็นทีมทำงานมากกว่า เช่น ทีมกู้ภัย ทีมรักษาความปลอดภัย” (เจ้าหน้าที่ท้องถิ่นผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3, 25 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

“ไม่มีแผนงาน แต่จะมีการประชุมกันแบ่งงานกัน สับสนกันในช่วงเกิดน้ำท่วมในวันแรก เพราะสับสนทำอะไรไม่ถูก อยากให้มีแผนงานของหมู่บ้านเหมือนกันเวลาเกิดทำอย่างไร แจ้งใคร” (ตัวแทนคนชราผู้ประสพอุทกภัยคนที่ 2, 18 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

3.2.4. ปัญหาการจ่ายเงินชดเชยชาวบ้านประสพอุทกภัย การสำรวจสภาพความเสียหายอาคารบ้านเรือนของชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยใน 2 พื้นที่โดยส่วนใหญ่ประสบปัญหาเรื่องการได้รับเงินชดเชยซึ่งชาวบ้านบางรายได้รับเงินชดเชยจำนวน 2,000 บาท บางราย 3,000 บาท เนื่องจากชาวบ้านคาดหวังจากหน่วยงานภาครัฐจะได้รับเงินชดเชย 33,000 บาท ที่มาจากการประเมินและคาดการณ์ความเสียหายตามความรู้สึกของเจ้าหน้าที่ ทำให้ชาวบ้านไม่พอใจและมีความรู้สึกที่ว่าตนไม่ได้รับเงินตามความเสียหายดังกล่าว สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ผู้ประสพภัยดังนี้

“ตอนน้ำท่วมเข้าในบ้านผม ผมได้รับเงินชดเชย 1,000 บาท ชื่อของทดแทนไม่ได้เลย ตูวางทีวีต้องทิ้งเพราะเป็นไม้อัดบวมน้ำ เบาะก็ต้องทิ้ง อยากให้ทาง อบต.ช่วยชดเชยให้เหมาะสม” (หัวหน้าครัวเรือนผู้ประสพอุทกภัยคนที่ 4, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

“ได้ชดเชยเป็นหลังคา อบต. เขาซื้อมาให้แทนอันเก่าที่แตก เขาไม่ได้ให้เป็นเงิน เข้ามาเก็บข้อมูลถ่ายภาพแล้วก็พูดคุยกับจ๊ะเรื่องค่าใช้จ่ายและเขาก็ไป” (สตรีผู้ประสพอุทกภัยคนที่ 2, 19 มกราคม 2563: สัมภาษณ์)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นพบว่า ในชุมชนเกาะลิบงมีความเสี่ยงภัยพิบัติในพื้นที่ คือ อุทกภัย เป็นความเป็นไปได้หรือปรากฏการณ์อย่างหนึ่งของอุทกภัยที่จะเกิดขึ้นและสร้างผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งความเสี่ยงของอุทกภัยนั้นไม่ได้เกิดขึ้นจากตัวของภัยเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นผลพวงมาจากพื้นที่ในชุมชนที่มีความล่อแหลมและทำให้ชุมชนมีโอกาสดังกล่าวได้รับผลกระทบมากขึ้น นั่นคือ การที่ชาวบ้านตั้งถิ่นฐานอาคารบ้านเรือน การเกษตรอยู่ในสภาพแวดล้อมพื้นที่เสี่ยงเกิดอุทกภัย เช่น การตั้งบ้านเรือนชาวบ้านหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขาใกล้เนินเขาหรือพื้นที่ลาดชัน ก็เสี่ยงต่อการเกิดดินถล่มและน้ำป่าไหลหลาก และชาวบ้านหมู่ที่ 4 บ้านบาตูปูเต๊ะที่มีการตั้งบ้านเรือนใกล้ริมทะเลและพื้นที่ลาดชันเสี่ยงต่อการเกิดน้ำป่าไหลหลากและน้ำทะเลหนุนสูง ประกอบกับด้านความเปราะบางทางกายภาพ จากความอ่อนแอของสิ่งก่อสร้างอาคารบ้านเรือนการขาดการระบายน้ำผิวดินประเภท การสร้างสิ่งก่อสร้างกีดขวางทางน้ำไหล และความเปราะบางทางสังคมในลักษณะของการไม่มีความรู้เบื้องต้นในการลดผลกระทบ หรือรับมือกับอุทกภัยที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ชุมชนของตนเอง ชาวบ้านขาดความรู้ความเข้าใจในโครงการขุดระบายน้ำของหน่วยงานท้องถิ่น รวมไปถึงการรับรู้ความเสี่ยงภัยพิบัติและการเตรียมความพร้อมค่อนข้างต่ำ เหล่านี้ถือเป็นปัญหาอุปสรรคในการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบง สำหรับปัจจัยที่คอยเกื้อหนุนให้ชุมชนในเกาะลิบงยังคงบริหารจัดการความเสี่ยงอุทกภัยในช่วงที่ผ่านมาได้ ซึ่งนั่นก็เป็นเพราะว่ามีผู้นำที่ดีและการร่วมมือที่ดีของคนในชุมชนเองจึงถือเป็นศักยภาพของชุมชนนั่นเอง

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยสำหรับเกาะลิบง

จากการวิเคราะห์สภาพความเสี่ยงพื้นที่ ทั้งปัจจัยเกื้อหนุนและปัญหาอุปสรรค ผู้วิจัยมองว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบงในปัจจุบัน ค่อนข้างไม่เป็นระบบเท่าที่ควร เห็นได้จากการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉินที่ยังไม่เป็นระบบ ไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจน ชาวบ้านตื่นตระหนก สับสนวุ่นวายกับสถานการณ์อุทกภัย แต่มีความโดดเด่นด้านผู้นำและการมีส่วนร่วมของประชาชน ความสัมพันธ์ใกล้ชิด เกื้อกูลกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นลักษณะเด่นของชุมชน จากข้อมูลผลการวิจัยข้างต้นจึงนำมาสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยที่เหมาะสมกับพื้นที่ โดยชุมชนจะต้องดำเนินการในช่วงปกติเพื่อลดผลกระทบจากอุทกภัย ทั้งในด้านมาตรการเชิงโครงสร้าง เช่น การขุดระบายน้ำแบบคอนกรีตในพื้นที่ต้นน้ำหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขา เพื่อลดความล่อแหลมของพื้นที่ (Exposure) การปรับโครงสร้างบ้านเรือนแบบใต้ถุนสูงให้เหมาะสมกับพื้นที่ริมชายทะเล ในหมู่ที่ 4 บ้านบาตูปูเต๊ะและพื้นที่กลางน้ำกับปลายน้ำในหมู่ที่ 5 บ้านหลังเขา เพื่อลดความเปราะบาง (Vulnerability) ของที่อยู่อาศัย ในขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการที่ไม่ใช่เชิงโครงสร้างควบคู่กันไป เช่น การจัดทำแผนที่ ความเสี่ยง การจัดทำแผนบริหารจัดการภัย และการติดตั้งระบบเตือนภัย เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพ (Capacity) ชุมชนเกาะลิบงควบคู่ไปด้วยกันนั่นเอง เมื่อกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยข้างต้นได้แล้ว ให้นำหลักการจัดการภัยพิบัติโดยใช้ชุมชนเป็นฐานซึ่งผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวทางของ Department of Management ประเทศญี่ปุ่น (DDM, 2010) มาเป็นแนวทางในการนำมาตรการเหล่านั้นไปดำเนินการให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. **ศึกษากำหนดข้อมูลพื้นที่** ชาวบ้านในชุมชนควรร่วมกันศึกษาทำความเข้าใจพื้นที่ภายในเกาะของตน ว่าหมู่บ้านใดมีความอ่อนแอและความเปราะบางต่อภัยประเภทใด เป็นต้น จากนั้นเลือกพื้นที่ว่า จะดำเนินโครงการลดความเสี่ยงภัยพิบัติโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในหมู่บ้านใดบ้าง

2. **ประเมินความเสี่ยงในชุมชนอย่างมีส่วนร่วม** ชุมชนควรร่วมมือกันในการวิเคราะห์ว่าชุมชนมีความเสี่ยงภัยพิบัติในระดับใด ชุมชนจะมีมาตรการหรือวิธีการในการลดความเสี่ยงได้อย่างไรบ้าง ชุมชนควรจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้านที่มาจากตัวแทนชาวบ้านในชุมชนมาประชุมเพื่อทำการวางแผนในช่วงก่อนเกิด ขณะเกิดและหลังเกิดอุทกภัยจะต้องมอบหมายบทบาทหน้าที่ให้ชัดเจน

3. **จัดทำแผนจัดการความเสี่ยงอุทกภัยในชุมชน** หลังจากแต่งตั้งคณะกรรมการในชุมชนและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบตามฝ่ายงานแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การจัดทำแผนจัดการความเสี่ยงอุทกภัยในชุมชนและดำเนินการตามแผนงานที่วางไว้ มีการซักซ้อมการรับมือกับอุทกภัย ผ่านการจำลองสถานการณ์จากเหตุการณ์อุทกภัยที่เกิดขึ้นในอดีต ซึ่งจะช่วยสร้างความชำนาญและความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการแผนในสถานการณ์ฉุกเฉินให้กับผู้นำชุมชนและชาวบ้านได้

4. **การประเมินผลและปรับปรุงแก้ไขแผนงาน** หลังจากการดำเนินแผนการจัดการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยโดยชุมชนในช่วงเหตุการณ์แล้ว ชุมชนต้องร่วมกันประเมินผลเพื่อพัฒนาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้ดีขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเชิงเปรียบเทียบในพื้นที่อื่นเพื่อทราบถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบง และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ร่วมกับข้อมูลเชิงบรรยาย เพื่อจะได้เข้าใจสภาพความเสี่ยงภัยทุกองค์ประกอบได้ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการวิเคราะห์ใช้เทคนิคเชิงปริมาณโดยการเก็บแบบสอบถาม เช่น ด้านความเปราะบางของชุมชน ความต้องการแก้ไขปัญหามหาภัยของประชาชนเพื่อให้เห็นข้อมูลเชิงลึกในพื้นที่ศึกษามากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2550). *คู่มือการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน*

สำหรับประชาชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เกษรและสหกรณ์.

ไททัศน์ มาลา, สุนทรชัย ขอบยศ, และพิศาล พรหมพิทักษ์กุล. (2556). *โครงการแนวทางในการจัดการ*

อุทกภัย : กรณีศึกษาเทศบาลนครนนทบุรี (เอกสารทางวิชาการหมายเลข RGD5540014)

กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

นิสิต ชัยฤทธิ์, คณะกรรมการมัธยมศึกษาเกาะลิบง. (26 พฤษภาคม 2562). สัมภาษณ์.

เพ็ญประภา ภัทรานุกรม และคณะ. (2558). *แนวทางการจัดการภัยพิบัติน้ำท่วมโดยเครือข่ายพัฒนา*

สิ่งแวดล้อมคลองบางบัว (เอกสารทางวิชาการหมายเลข RDG55M0016). กรุงเทพฯ:

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

รณณภัทร พันโกฏิ. (2560). *การจัดการภัยพิบัติสึนามิในเมืองท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอันดามัน:ศึกษา*

เปรียบเทียบองค์ประกอบโครงสร้างท้องถิ่นในพื้นที่เสี่ยงภัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ),

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

-
- วิทยา อารมณ์และคณะ. (2559). *โครงการการศึกษาภัยพิบัติจากฝนตกหนักกับความเข้าใจและการป้องกันของผู้เกี่ยวข้อง : ศึกษากรณีลุ่มน้ำคลองกลาย อำเภอบ้านนา จังหวัดนครราชสีมา* (เอกสารทางวิชาการหมายเลข RGD55S0023). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- สมพร คุณวิจิต. (2561). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการสาธารณภัยแบบเบ็ดเสร็จ*. สงขลา: พี.ซี. ฟรินตั้ง.
- อับดุลรอหิม ชูรักษา, กำเนิดตำบลเกาะลิบง. (25 พฤษภาคม 2562). สัมภาษณ์.
- Anthony B. Zwi and Kim Spurway. (2013). *Community Based Disaster Risk Management for social and economic*, University of London.
- Brenda D. Phillips, David M. Neal and Gary R. Webb. (2016). *Introduction to Emergency Management*. CRC press.
- Department of Disaster Management Ministry of Home and Cultural Affairs Thimphu, Bhutan. (2010). *Training Curriculum Community Based Disaster Risk Management*. MOHCA.
- Frida Sjostedt, & Viktor Sturegard. (2015). *Implementation of Community Based Disaster Risk Management in the Mekong Delta, Vietnam*. Lund University.
- Rajib Shaw et al. (2016). *Community-Based Disaster Risk Management in Vietnam*. Kyoto University.
- Sanjar Salajegheh and Nasrin Pirmoradi. (2013). *Community-Based Disaster Risk Management (CDBRM) and providing a Model for Iran Islamic*. Azad University.
- Umma Habiba and Rajib Shaw. (2013). *Community-Based Disaster Risk Reduction Approaches in Bangladesh*. Kyoto University.

ความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย

The Relationship of Competencies Affecting the High Performer Attributes of a Thai Bank

ปาริฉัตร อยู่พิทักษ์

Parichat Upitak¹

จตุมาณี ตระกูลมุกดา

Jutamanee Trakulmututa²

ฤชชุตตา เทพยากุล

Ruechuta Tepayakul³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ระดับสมรรถนะ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานธนาคารแห่งหนึ่ง จาก 56 สาขา จำนวน 280 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยที่ถูกพัฒนาขึ้น คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง และสมรรถนะ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง และระดับสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงอยู่ในระดับมากที่สุด สมรรถนะมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง โดยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงเท่ากับ .528 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้น ธนาคารต้องให้ความสำคัญกับสมรรถนะของบุคลากร เพราะเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุสำคัญต่อการที่บุคลากรจะมีคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในอนาคต

คำสำคัญ: คุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง สมรรถนะ ธนาคาร

Abstract

This research aimed to investigate the attributes of high performer, levels of competencies, and the relationship of competencies affecting the high performer attributes of a Thai bank. This research is quantitative. The samples included 280 persons from 56 branches of a Thai bank. The samples were selected using stratified

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: parich.nan@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาจารย์ที่ปรึกษา ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: jutamanee.t@psu.ac.th

³ อาจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: ruechuta.t@psu.ac.th

and nonprobability sampling methods by purposive sampling. The research instrument used was a questionnaire about the attributes of high performer and their competency. The statistic for testing hypotheses were mean, standard deviation and confirmatory factor analysis.

The findings revealed that the attributes of high performer and competency levels affected the attributes of high performer at a very good level. The relationship of competency and the attributes of high performer has a positive direct influence on the attributes of high performer at .528 with statistical significance at the level of .01. Therefore, the bank has to give precedence to the competency of the personnel because it is an important cause for people to have attributes of high performer in the future.

Keywords: High Performer Attributes, Competency, Bank

บทนำ

ผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง เป็นบุคคลที่มีลักษณะแตกต่างจากคนทั่วไปในองค์กร ด้วยมีทักษะ ความรู้ ความสามารถที่พิเศษและโดดเด่นจากผู้อื่นอย่างเห็นได้ชัดเจน นำมาซึ่งแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Crainer, 1997) ปัจจุบันหลายองค์กรให้ความสำคัญกับผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงที่เป็นผู้ขับเคลื่อนองค์กรไปให้ถึงเป้าหมายที่ท้าทายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด องค์กรที่ต้องการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจึงต้องมีการเพิ่มสมรรถนะในกลุ่มผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ซึ่งเป็นเรื่องที่องค์กรสมัยใหม่ให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าจนถือเป็นกุญแจหลักที่ทำให้ให้องค์กรอยู่รอดอย่างยั่งยืนในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น (สุพจน์ บุญวิเศษ, 2554; พรรรัตน์ แสดงหาญ, 2556)

สมรรถนะ เป็นความสามารถที่ซ่อนอยู่ภายในตัวบุคคลในการกระทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ สมรรถนะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมให้บุคลากรเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ถ้าหากบุคลากรมีสมรรถนะสูงก็จะทำให้ผลการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กรนั้นเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นด้วย (เชียง เกาซิด, 2554; มณฑิรา ยินนาน, 2554) สมรรถนะได้มาจากการมีประสบการณ์ในการทำงาน การหาความรู้ การได้รับการฝึกอบรมหรือพัฒนา ซึ่งจะทำให้สามารถกลายเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงขององค์กร จนทำให้องค์กรนั้นสามารถขับเคลื่อนไปได้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2547; เอนกลาภ สุทธิรัตน์, 2548) ทั้งนี้ ผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงนั้นต้องมีปัจจัยที่สำคัญ คือการเป็นบุคลากรที่มีสมรรถนะสูงนั่นเอง เช่นเดียวกับองค์กรที่เป็นธนาคารจะต้องมีบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงไว้ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้ตั้งไว้ แต่ปัญหาในปัจจุบันคือ ไม่มีการระบุคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในองค์กรที่เป็นธนาคารอย่างชัดเจน ทำให้ยากต่อการจำแนกระหว่างบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง และบุคลากรทั่วไป (Kwon & Rupp, 2013; ธีวิชญ์ ชัยทวีศักดิ์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2558)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นนั้น นำไปสู่คำถามวิจัยที่ว่า สมรรถนะส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารหรือไม่ อย่างไร เนื่องจากการค้นหาความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารในบริบทในประเทศไทยยังมีผู้ศึกษาเรื่องนี้น้อย (ขวัญสิริ เพิ่มกว่าเก่า, 2559) การระบุคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงจึงมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งทำให้องค์กรสามารถบริหารทุนมนุษย์ได้เป็นระบบและชัดเจนมากขึ้น และองค์กรนั้นสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ดีกว่าเดิม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง และเพื่อศึกษาระดับสมรรถนะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย

สมมติฐาน

1. คุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารอยู่ในระดับมากที่สุด และสมรรถนะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงอยู่ในระดับมากที่สุด
2. สมรรถนะมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงระดับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง และระดับสมรรถนะ
2. ทราบถึงความสัมพันธ์ของสมรรถนะต่าง ๆ ที่ส่งผลให้บุคลากรเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง
3. ทราบถึงปัจจัยสมรรถนะที่ส่งเสริมให้บุคลากรเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงได้ เพื่อให้ธนาคารสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาการบริหารทุนมนุษย์ขององค์กรอย่างเป็นระบบได้

การทบทวนวรรณกรรม

1. คุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง

Schultz (1961) ได้นำเสนอทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital Theory) ไว้ว่า เป็นความสามารถหลาย ๆ อย่างที่อยู่ภายในตัวบุคคลตั้งแต่กำเนิด เกิดจากการสะสมเรียนรู้ โดยแต่ละบุคคลจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป สามารถบ่งชี้ถึงความสามารถของแต่ละบุคคลได้ มุ่งเน้นการลงทุนไปที่ขีดความสามารถและทักษะในการทำงานของบุคลากรในองค์กร จะเห็นได้ว่า ทุนมนุษย์ให้ความสำคัญกับการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้เกิดผลการดำเนินการที่เพิ่มขึ้น (Rastogi, 2002) เช่นเดียวกับการที่มีผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในองค์กร ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีลักษณะที่พิเศษจากบุคคลทั่วไป ทั้งด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ หากองค์กรหันมาลงทุนกับบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง จะเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เพราะบุคลากรเหล่านั้นจะสามารถสร้างคุณค่าให้กับองค์กรได้อย่างมหาศาล สามารถขับเคลื่อนองค์กรได้ อีกทั้งยังมีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างองค์กรอีกด้วย (สุพจน์ บุญวิเศษ, 2554)

ผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง (High Performer) หมายถึง บุคคลที่มีความสามารถพิเศษมีผลการทำงานที่โดดเด่น มีสมรรถนะในการทำงานมากกว่าผู้อื่น มีจริยธรรมในการทำงานสูง สามารถริเริ่มแนวทางใหม่ ๆ ทำสามารถสร้างผลงานได้แตกต่างจากผู้อื่น ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เป็นบุคคลสำคัญในการขับเคลื่อนให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้และมีส่วนทำให้ผลประกอบการขององค์กรเป็นไปตามเป้าหมาย (Merton, 1977; Roberson & Abby, 2003; สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ, 2549)

การนำแนวคิดเกี่ยวกับผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงมาใช้กับในองค์กรภาครัฐเกิดขึ้นมาจากการที่มีการเกษียณขึ้นในสหรัฐอเมริกาแต่บุคลากรที่จะเข้ามาทำงานใหม่นั้นมีไม่เพียงพอต่อจำนวนงาน ที่จะเข้ามาทำงานแทนที่บุคลากรที่เกษียณไป จึงทำให้เกิดช่องว่างในการทำงานเกิดขึ้น องค์กรที่เป็นธนาคารก็เช่นกันจะต้องมีการปรับตัวหันมาให้ความสำคัญกับผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง เป็นผู้มีความสามารถในการคิดริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ มีผลการปฏิบัติงานสูง บุคคลเหล่านี้จะเป็นกำลังที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถดำเนินต่อไปได้ดีมากยิ่งขึ้น (พรรณวดี สติถาวร, 2553; ธนาคารโลก, 2561)

คุณลักษณะที่มีความสำคัญอีกอย่างหนึ่งของการเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงคือ การมีสมรรถนะ สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีผลการปฏิบัติงานสูง เช่น การมีผลการประเมินการปฏิบัติงานในระดับดี องค์กรมีการระบุคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงขององค์กรจะทำให้องค์กรสามารถพัฒนาอีกทั้งมีการจัดการเป็นระบบมากขึ้นด้วย (ภักชุตตา พันอินทร์, 2555; วิชัย วงษ์ใหญ่, 2556)

ธนาคารที่ผู้วิจัยศึกษาก็ต้องการบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง เพื่อพัฒนาสายสัมพันธ์กับลูกค้า ธนาคารจึงต้องให้ความสำคัญในด้านทรัพยากรบุคคลขององค์กร อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในงานธนาคาร และบุคลากรที่มีสมรรถนะที่มีความโดดเด่นในการทำงานครอบคลุมหลายด้าน เพื่อรองรับการเติบโตของธนาคาร ดังนั้น องค์กรประกอบคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคาร ประกอบด้วย (1) การมีสมรรถนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและมีผลการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ที่องค์กรกำหนดอยู่ในระดับสูง (2) การมีทักษะในการสื่อสารกับผู้อื่นที่ส่งผลให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี (3) ความสามารถในการคิด วิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นและหาทางออกได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับสถานการณ์ (4) ยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ (5) ความพร้อมต่อการทำงานที่ยากและท้าทายขึ้นในอนาคต และ (6) ความกล้าที่จะเผชิญความท้าทายใหม่ ๆ และกระตือรือร้นที่จะหาทางพัฒนางานด้วยวิธีการที่หลากหลาย (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2561; ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561; ธนาคารโลก, 2561)

2. สมรรถนะ

สมรรถนะ (Competency) หมายถึง ความรู้ ทักษะ ความสามารถหรือพฤติกรรมของบุคลากรที่มีอยู่ภายในตัวบุคคลที่จำเป็นในการปฏิบัติงานใดงานหนึ่ง เพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นบุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในปัจเจกบุคคลซึ่งสามารถผลักดันให้บุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้บุคคลสามารถปฏิบัติกิจกรรม ความสามารถความชำนาญด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้บุคคลสามารถกระทำการหรือดำเนินการกระทำในกิจการใดให้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ความสามารถเหล่านี้ได้มาจากการเรียนรู้ประสบการณ์ การฝึกฝนและการปฏิบัติจนเป็นนิสัย เป็นการผสมผสานความรู้ ความเข้าใจและทักษะของบุคคลไปใช้กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม (McClelland, 1973; วิทย์ เทียงบูรณธรรม, 2541; อุกฤษณ์ กาญจนเกตุ, 2543; สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2548)

สมรรถนะได้เริ่มขึ้นจากการเสนอบทความทางวิชาการของ McClelland (1973) กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของบุคคลในองค์กรกับทักษะ ความรู้ความสามารถ สำหรับประเทศไทยได้มีการนำแนวความคิดสมรรถนะมาใช้ในองค์กร เช่น ไทยธนาคาร เครือปูนซีเมนต์ไทย เนื่องจากภาคเอกชนที่ได้นำแนวคิดสมรรถนะไปใช้ ทำให้เกิดผลสำเร็จอย่างเห็นได้ชัดเจน มีผลให้เกิดการตื่นตัวในวงราชการ โดยสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน โดยยึดหลักสมรรถนะในระบบการสรรหาผู้บริหารระดับสูงใช้ในการปรับปรุงระบบจำแนกตำแหน่งและค่าตอบแทนในภาครัฐโดยยึดหลักสมรรถนะ และกำหนดสมรรถนะต้นแบบของข้าราชการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของข้าราชการและประสิทธิผลของหน่วยงานภาครัฐ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2548)

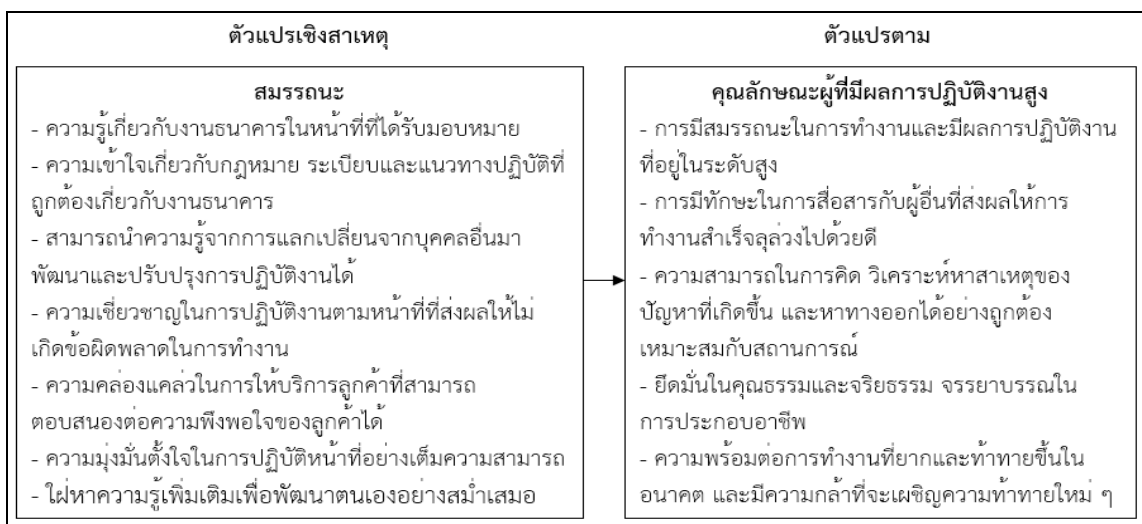
สมรรถนะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่หนึ่ง สมรรถนะขององค์กร ซึ่งจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ สมรรถนะองค์กร ซึ่งเป็นสมรรถนะโดยรวมขององค์กรที่บุคคลทุกระดับขององค์กรจะต้องมีเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร และสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับงานซึ่งหมายถึงสิ่งที่บุคคลต้องปฏิบัติในงานที่เขามีหน้าที่รับผิดชอบตามภารกิจ หรือพันธกิจขององค์กร และประเภทที่สอง สมรรถนะของบุคคล หมายถึง คุณลักษณะที่ทำให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้ดี เป็นผลรวมของสมรรถนะขององค์กรและสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับงาน (Virtanen, 1996; Kierstead, 1998) สมรรถนะทั่วไปหรือสมรรถนะหลัก เป็นบุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะทัศนคติ ความเชื่อและอุปนิสัยของคนในองค์กรโดยรวมที่จะช่วยสนับสนุนให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ได้ คุณลักษณะพื้นฐานที่เป็นหลักนี้ถือเป็นคุณสมบัติร่วมของทุกคนในองค์กรที่จะต้องมีส่วนคุณลักษณะพื้นฐานที่เป็นหลักขององค์กรหนึ่งอาจจะไม่เหมือนกับอีกองค์กรหนึ่งก็ได้ (ณรงค์วิทย์ แสนทอง, 2547; เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ, 2547) ส่วนสมรรถนะเฉพาะตำแหน่งหรือสมรรถนะในงาน หมายถึง สมรรถนะที่กำหนดขึ้นเพื่อให้การปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ ในองค์กรแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมสำหรับการทำงานใน แต่ละหน้าที่ บุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะทัศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัยที่จะช่วยส่งเสริมให้คน ๆ นั้นสามารถสร้างผลงานในการปฏิบัติงานตำแหน่งนั้น ๆ ได้สูงกว่ามาตรฐาน (ณรงค์วิทย์ แสนทอง, 2547; เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ, 2547) ดังนั้น องค์ประกอบสมรรถนะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคาร ประกอบด้วย (1) ความรู้เกี่ยวกับงานธนาคารในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย (2) ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับงานธนาคาร (3) สามารถนำความรู้จากการแลกเปลี่ยนจากบุคคลอื่นมาพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานได้ (4) ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ส่งผลให้ไม่เกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน (5) ความคล่องแคล่วในการให้บริการลูกค้าที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้ (6) ความมุ่งมั่นตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และ (7) การใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ (McClelland, 1973; เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ, 2548; อภรณ์ ภูวิทยาพันธ์, 2548)

3. ความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในธนาคาร

สมรรถนะ มีความสำคัญต่อการบริหารทุนมนุษย์ขององค์กร ด้วยเป็นเครื่องมือช่วยในการแปลงวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ วัฒนธรรมองค์กรและยุทธศาสตร์ต่าง ๆ มาสู่กระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความสามารถของบุคลากรในองค์กรอย่างมีระบบต่อเนื่องและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ สามารถนำไปใช้ในการวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2547)

เมื่อบุคลากรมีสมรรถนะ มีความสามารถในการทำงานที่สูงกว่าผู้อื่นก็ถือว่าเป็นผู้ที่มีสมรรถนะสูงกว่าบุคลากรทั่วไป ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรและผลการปฏิบัติงานจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้นั้น องค์กรต้องให้การสนับสนุนและพัฒนาบุคลากรที่เป็นผู้มีผลการปฏิบัติงานสูงอันเป็นการช่วยเพิ่มความสามารถในการบรรลุผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่สูงขึ้นอีก ทุกองค์การจึงควรให้ความสำคัญกับการลงทุน ให้ทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้นมีความรู้สึกรักงาน รักองค์กร มีความสำคัญ และมีความสุขกับงานที่ได้ปฏิบัติให้กับองค์กรซึ่งจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานที่เพิ่มสูงขึ้น องค์กรสามารถแข่งขันและเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน (Armstrong, 1998; Upatana, Nami & Shoosanuk, 2016)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและองค์ประกอบของสมรรถนะของ McClelland (1973), เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ (2548) และอาภรณ์ ภูววิทยาพันธ์ (2548) มาใช้ประกอบการกำหนดตัวแปรเชิงสาเหตุ ส่วนการกำหนดตัวแปรตามได้ทำการสังเคราะห์องค์ประกอบของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในบริษัทของธนาคาร ได้แก่ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2561), ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) และธนาคารโลก (2561) โดยนำมาพิจารณาร่วมกัน สามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ มีประชากรทั้งหมด 3,577 คน กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย จาก 56 สาขา จำนวน 280 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเทียบบัญญัติไตรยางศ์อัตราส่วน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นเป็น 7 ภูมิภาคและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งสาเหตุที่เลือกธนาคารนี้แห่งเดียว เพราะเป็นธนาคารที่ให้ความสำคัญกับผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง มีโครงการต่าง ๆ เกิดขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานสูง แต่เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการสำหรับกลุ่มผู้บริหารระดับกลางและระดับสูง ยังไม่มีโครงการสำหรับบุคลากรทั่วไป

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยข้อความถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า พัฒนามาจากเครื่องมือของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

(2561), ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) และ ธนาคารโลก (2561) จำนวน 6 ข้อ และข้อคำถามเกี่ยวกับสมรรถนะ พัฒนามาจากเครื่องมือของ McClelland (1973), เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ (2548) และอาภรณ์ ภูวิทยาพันธ์ (2548) จำนวน 7 ข้อ

ผู้วิจัยคำนวณค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และ วัตถุประสงค์ ซึ่งมาจากการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ทุกข้อผ่านเกณฑ์ และคำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .884 ส่วนข้อคำถามเกี่ยวกับสมรรถนะมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .912 ถือว่า ทั้งสองตัวแปรตัวแปรมีความสัมพันธ์แอลฟาเหล่านี้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือมีค่ามากกว่า .80 ขึ้นไป (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2550) จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัย

การศึกษาระดับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ระดับสมรรถนะ และศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย มีผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในธนาคาร

ตัวแปรคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในธนาคาร	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. มีสมรรถนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและมีผลการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ที่องค์กรกำหนดอยู่ในระดับมากที่สุด	4.31	.56	มากที่สุด
2. มีทักษะในการสื่อสารกับผู้อื่นที่ส่งผลให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี	4.42	.56	มากที่สุด
3. มีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ หาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น และหาทางออกได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์	4.35	.58	มากที่สุด
4. ยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ	4.74	.50	มากที่สุด
5. มีความพร้อมต่อการทำงานที่ยากและท้าทายขึ้นในอนาคต	4.55	.57	มากที่สุด
6. มีความกล้าที่จะเผชิญความท้าทายใหม่ ๆ และกระตือรือร้นที่จะหาทางพัฒนางานด้วยวิธีการที่หลากหลาย	4.58	.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ตัวแปรคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.31 ถึง 4.74 เกณฑ์การแปลความหมายผลคะแนนจากแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .502 และตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ มีสมรรถนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและมีผลการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ที่องค์กรกำหนดอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ยังมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .56 ทั้งนี้ เกณฑ์การแปลความหมายผลคะแนนจากแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุดทุกองค์ประกอบ

ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสมรรถนะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในธนาคาร

ตัวแปรสมรรถนะ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. มีความรู้เกี่ยวกับงานธนาคารในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	4.30	.53	มากที่สุด
2. มีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับงานธนาคาร	4.40	.62	มากที่สุด
3. สามารถนำความรู้จากการแลกเปลี่ยนจากบุคคลอื่นมาพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงาน	4.37	.61	มากที่สุด
4. มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ส่งผลให้ไม่เกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน	4.37	.61	มากที่สุด
5. มีความคล่องแคล่วในการให้บริการลูกค้าที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า	4.37	.55	มากที่สุด
6. มุ่งมั่นตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ	4.50	.57	มากที่สุด
7. มีการเฝ้าหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ	4.43	.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ตัวแปรสมรรถนะมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.30 ถึง 4.50 เกณฑ์การแปลความหมาย ผลคะแนนจากแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด โดยตัวแปรสมรรถนะ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ มุ่งมั่นตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .57 และตัวแปรสมรรถนะที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ มีความรู้เกี่ยวกับงานธนาคารในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย แต่ยังมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .53 ทั้งนี้ เกณฑ์การแปลความหมาย ผลคะแนนจากแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุดทุกองค์ประกอบ

ตารางที่ 3

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง โดยการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ของตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง และตัวแปรสมรรถนะ

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความเชื่อมั่น
คุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง	1. ความรู้เกี่ยวกับงานธนาคารในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	.75	.56
	2. ทักษะในการสื่อสารกับผู้อื่นที่ส่งผลให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี	.83	.69
	3. ความสามารถในการคิด วิเคราะห์ หาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น และหาทางออกได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์	.69	.47
	4. ยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ	.41	.17
	5. ความพร้อมต่อการทำงานที่ยากและท้าทายขึ้นในอนาคต	.46	.21
	6. ความกล้าที่จะเผชิญความท้าทายใหม่ ๆ และกระตือรือร้นที่จะหาทางพัฒนางานด้วยวิธีการที่หลากหลาย	.57	.32
สมรรถนะ	1. สมรรถนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและมีผลการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ที่องค์กรกำหนดอยู่ในระดับสูง	.64	.41
	2. ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับงานธนาคาร	.60	.36
	3. สามารถนำความรู้จากการแลกเปลี่ยนจากบุคคลอื่นมาพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานได้	.69	.48
	4. มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ส่งผลให้ไม่เกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน	.68	.46
	5. ความคล่องแคล่วในการให้บริการลูกค้า ที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้	.76	.57
	6. มุ่งมั่นตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ	.61	.38
	7. การเฝ้าหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ	.71	.50

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงซึ่งเป็นตัวแปรตามนั้น มีตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสามารถในการใช้วัดตัวแปรแฝง เพราะค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าตั้งแต่ .41 ถึง .83 โดยเกณฑ์น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า .50 (Hair et al., 2010)

ตัวแปรสมรรถนะซึ่งเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุ มีตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสามารถในการใช้วัดตัวแปรแฝง เพราะค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าตั้งแต่ .60 ถึง .76 โดยเกณฑ์น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า .50 (Hair et al., 2010)

การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแต่ละองค์ประกอบ (CR) ของตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง มีค่าเท่ากับ .85 และตัวแปรสมรรถนะ มีค่าเท่ากับ .87 ถือว่าเป็นค่าความเชื่อมั่นที่ดี ควรมีค่ามากกว่า .60 ขึ้นไป จึงจะถือว่าเป็นค่าความเชื่อมั่นที่ดี (Fornell & Larcker, 1981)

การตรวจสอบความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) ของตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง มีค่าเท่ากับ .40 และตัวแปรสมรรถนะ มีค่าเท่ากับ .47 ถือว่ายังเป็นค่าที่สามารถรับได้ (Fornell & Larcker, 1981)

ตารางที่ 4

การตรวจสอบขนาดอิทธิพลทางตรงของตัวแปรสมรรถนะที่มีผลต่อตัวแปรคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง

ตัวแปร	ขนาดอิทธิพลทางตรง
คุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง สมรรถนะ	.528

R^2 ของตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงกับตัวแปรสมรรถนะ เท่ากับ .660

หมายเหตุ: ** $p < .01$

จากตารางที่ 4 การตรวจสอบขนาดอิทธิพลทางตรงของตัวแปรสมรรถนะที่มีผลต่อตัวแปรคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง พบว่า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ขนาดอิทธิพลเท่ากับ .528 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรสมรรถนะที่ส่งผลต่อตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง มีค่าเท่ากับ .660 หมายความว่า ตัวแปรสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงได้ร้อยละ 66 หรือ ตัวแปรแฝงสามารถวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ร้อยละ 66 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุป

จากผลการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงและเพื่อศึกษาระดับสมรรถนะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย สรุปได้ว่า ระดับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง และระดับสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทยเมื่อพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องและเกณฑ์วัดระดับความสอดคล้องของ

โมเดลวัดถือได้ว่า ค่าสถิติทุกตัวผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของตัวแปรสมรรถนะกับคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง โดยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ .528 และมีอิทธิพลรวมเท่ากับ .273 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรสมรรถนะที่ส่งผลต่อตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง มีค่าเท่ากับ .660 หมายความว่า ตัวแปรสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงได้ร้อยละ 66 หรือ ตัวแปรแฝงสามารถวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ร้อยละ 66 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จะเห็นได้ว่าสมรรถนะของพนักงานนั้นส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง จึงยอมรับว่าคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงอยู่ในระดับมากที่สุด สมรรถนะของบุคลากรส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในธนาคารอยู่ในระดับมากที่สุด และสมรรถนะมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเป็นไปตามวรรณกรรมที่ได้พบทวนไว้

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ว่า

1. คุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงของธนาคารอยู่ในระดับมากที่สุด และสมรรถนะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวคือ ทุกองค์การควรให้ความสำคัญกับการลงทุนในบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้นมีความรู้สึกยินดีภาคภูมิใจมีความสำคัญ และมีความสุขกับงานที่ได้ปฏิบัติให้กับองค์กรซึ่งจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานที่เพิ่มสูงขึ้น องค์กรสามารถแข่งขันและเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน (Upatana, Nami & Shoosanuk, 2016) และตัวแปรสมรรถนะส่งผลต่อตัวแปรคุณลักษณะอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวคือ เมื่อพนักงานมีสมรรถนะในการทำงานมากขึ้น จะสามารถนำความรู้จากการแลกเปลี่ยนจากบุคคลในสายงานอาชีพเดียวกันมาพัฒนางานของตนเองได้ เป็นไปตามผลงานวิจัยของ Kennedy and Dresser (2005) ที่ว่า สมรรถนะของมนุษย์นั้นจะทำให้องค์กรก้าวไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ด้วยความสามารถต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้ในการปฏิบัติงานทำให้งานนั้นเกิดความรวดเร็ว ทำให้ผู้ปฏิบัติงานนั้นเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ดังนั้นสมรรถนะของบุคลากรที่มีขีดความสามารถสูงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาองค์กรซึ่งองค์กรต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรด้วยโดยเฉพาะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง

2. สมรรถนะมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง พบว่า ตัวแปรสมรรถนะมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางบวกเท่ากับ .52 กล่าวคือ เมื่อพนักงานมีสมรรถนะในการทำงานมากขึ้น ไม่ว่าจะในด้านความรู้เกี่ยวกับงานธนาคารในหน้าที่ที่ตนได้รับผิดชอบ และแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องของธนาคาร ก็จะสามารถนำความรู้จากการแลกเปลี่ยนจากบุคคลในสายงานอาชีพเดียวกันมาพัฒนางานของตนเองได้สอดคล้องกับศศิธร จิมากรณ์ (2555) ที่พบว่า สมรรถนะของเลขานุการ สำนักงานศาลยุติธรรม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของเลขานุการ ร้อยละ 67.9 ซึ่งมีอิทธิพลในทิศทางเชิงบวก ทั้งนี้ เมื่อบุคลากรของธนาคารมีสมรรถนะที่เพิ่มมากขึ้นมีความสามารถที่โดดเด่นและมากกว่าผู้อื่นก็จะเป็นผู้ที่มีความสามารถโดดเด่นมากกว่าพนักงานธรรมดาทั่วไป

จากผลการวิจัย พบว่า ระดับคุณลักษณะ และระดับสมรรถนะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงอยู่ในระดับมากที่สุด สมรรถนะมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ดังนั้น อนาคตต้องให้ความสำคัญกับสมรรถนะของบุคลากร เพราะเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุสำคัญต่อการที่บุคลากรจะมีคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะแบ่งเป็น ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปปฏิบัติ และการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปปฏิบัติ

1.1. องค์กรควรให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลระบุคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงอย่างชัดเจน เพื่อความเป็นระบบในการบริหารจัดการบุคลากร ผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงจะต้องมีคุณลักษณะของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงด้วย ซึ่งสิ่งที่ควรพิจารณาเป็นพิเศษ คือ มีสมรรถนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและมีผลการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ที่องค์กรกำหนดอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น

1.2 บุคลากรในอนาคตที่เป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงจะต้องมีสมรรถนะในตนเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้เกี่ยวกับงานธนาคาร ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ เชี่ยวชาญในการปฏิบัติหน้าที่ องค์กรสามารถระบุสมรรถนะที่ต้องการได้อย่างชัดเจน ซึ่งสิ่งที่ควรพิจารณาเป็นพิเศษ คือ มีความรู้เกี่ยวกับงานธนาคารในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1. การวิจัยในองค์กรที่เป็นธนาคาร หรือองค์กรที่ผู้วิจัยต้องเก็บตัวอย่างจากสาขาย่อย ผู้วิจัยควรทำหนังสือขออนุญาตไปยังสำนักงานใหญ่ก่อน และนำหนังสืออนุญาตที่ได้รับกลับมาแนบไปพร้อมแบบสอบถามที่ส่งไปยังสาขาย่อย ให้ถูกต้องตามลำดับขั้นอนุมัติ รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้ตอบแบบสอบถามของสาขาย่อยว่า สำนักงานใหญ่ได้รับทราบการทำวิจัยดังกล่าว อนุญาตให้ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถาม และอนุมัติให้พนักงานตอบแบบสอบถามได้

2.2 ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว จึงควรเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพในลักษณะการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างควบคู่ไปกับแบบสอบถามด้วยจะทำให้ได้คำตอบของการวิจัยที่ชัดเจน ครบถ้วนและลุ่มลึกยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ขวัญสิริ เพิ่มกว่าเก่า. (2559). *ความพึงพอใจในการบริหารจัดการคนเก่งในธนาคาร กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในประเทศไทย*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เชียง เกาซิด. (2554). *สมรรถนะและคุณภาพบัณฑิตเศรษฐศาสตร์ในทัศนคติของนายจ้าง*.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ณรงค์วิทย์ แสนทอง. (2547). *มารู้จัก Competency กันเถอะ*. กรุงเทพมหานคร : เอชอาร์ เซ็นเตอร์.

- ธัชวิษณุ ชัยทวีศักดิ์ และวีโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). ผลกระทบของการรับรู้การสนับสนุนการจัดการ
ความสามารถพิเศษส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน บริษัท ผู้ผลิตพลาสติก
เพื่อการบรรจุภัณฑ์. *วารสาร เวอร์ริเดียน อี เจอนอล*. 8(3). 652-675.
- ธนาคารโลก. (2561). *กรอบการร่วมมือการพัฒนาประเทศสำหรับประเทศไทย*. รายงานประจำปี 2561.
ธนาคารโลกสำนักงานประเทศไทย. กรุงเทพฯ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *ถอดรหัสกระบวนการสร้างคน และปรับตัววัฒนธรรมให้เท่าทันโลกใน
แบบ ธปท*. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2562, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/
BOTMagazine/Pages/256205Conversation.asp](https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256205Conversation.asp)
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2561). *ข้อมูลทั่วไปธนาคารอาคารสงเคราะห์*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม
2562, จาก <https://www.ghbank.co.th/>
- พรรณวดี สถิตถาวร และประจวบ เพิ่มสุวรรณ. (2553). ทิศนคติของคนวัยรุ่น Gen Y ต่อการ
ทำงานในระบบราชการ. *BU Academic Review*, 9(1), 177-190.
- พรรัตน์ แสดงหาญ. (2556). การดำรงรักษาคนเก่งในองค์กร. *วารสารนักบริหาร*, 33(3), 33-38.
- เพ็ญจันทร์ แสนประสาน, อุไร พานิชยานุสนธิ์, ลัดดาวรรณ ทัดศรี, เสาวลักษณ์ เจริญสิทธิ์,
พริ้มเพรา สาครชัยพิทักษ์, มยุรี ปริญญวัฒน์, จุไรรัตน์ สุดประโคนเขต, อารี พองเพชร และ
รุ่งนภา ป้องเกียรติชัย. (2548). *การจัดการทางการพยาบาลสู่การเรียนรู้*.
กรุงเทพฯ: สุขุมวิทการพิมพ์.
- ภัคชуда พันอินทร์. (2555). *แนวทางการบริหารจัดการคนเก่งของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนใน
กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา
คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. แหล่งที่มา ฐานข้อมูลโครงการเครือข่ายห้องสมุดใน
ประเทศไทย (ThaiLis).
- มณฑิรา ยืนนาน. (2554). *ศักยภาพขององค์กรบริหารส่วนตำบลและประชาชนในการส่งเสริม
และพัฒนาวัฒนธรรม : กรณีศึกษา ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี*.
กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2550). *ทฤษฎีการประเมิน*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ศศิธร จิมากรณ์. (2555). *สมรรถนะหลักกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเลขานุการสำนักงาน
ศาลยุติธรรม*. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก.
- วิชัย วงษ์ใหญ่. (2556). *การบริหารคนเก่ง*. สาขาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิทย์ เทียงบูรณธรรม. (2541). *การจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.
สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2548). *สมรรถนะของข้าราชการ*.
เอกสารประกอบการสัมมนา. กรุงเทพฯ.
- สุพจน์ บุญวิเศษ. (2554). การบริหารคนเก่งในศตวรรษหน้า. *วารสารการเมือง การบริหาร และ
กฎหมาย*, 4(2), 127-140.
- สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ. (2549). Retaining talent people: (ไม่) ยากอย่างที่คิด. *วารสาร
บริหารธุรกิจ*, 2(109), 10-12.
- อาภรณ์ ภูวิทย์พันธ์. (2548). *Competency dictionary*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.

-
- อุกฤษณ์ กาญจนเกตุ. (2543). การใช้ Competency ในการบริหารงานบุคคล. *วารสารบริหารคน*, 4(21), 11-18.
- อเนก लाभ สุทธินันท์. (2548). *แนวทางการนำสมรรถนะทั้ง 5 ไปเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างได้ผล*. กรุงเทพฯ : อัดสำเนา.
- Armstrong, M., & Brown, D. (1998). Relating competencies to pay: *the UK experience*. *Compensation and Benefits Review*, 30(3), 28.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2nd Ed). Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum.
- Crainer, S. (1997). *The ultimate business library*. Oxford: Capstone Publishing Limited.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed). New Jersey: Pearson.
- Kennedy, P. W. and S. G. Dresser. (2005). Creating a competency-based workplace, Benefits Compensation Digest. *Dissertation Abstracts International*. 42(2). 20-23.
- Kierstead, J. (1998). Competency and KSAO's. Ottawa: Public Service Commission.
- Kwon, K., & Rupp, D. E. (2013). High-performer turnover and firm performance: The moderating role of human capital investment and firm reputation. *Journal of Organizational Behavior*, 34(1), 129-150.
- McClelland, D.C. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- McShane, S. L., & Gilnow, M. A. Von. (2007). *Organizational behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Merton, H. C. (1977). A look at factors affecting the quality of working life. *Monthly Labour Review*, 10, 64-65.
- Rastogi, P. N. (2002). Sustaining enterprise competitiveness is human capital the answer. *Human System Management*, 19(3), 193-203.
- Robertson, A., & Abby, G. (2003). *Managing talented people*. Britain: Pearson Education Limited.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American economic review*, 51(1), 1-17.
- Upatana, R., Nami, M. & Shoosanuk, A. (2016). Supervisor's transformation leadership Influence on job satisfaction, Organizational commitment and employee's job performance of tisco bank public company limited. *Panyapiwat Journal*, 8, 39-51.
- Virtanen, T. (1996). *The competencies of new public manager*, New public managers in Europe: Public servants in transition, London: Macmillan.

การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนราธิวาส

The Organizational Climate Building Affecting Age Diversity Management: A Case Study of Schools under the Local Administrative Organization, Narathiwat Province

พรปวีณ์ เพ็ชรคง

Pornpawee Phetkhong¹

จุฑามณี ตระกูลมุกดา

Jutamanee Trakulmututa²

ฤชชุตตา เทพยากุล

Ruechchuta Tepayakul³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา องค์ประกอบการบริหารความหลากหลายของช่วงอายุ องค์ประกอบการสร้างบรรยากาศในการทำงาน และความสัมพันธะระหว่างการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่มีผลต่อการบริหารความหลากหลายของช่วงอายุ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนราธิวาส จำนวน 223 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการศึกษา พบว่า

1. องค์ประกอบการบริหารความหลากหลายของช่วงอายุ ได้แก่ การเคารพความแตกต่าง การประเมินผลการปฏิบัติงาน การอบรมและการพัฒนา และการได้รับค่าตอบแทน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. องค์ประกอบการสร้างบรรยากาศในการทำงาน ได้แก่ สัมพันธภาพ ภาวะผู้นำเหนือผู้นำ และวัฒนธรรมองค์กร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. การสร้างบรรยากาศในการทำงานส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของช่วงอายุ

คำสำคัญ: การสร้างบรรยากาศในการทำงาน การบริหารความหลากหลายช่วงอายุ

Abstract

The objectives of this research were to study the components of diversity management in age ranges, the components of organizational Climate Building, and the relationship between organizational climate buildings affecting diversity management in age ranges. The samples used in this study were 223 personnel of schools under the

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: itchy.sillyme@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: jutamanee.t@psu.ac.th

³ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: ruechchuta.t@psu.ac.th

Local Administrative Organization in Narathiwat Province. The research instrument was a questionnaire. The statistics used in the study was correlation analysis and confirmatory factory analysis (CFA). The results showed that

1. The components of diversity management in age ranges, such as respect of difference, operational evaluation, training and development, and receiving wage, are consistent with all components of empirical data.
2. The components of organizational climate building, such as relationship, leadership, and organizational culture, are consistent with the empirical data.
3. The organizational climate building affects the diversity management in age ranges.

Keywords: Organizational Climate Building, Diversity Management in Age Ranges

บทนำ

การบริหารความหลากหลายของบุคลากร เป็นสิ่งจำเป็นในองค์การที่มีบุคลากรมีช่วงอายุต่างกันและมักจะมี ความขัดแย้งเนื่องจากประสบการณ์ทำงาน ความชำนาญ ความคิดและการแสดงออกแตกต่างกันตามไปด้วย ผู้บริหารจึงต้องเข้าใจความแตกต่างของช่วงวัยและมีแนวทางในการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันอย่างเหมาะสม เพื่อให้บุคลากรทุกช่วงวัยได้แสดงสมรรถนะ และศักยภาพในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้การพัฒนางานองค์การมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (สุภัทมา ตันตยาภินันท์, 2554) ปัจจุบัน องค์การภาครัฐของไทยจะมีบุคคลที่มีความแตกต่างอย่างเด่นชัดในมิติของช่วงอายุ (Generation) แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ Baby Boomers (คนที่เกิดระหว่างพ.ศ. 2487-2505) เป็นกลุ่มที่ทุ่มเทให้กับงาน ขยัน กระตือรือร้นและให้ความสำคัญกับครอบครัวมากกว่ารายได้ แต่กลัวการเปลี่ยนแปลง ส่วน Generation X (คนที่เกิดระหว่าง พ.ศ.2506-2520) เป็นกลุ่มที่เมื่อทำงานประสบความสำเร็จจะต้องการคำชมเชยหรือเมื่อเกิดปัญหาจะชอบเข้าไปเจรจากับหัวหน้าโดยตรงเพื่อให้ปัญหาได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว เป็นพวกไม่กลัวการเปลี่ยนแปลงเพราะถือเป็นการพัฒนางานองค์การและตัวเอง และยังต้องการเวลาทำงานที่ยืดหยุ่นได้และได้รับการสนับสนุนหรือเลื่อนตำแหน่ง ทว่า Generation Y (คนที่เกิดระหว่างพ.ศ. 2521-2538) เป็นรุ่นที่เกิดมาพร้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัยหลายอย่าง ทำให้เป็นคนใจร้อนเพราะข้อมูลที่ต้องการสามารถหาได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยอมรับนับถือคนที่มีความอาวุโสกว่าแต่จะยอมรับคนที่มีความสามารถและแสดงผลงานออกมาเป็นที่ประจักษ์ (รศรินทร์ เกรย์ และคณะ, 2016) จะเห็นได้ว่าองค์การในปัจจุบันนี้มีบุคลากรที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน โดยแต่ละช่วงอายุนั้นก็มีลักษณะ เป้าหมาย และแรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกันออกไป องค์การจึงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความหลากหลายอันเนื่องจากการที่บุคลากรมีความแตกต่างของช่วงอายุโดยเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยไม่อคติ การอบรมและการพัฒนาบุคลากรอย่างเท่าเทียมกัน และการได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมแต่ละช่วงวัย ทั้งนี้หากมีการบริหารที่ไม่เหมาะสมก็อาจนำไปสู่ปัญหาในการทำงานร่วมกันของบุคลากรได้

เมื่อผู้บริหารองค์การมองเห็นความสำคัญของการที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันแล้วนั้น การสร้างบรรยากาศในการทำงานขององค์การให้เป็นสถานที่ทำงานที่บุคลากรทุกคนรู้สึกว่าคุณค่าและมี

ความพร้อมในการแสดงความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ที่ตนเองมีตามความเหมาะสมของช่วงอายุจึงเป็นเรื่องสำคัญ (พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว, 2554) การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดีจะทำให้การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมไปถึงการส่งเสริมให้บุคลากรในที่ทำงานเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร สภาพจิตใจของบุคลากรดีขึ้น ทั้งยังสามารถธำรงรักษาบุคลากรที่มีความสามารถหรือคนเก่ง (Talent) ให้อยู่กับองค์กรต่อไปได้อีกด้วย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า การที่องค์การภาครัฐมีบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันเป็นเรื่องที่สำคัญต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร โดยเฉพาะเมื่อมีคน 3 ช่วงวัย เข้ามาทำงานในองค์กรภาครัฐมากขึ้น การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันจะช่วยลดปัญหาและความไม่ลงรอยระหว่างบุคลากรที่มี ประสบการณ์ ทักษะ และพฤติกรรมในการทำงานที่แตกต่างกันได้ นอกจากนี้ โรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนราธิวาสมีบุคลากรที่มีความแตกต่างของช่วงอายุจำนวนมาก ทั้งนี้ การศึกษาการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนราธิวาสแทบจะไม่ปรากฏให้เห็นมาก่อนหน้านี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันและองค์ประกอบการสร้างบรรยากาศในการทำงาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

การสร้างบรรยากาศในการทำงานส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบองค์ประกอบการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันองค์ประกอบการสร้างบรรยากาศในการทำงาน และความสัมพันธ์ของการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน
2. ผู้บริหารในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทราบถึงแนวทางการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ทำให้การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันมีประสิทธิภาพ
3. ผู้วิจัยที่สนใจศึกษาต่อสามารถนำความผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน
การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันเป็นแนวคิดที่มีการพัฒนามากขึ้นเนื่องจากความแตกต่างของกลุ่มคนในที่ทำงานเริ่มแพร่หลาย ความหลากหลายในที่ทำงานเพื่อเปลี่ยน

วัฒนธรรมภายในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมนี้จะไปตามกระบวนการทัศน์ ได้แก่ (1) กระบวนทัศน์ความยุติธรรมเป็นวิธีที่เข้าใจความหลากหลายได้ องค์การต้องการกระบวนการบริหารจัดการที่รับรองว่าบุคลากรทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน (2) กระบวนทัศน์การมีส่วนร่วม เป็นการยอมรับความแตกต่าง องค์การต้องการผู้ที่มีความหลากหลายทางประชากรศาสตร์มากขึ้น เพื่อทำความเข้าใจและให้บริการขององค์การดีขึ้น (3) กระบวนทัศน์ใหม่ หมายถึง การเชื่อมต่อมุมมองที่หลากหลายในการทำงานเป็นแนวทางในการให้บุคลากรสามารถแสดงศักยภาพของตนเอง และเป็นสิ่งที่พวกเขาตระหนักดีว่าความสามารถเหล่านั้นจะเป็นประโยชน์สูงสุดให้แก่องค์การ (Wah, 2016) ซึ่งสอดคล้องกับการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน ในองค์การภาครัฐ เนื่องจากการสรรหาบุคลากรนั้น มักจะมีบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันเข้ามาเพิ่มในที่ทำงานจึงทำให้องค์การต้องสร้างความยุติธรรม การเคารพและเกียรติ การมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกช่วงอายุให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่

จากการศึกษางานวิจัยของไทยและต่างประเทศ ทำให้สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบที่จะทำให้การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัันมีประสิทธิภาพได้สี่องค์ประกอบดังนี้ (1) การเคารพความแตกต่างเป็นค่านิยมหลักในการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันโดยการให้เคารพและให้เกียรติในความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นพร้อมทั้งชื่นชมในความแตกต่างในศักยภาพและร่วมกันพัฒนาองค์การให้ไปสู่ความสำเร็จตามที่องค์การต้องการได้อย่างสามัคคีและรวมเป็นหนึ่งเดียว (2) การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นการวัดศักยภาพการทำงานของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันโดยองค์การในปัจจุบันจะมีการประเมินแบบ 360 องศาให้ความเป็นธรรมแก่บุคลากรทุกช่วงอายุและการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นไปตาม เกณฑ์อย่างเท่าเทียมกันโดยไม่ได้นำถึงถึงความแตกต่างของอายุ (3) การอบรมและการพัฒนาเป็นกระบวนการที่องค์การมีการสำรวจปัญหาของบุคลากรแต่ละช่วงอายุเพื่อเข้ารับการอบรมและทำให้เกิดการจัดอบรมให้แก่บุคลากรตามความเหมาะสมกับประสบการณ์ทำงานจนทำให้เกิดการพัฒนาของบุคลากรตามประสบการณ์ทำงานให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การ และ (4) การได้รับค่าตอบแทน อย่างเหมาะสมทั้งในรูปแบบของสวัสดิการและผลประโยชน์เกื้อกูล โดยบุคลากรแต่ละช่วงอายุจะมุ่งมั่นการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้นช่วยให้มีความมั่นคงในการดำเนินชีวิตสูงขึ้น (Woolliam & Trompenaars, 2001; Angeline 2011; วิเศษ คำบุญรัตน์, 2558)

สรุปได้ว่า การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน คือ การนำความแตกต่างของบุคลากรในเรื่องช่วงวัยมาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ หากองค์การต้องการประสบความสำเร็จและต้องการให้บุคลากรมีความสามัคคีและทำงานเป็นทีม นั้น บุคลากรทุกคนจะต้องเรียนรู้ เข้าใจ และยอมรับในเรื่องความแตกต่างของช่วงอายุ เพื่อให้มีการบริหารความหลากหลายที่เหมาะสม เพื่อผลักดันให้มีการสร้างสรรค์ผลงานและคุณค่าต่อองค์การยิ่งขึ้น (สุภัทมา ตันตยาภินันท์, 2554; พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว, 2544)

2. แนวคิดการสร้างบรรยากาศในการทำงาน

การสร้างบรรยากาศในการทำงาน หมายถึง การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานให้บุคลากรทุกคนมีแรงและกำลังใจในการทำงาน การสร้างบรรยากาศนี้ไม่เพียงแต่ผู้บริหารเท่านั้นที่จะกำหนดนโยบาย แต่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันของบุคลากรทุกคนเพื่อให้องค์การมีแนวทางในการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อบรรยากาศในที่ทำงานดีแล้วพวกเขาก็สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ส่งผลให้องค์การดำเนินต่อไปอย่างเข้มแข็งและสามารถแข่งขันกับภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทาง

กลับกันหากบรรยากาศในองค์การไม่ดีบุคลากรก็ไม่มีกำลังใจและพลังในการทำงานส่งผลให้การบริหารองค์การมีความล้มเหลว นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้นำ มีบทบาทสำคัญในองค์การเพราะผู้นำจะกำหนดทิศทางและกระบวนการที่จะช่วยให้องค์การสามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ผู้นำไม่เพียงแต่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมของบุคลากร แต่ยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคลากรซึ่งนำไปสู่บรรทัดฐานและความคาดหวังที่เหมาะสม ความประเพณีที่ฝังแน่นในองค์การ และสภาพแวดล้อมที่ถาวรทำให้บุคลากรมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์การในการเป็นส่วนหนึ่งที่ยินดีจะปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์การที่ได้ตั้งไว้ องค์การจำเป็นต้องตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ที่บุคลากรต้องการโดยตระหนักว่าความต้องการนั้นแตกต่างกัน ถือเป็น การสร้างบรรยากาศในการทำงานให้บุคลากรมีแรงและกำลังใจ นอกจากนี้องค์การจำเป็นต้องเรียนรู้ลักษณะการทำงานของบุคลากรเพื่อให้จัดบรรยากาศในการทำงานให้เหมาะสมโดยแนวคิดที่สามารถอธิบายลักษณะการทำงานของบุคลากรได้นั้นจะสอดคล้องกับ ทฤษฎี X และ ทฤษฎี Y โดยกล่าวว่า บุคลากรนั้นมี 2 ประเภท คือ ทฤษฎี X และทฤษฎี Y โดย ทฤษฎี X มองว่าบุคลากรซึ่งเกี่ยวข้องทำงานมักจะหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ บุคลากรจึงจะต้องถูกควบคุมและลงโทษ ช่มชู้ ในทางตรงกันข้ามว่าทฤษฎี Y เป็นบุคลากรที่ดูแลองค์การเป็นอย่างดีจะแสวงหาความรู้ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความรับผิดชอบ มีความสามารถในการสร้างสรรค์ สมมติฐานของทฤษฎี Y มีส่วนช่วยในการมีส่วนร่วมของบุคลากรและเป็นประโยชน์ต่อองค์การ ดังนั้น การสร้างความผูกพันในองค์การอาจจะใช้การบังคับขู่เข็ญไม่ได้แต่ก็ต้องมีแนวทางในการสร้างความประทับใจและชักชวนให้บุคลากรมีความรู้สึกอยากทำงานเพื่อองค์การ (Arslan, 2013; Grojean et al., 2004)

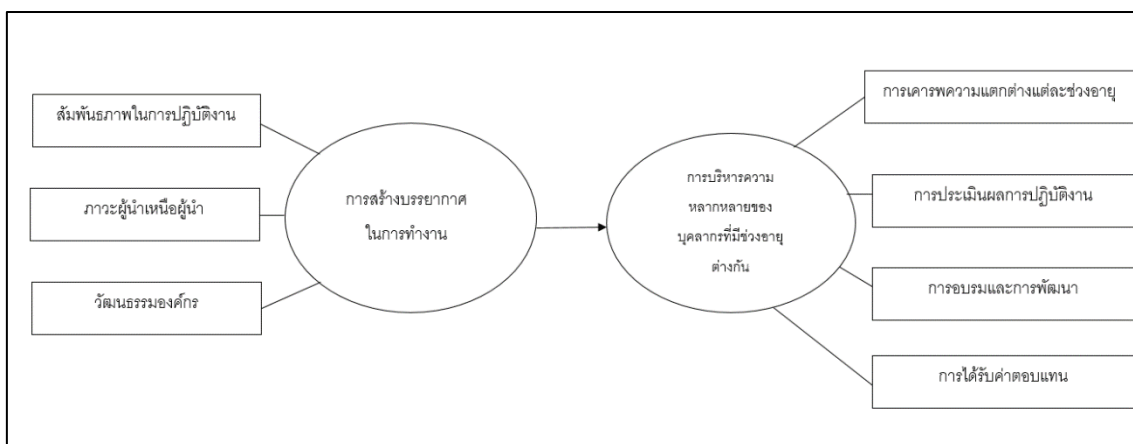
จากการศึกษางานวิจัยของไทยและต่างประเทศ ทำให้สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีอายุต่างกัน ได้สามองค์ประกอบดังนี้ (1) สัมพันธภาพของบุคลากรในการปฏิบัติงาน เป็นการปฏิบัติตนของบุคลากรโดยมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และช่วยเหลือซึ่งกันและกันแก่บุคลากรแต่ละช่วงอายุ การใช้ถ้อยวาจาที่สุภาพและอ่อนโยน พร้อมทั้งอธิบายการทำงานให้แก่บุคลากรช่วงอายุอื่น ๆ ได้ และการให้กำลังใจบุคลากรโดยการให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่บุคลากรคนอื่น (2) ภาวะผู้นำเหนือผู้นำของ ผู้บริหารเป็นความสามารถของผู้บริหารที่สนับสนุนให้บุคลากรสามารถเป็นผู้นำตนเองได้ และสนับสนุนให้เป็นบุคลากรที่ดีในการปฏิบัติงานเพื่อโรงเรียนและมีการวางตัวที่ดีและสามารถเข้าใจบุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน (3) วัฒนธรรมองค์การ คือ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในองค์การและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ซึ่งองค์การได้นำความ แตกต่างและความหลากหลายของช่วงอายุมาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดเป้าหมายขององค์การ และความหลากหลายของช่วงอายุนั้นจะส่งผลให้เกิดการปฏิบัติงาน การพัฒนางาน และประยุกต์ใช้การ แก้ปัญหาที่แตกต่างกันอย่างสร้างสรรค์ (Moslehpour et al., 2019; Holloway, 2012; สัมฤทธิ์ ฝินิมิ และ ศรียา สุขพานิช, 2553)

สรุปได้ว่า บุคลากรที่มีความแตกต่างกันในช่วงอายุจำนวนมากส่งผลให้เกิดปัญหาในการทำงาน องค์การจึงจำเป็นต้องมีการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดีเพื่อให้บุคลากรมีความรู้สึกที่ดีและมีกำลังใจในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังสามารถส่งผลให้การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันดีขึ้นตามไปด้วย

3. ความสัมพันธ์ของการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน

การสร้างบรรยากาศในการทำงานของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันจะเกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์กรด้วย เช่น กลุ่ม Baby Boomer มักจะถูกยกย่องว่าเป็นคนที่มีอำนาจสูงสุดในองค์กร เมื่อต้องคุยงานกับคนวัยนี้ ต้องคุยงานแบบเห็นหน้ากันมากกว่าการคุยทางออนไลน์ คนกลุ่มนี้จะชอบสั่งการ จึงมักจะมีทัศนคติขัดแย้งกับคนช่วงวัยอื่น การทำงานร่วมกันคนทำงานกลุ่มนี้ จึงต้องสร้างบรรยากาศให้เหตุผลมาสนับสนุน สำหรับกลุ่ม Generation X คือ ผู้สืบอำนาจรุ่นต่อไปซึ่งเป็นกลุ่มที่ชอบความชัดเจน กระชับไม่อ้อมค้อม คนในกลุ่มนี้มีความเข้าใจในเทคโนโลยีพอสมควร ฉะนั้นจึงยอมรับการสื่อสารงานผ่านช่องทางออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นอีเมลหรือไลน์ แต่ในกรณีที่เป็นทางการ คนช่วงวัยนี้จะเห็นว่า ควรที่จะต้องพูดคุยกันต่อหน้า ลักษณะการทำงานที่คนกลุ่มนี้ชอบคือการทำงานโดยให้โจทย์ปลายเปิด เพื่อให้บุคลากรได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์และได้ลองแก้ไขปัญหาด้วยตัวเอง โดยให้ความสำคัญกับแนวการทำงานที่เน้นความสมดุลของชีวิต ส่วนกลุ่ม Generation Y จะชื่นชอบความท้าทายใหม่ การได้ลองบทบาทใหม่หรือการสลับทำงานบางอย่างในเวลาเดียวกันจะรู้สึกกระตือรือร้น แต่จะปฏิเสธกฎระเบียบที่เข้มงวดจนเกินไป หากต้องทำงานกับคนกลุ่มนี้ควรสร้างบรรยากาศการทำงานให้มีความผ่อนคลายเป็นกันเอง เอื้อต่อการให้อิสระในการทำงานและการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เพราะคนกลุ่มนี้มักจะใจร้อนและไม่ชอบความคลุมเครือไม่ชัดเจน (สุคปฐพี เวียงสี, 2560; Grojean et al., 2004)

บรรยากาศในการทำงานสะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคลากรและช่วยผลักดันให้บุคลากรมีความสามารถในการทำงานได้อย่างเต็มที่และลดอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงาน หากบรรยากาศในองค์กรเป็นไปตามความคาดหวังและความพึงพอใจของบุคลากรแต่ละคนแล้ว จะทำให้การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นนำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัยดังปรากฏในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนราธิวาส จำนวน 223 คน จากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane (1973) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามครอบคลุมตัวแปรการสร้างบรรยากาศในการทำงานและการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 13 ข้อ พัฒนามาจากองค์ประกอบของ Woolliam & Trompenaars (200) Angeline (2011) และวิเศษ คำบุญรัตน์ (2558)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างบรรยากาศในการทำงานเป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 9 ข้อ พัฒนามาจากองค์ประกอบของ Moslehpour et al., (2019) Holloway (2012) สัมฤทธิ์ ฝิวนิม และ ศรียา สุขพานิช (2553)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาหาค่าความสอดคล้องกับจุดประสงค์หรือเนื้อหา ปรากฏว่า ข้อคำถามมีค่า (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อสามารถนำไปใช้ได้ และการตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ปรากฏว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่า .95 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่ดี เพราะมากกว่า .80 (Tavakol & Dennick, 2011) ส่วนสถิติวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factory Analysis: CFA) เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล การปรับโมเดล และการตีความผลการวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการสร้างบรรยากาศในการทำงานและการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน

การบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันซึ่งมีองค์ประกอบที่เป็นใช้วัดตัวแปรแฝง ได้แก่ (1) การเคารพความแตกต่างแต่ละช่วงอายุ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ การให้ความสำคัญกับความหลากหลายของช่วงอายุ การให้ความเคารพและให้เกียรติ การเชื่อว่าความแตกต่างมีความสำคัญ (2) การประเมินผลการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ การประเมินอย่างเท่าเทียมกันการชื่นชมศักยภาพ การประเมินมีความเหมาะสมกับช่วงอายุ การได้รับการประเมินแบบ 360 องศา (3) การอบรมและการพัฒนา ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ การได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับองค์การ การได้รับการอบรมตามความเหมาะสม การได้รับการสำรวจเกี่ยวกับปัญหา และ (4) การได้รับค่าตอบแทน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ การได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เกื้อกูลที่เหมาะสม การได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับอายุ ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้น เพราะค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัว มีค่าตั้งแต่

.63 ถึง .91 โดยเกณฑ์น้ำหนักองค์ประกอบมีค่า มากกว่า .50 จึงถือว่าเป็นค่าที่อยู่ในระดับสูง (Hair et al., 2010)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันทุกตัวมีค่าเป็นบวก คือ มีค่าตั้งแต่ .16 ถึง .71 แสดงว่า องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการวัดตัวแปรการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน พบว่า ทุกข้อคำถามมีความเที่ยงตรง เนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ดีทุกตัว ได้แก่ ค่าไค-แอสควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 2.11 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ น้อยกว่า 3 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ .07 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ น้อยกว่า .08 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .92 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ .95 ค่าดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ .93 และค่าดัชนีบ่งบอกความกลมกลืนของข้อมูล (IFI) เท่ากับ .95 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ .90 (Hooper et al., 2008) เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยว่าองค์ประกอบการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแต่ละองค์ประกอบ (Composite Reliability หรือ CR) ของตัวแปรการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน มีค่าเท่ากับ .97 ซึ่งการวิเคราะห์ค่า CR ควรค่ามากกว่า .70 ขึ้นไป สำหรับการตรวจสอบค่าความแปรปรวนที่สกัดเฉลี่ย (Average Variance Extracte หรือ AVE) ของตัวแปรการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน มีค่าเท่ากับ .41 ซึ่งค่า AVE ควรค่าตั้งแต่ .40 ขึ้นไป (Zulkurnain et al., 2016; Fornell & Larcker, 1981)

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบการสร้างบรรยากาศในการทำงาน

ตัวแปรสังเกตได้ของการสร้างบรรยากาศในการทำงานมีความสามารถในการใช้วัดตัวแปรแฝง ได้แก่ (1) สัมพันธภาพในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การใช้ถ้อยคำจาที่สุภาพอ่อนโยน การได้รับกำลังจากผู้บังคับบัญชา (2) ภาวะผู้นำเหนือผู้นำของผู้บริหาร ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ การวางตัวที่ดี การได้รับการสนับสนุนให้เป็นแบบอย่างที่ดี การได้รับการสนับสนุนให้เป็นผู้นำ และ (3) วัฒนธรรมองค์การ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การทัศนคติที่มีต่อการทำงานร่วมกัน การร่วมเสนอแนวทางการทำงาน เพราะค่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าตั้งแต่ .56 ถึง .87 โดยเกณฑ์น้ำหนักมีค่ามากกว่า .50 จึงถือว่าเป็นค่าที่อยู่ในระดับสูง (Hair et al., 2010) ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการสร้างบรรยากาศในการทำงาน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการสร้างบรรยากาศในการทำงานทุกตัวมีค่าเป็นบวก คือ มีค่าตั้งแต่ .32 ถึง .69 แสดงว่า องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการสร้างบรรยากาศในการทำงานพบว่าทุกข้อคำถามมีความเที่ยงตรง เนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ดีทุกตัว ได้แก่ ค่าไค-แอสควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 2.23 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ น้อยกว่า 3 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ .07

ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ น้อยกว่า .08 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .96 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ .97 ค่าดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ .95 และค่าดัชนีบ่งบอกความกลมกลืนของข้อมูล (IFI) เท่ากับ .97 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ .90 (Hooper et al., 2008)

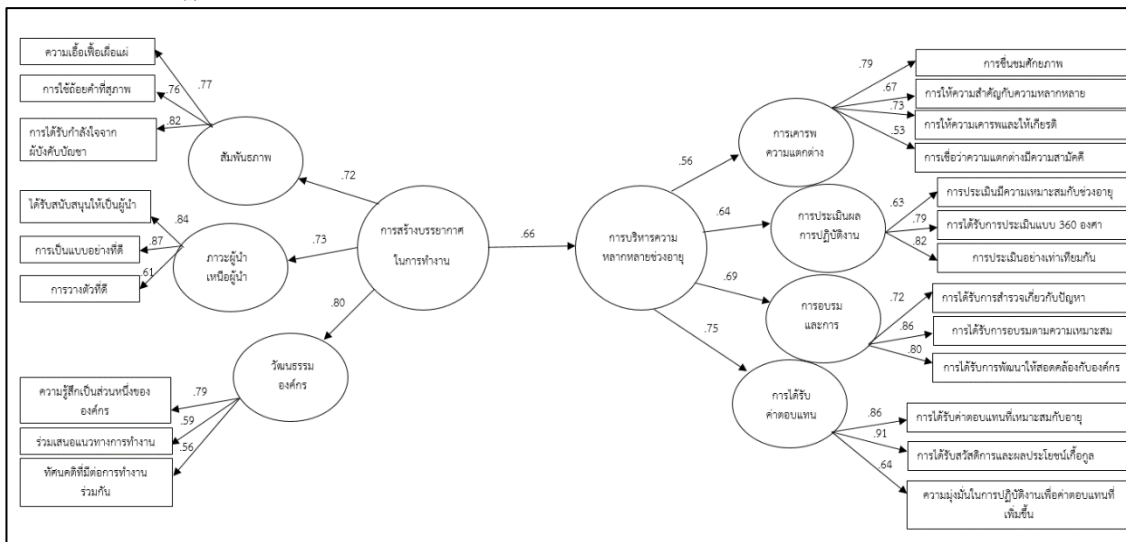
การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแต่ละองค์ประกอบ (Composite Reliability หรือ CR) ของการสร้างบรรยากาศในการทำงานมีค่าเท่ากับ .97 ซึ่งการวิเคราะห์ค่า CR ควรมีค่ามากกว่า .70 ขึ้นไป สำหรับการตรวจสอบค่าความแปรปรวนที่สกัดเฉลี่ย (Average Variance Extracte หรือ AVE) ของการสร้างบรรยากาศในการทำงาน มีค่าเท่ากับ .70 ซึ่งค่า AVE ควรมีค่าตั้งแต่ .40 ขึ้นไป (Zulkurnain et al., 2016; Fornell & Larcker, 1981) เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยว่าองค์ประกอบการสร้างบรรยากาศในการทำงานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. ความสัมพันธ์การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของช่วงอายุ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของช่วงอายุ พบว่า ความสัมพันธ์และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของช่วงอายุทุกตัว มีค่าเป็นบวก คือ มีค่าตั้งแต่ .19 ถึง .58 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน ทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์แสดงว่าโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารวมทั้งสองตัวแปร พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรมีค่าตั้งแต่ .53 – .86 โดยเกณฑ์น้ำหนักควรมีค่ามากกว่า .50 (Hair et al., 2010) และโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ดีทุกตัว ได้แก่ ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 1.42 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ น้อยกว่า 3 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ .04 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ น้อยกว่า .08 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .97 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ .99 ค่าดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ .98 (Hooper et al., 2008) แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบการสร้างบรรยากาศในการทำงานได้แก่ (1) สัมพันธภาพ ประกอบไปด้วย ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การใช้ถ้อยคำที่สุภาพ การได้รับกำลังใจจากผู้บังคับบัญชา (2) ภาวะผู้นำเหนือผู้นำ ประกอบไปด้วย การได้รับการสนับสนุนให้เป็นผู้นำตนเอง การเป็นแบบอย่างที่ดี การวางตัวที่ดี (3) วัฒนธรรมองค์การ ประกอบไปด้วย ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ การร่วมเสนอแนวทางการทำงาน การมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานร่วมกัน หากองค์ประกอบที่ได้กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับการสร้างบรรยากาศในการทำงานมีการปฏิบัติภายในองค์การเป็นอย่างดีจะทำให้กระบวนการการบริหารความหลากหลายของช่วงอายุได้แก่ (1) การเคารพความแตกต่าง ประกอบไปด้วย การชื่นชมศักยภาพ การให้ความสำคัญกับความหลากหลาย การให้ความเคารพและให้เกียรติ (2) การประเมินผลการปฏิบัติงาน ประกอบไปด้วย การประเมินมีความเหมาะสมกับช่วงอายุ การได้รับการประเมินแบบ 360 องศา

การประเมินอย่างเท่าเทียมกัน (3) การอบรมและการพัฒนา ประกอบไปด้วย การได้รับการสำรวจ ปัญหาการทำงาน การได้รับการอบรมตามความเหมาะสม การได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับองค์การ (4) การได้รับค่าตอบแทน ประกอบไปด้วย การได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับช่วงอายุ การได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เอื้อ และความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้นดีขึ้นตามไปด้วยดังปรากฏในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน

การอภิปรายผล

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน

การสร้างบรรยากาศในการทำงานส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เพราะว่า บุคลากรในโรงเรียนสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา มีการปฏิบัติงานด้วยความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การใช้ถ้อยคำจาที่สุภาพอ่อนโยน และการได้รับกำลังใจจากผู้บังคับบัญชาจึงส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งกลุ่ม Generation Y จะมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด อาจเป็นเพราะมีลักษณะนิสัยชอบรับฟังคำแนะนำ มีความคิดสร้างสรรค์ และมีลักษณะการใช้ชีวิตโดยใช้เงินเพื่อสนองความสุขของตนเองทำให้เกิดประเด็นหรือเรื่องราวที่คนกลุ่มนี้สามารถไปพูดคุยกับกลุ่มอื่น ๆ ที่มีความชอบแบบเดียวกัน นอกจากเรื่องการทำงานจนกลายเป็นสัมพันธภาพที่ดีต่อบุคลากรด้วยกันเอง กลุ่ม Generation X มีปฏิสัมพันธ์ที่ต่อบุคลากรคนอื่น ๆ ค่อนข้างดี มีน้ำใจและเคารพผู้อาวุโส และยังมีพยายามพัฒนาตนเองเพื่อไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น ส่วนกลุ่ม Baby Boomers จะไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอื่น ๆ เพราะเป็นกลุ่มที่มีอายุมากในองค์กร มีการวางตัวที่ดี และส่วนใหญ่จะผู้บริหารขององค์กร ฉะนั้น รูปแบบความเป็นผู้นำคือการเป็นส่วนหนึ่งของบรรยากาศในองค์กร ผู้นำต้องมีความสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของตนเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเพื่อผลประโยชน์ขององค์กรต่อบุคลากรในการสร้างความสำเร็จ ผู้นำกลุ่ม Generation Y มีความภาวะผู้นำเหนือผู้นำมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้นำกลุ่มนี้มีความคิดเป็นสากล

กระจายอำนาจการตัดสินใจให้แก่ลูกน้องเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการปฏิบัติงานและใส่ใจการประพฤติดนของลูกน้องค่อนข้างน้อย ผู้นำกลุ่ม Generation X จะมีความเป็นภาวะผู้นำเหนือผู้นำค่อนข้างน้อยลง เพราะยังคงยึดติดกับความคิดเก่า ๆ และกลัวความผิดพลาดจากการปฏิบัติงานของลูกน้อง แต่ยังคงใส่ใจการประพฤติดนเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ลูกน้อง ส่วนผู้นำกลุ่ม Baby Boomers ไม่มีค้อยมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้แก่ลูกน้อง อาจเป็นเพราะประสบการณ์ทำงานและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านทำให้มั่นใจว่าการทำงานของตนเองดีกว่าและลูกน้องจะต้องปฏิบัติตามคำสั่งเท่านั้น และผู้นำกลุ่มนี้จะใส่ใจลูกน้องให้มีการปฏิบัติตนเรียบร้อยเพื่อเป็นหน้าตาขององค์กร ดังนั้นบรรยากาศภายในองค์กรและรูปแบบความเป็นผู้นำ คือ ความสัมพันธ์ที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน ทำให้บุคลากรในโรงเรียนมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรร่วมเสนอแนวทางการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Moslehpour และคณะ (2019) ที่พบว่า การสร้างบรรยากาศในการทำงาน เป็นสิ่งสำคัญโดยองค์กรต้องมีรูปแบบการบริหารของผู้นำที่สร้างสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรรับรู้ถึงบรรยากาศการทำงานในองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับความต้องการของงาน นอกจากนี้บุคลากรยังมีความรับผิดชอบที่หลากหลาย โครงสร้างการทำงานจะเป็นตัวกำหนดการทำงานให้สะดวกมากขึ้น โดยแบ่งลำดับชั้นอาวุโสเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังรวมถึงการให้ความเคารพในความแตกต่างระหว่างช่วงอายุ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน เมื่อบุคคลใดมีความรู้ที่ดีแล้วอาจแบ่งปันความรู้กันในองค์กรก่อให้เกิดสัมพันธภาพในหน่วยงาน ทว่าหากเกิดความผิดพลาดนั้นบุคลากรจะรู้สึกผิดหวังเพราะทุกคนมีสัมพันธภาพที่ดีจึงมองว่าไม่ได้เป็นปัญหาและพร้อมที่จะร่วมมือกันแก้ไข สิ่งที่จะวัดความเหมาะสมของความหลากหลายของบุคลากรได้เป็นอย่างดี คือ การได้รับค่าตอบแทน การได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับช่วงอายุ การได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ เกื้อกูลที่เหมาะสมกับช่วงอายุ และความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการได้รับค่าตอบแทนดังกล่าวเป็นตัววัดประสิทธิผลและประสิทธิภาพของงานที่เกิดจากความหลากหลายของบุคลากรและสอดคล้องกับงานวิจัยของ D'Netto และคณะ (2008) ที่พบว่า ทุกองค์กรมีความหลากหลายของบุคลากรซึ่งแต่ละแห่งมีวิธีการประเมินจากผลการปฏิบัติงานเป็นหลักโดยไม่ลำเอียงหรืออคติตามความหลากหลายของบุคลากร เช่น เพศ ศาสนา อายุ การศึกษา วัฒนธรรม ประสบการณ์ทำงาน เป็นต้น ทั้งนี้การประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีการจัดการความหลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะช่วยลดผลกระทบเชิงลบให้แก่องค์กรได้ ดังนั้น เมื่อการสร้างบรรยากาศในการทำงานดีแล้วย่อมส่งผลต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันดีขึ้นด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปฏิบัติในหน่วยงาน

โรงเรียนควรสำรวจปัญหาของบุคลากรแต่ละช่วงอายุว่าพวกเขามีปัญหาในการทำงานเรื่องใด เพื่อสนับสนุนและเปิดโอกาสให้พวกเขาได้เข้ารับการอบรมเรื่องนั้น ๆ เช่น บุคลากรที่มีอายุน้อยที่สุดหรือ กลุ่ม Generation Y ที่ยังไม่มีความรู้ในเรื่องของระเบียบการปฏิบัติงานต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องอบรมเรื่องดังกล่าวให้มีความรู้เพื่อมาประกอบการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง หากเรียนรู้หรือรับฟังจากผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่าเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอหรือมีความลำเอียง เพราะระเบียบในการปฏิบัติงานต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สำหรับบรรยากาศในการทำงานนั้น หากบุคลากรในโรงเรียนมีการสร้างบรรยากาศการทำงาน ให้นำงานในระดับมากย่อมส่งผลให้บุคลากรมีกำลังใจใน

การทำงาน ดังนั้นจึงควรนำผลการศึกษาไปปรับปรุงการสร้างความบรรยากาศทำงานให้ดีขึ้นในการสร้างการรับรู้ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการมีสัมพันธภาพที่ดี การมีความภาวะผู้นำเหนือผู้นำ และวัฒนธรรมองค์กรที่ดี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้สนใจควรศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Approach) ซึ่งเป็นผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ควรศึกษาตัวแปรในมิติอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ประสิทธิภาพในการทำงาน เพราะเป็นตัวแปรที่สามารถส่งผลกระทบต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันจากงานวิจัยของ Parry & Urwin (2011) และหาความสัมพันธ์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรอื่น ๆ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ควรมีการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์บุคลากรในโรงเรียนทุกตำแหน่งเพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างขึ้นในมิติที่หลากหลายจากการทบทวนวรรณกรรม และสามารถนำผลการวิจัยนั้นไปวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลเชิงปริมาณ อาจทำให้ผลการวิจัยมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การดำเนินการตามข้อเสนอที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะทำให้เกิดประโยชน์ในการวิจัยครั้งต่อไป โดยทราบถึงองค์ประกอบหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่สามารถส่งผลกระทบต่อการบริหารความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันให้ดียิ่งขึ้น จึงอาจทำให้องค์กรต่าง ๆ ที่กำลังประสบปัญหาบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันเกิดความขัดแย้งกันในขณะปฏิบัติงานมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาและสามารถส่งเสริมหรือสนับสนุนองค์การให้ใส่ใจ ดูแล และเห็นความสำคัญบุคลากรทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

เอกสารอ้างอิง

- พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว. (2554). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สรินทร์ เกรย์, อุมารณ ภัทรวานิชย์, อักษรภาค หลีกทอง และเจตพล แสงกล้า. (2559). คุณภาพชีวิตต่างวัยของผู้มีงานทำ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิเชต คำบุญรัตน์. (2558). การบริหารความหลากหลายช่วงอายุในองค์การแห่งยุคการตลาด 3.0. *วารสารนักบริหาร*, 35(2), 3-8.
- สุภัทมา ตันตยาภินันท์. (2554). ความแตกต่างภายในองค์การกับยุทธวิธีในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุดปฐพี เวียงสี. (2560). ทำงานกับคนต่างวัย. แหล่งที่มา
<http://www.sudpatapee.com/index.php/component/k2/item/2017-10-30-05-06>
- สัมฤทธิ์ พิวนิม และ ศรียา สุขพานิช. (2553). องค์ประกอบบรรยากาศองค์การในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปกร*, 1(1), 32-42.
- Angeline, T. (2011). Diversity at the workplace: expectations and perceptions of different generations of employees. *African Journal of Business Management: Managing Generational*, 5(2), 249-255.
- Arslan, A., & Staub, S., (2013). Theory x and theory y type leadership behavior and its impact on organizational performance: Small business owners in the Şişane Lighting and Chandelier District. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 102-111.

-
- D'Netto, B., Shen, J., Chelliah, J., & Monga, M. (2014). Human resource diversity management practices in the Australian manufacturing sector. *International Journal of Human Resource Management*, 25(9), 1243-1266.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Grojean, M. W., Resick, C. J., Dickson, M. W. & Smith, D. B. (2004). Leaders, values, and organizational climate: examining leadership strategies for establishing an organizational climate regarding ethics. *Journal of Business Ethics*, 55(3), 223-241.
- Hair, J., F. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: American Education.
- Holloway, J. B. (2012). Leadership behavior and organizational climate: An empirical study in a non-profit organization. *Emerging Leadership Journeys*, 5(1), 14-16.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M, R. (2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Moslehpour, M., Altantsetseg, P., Mou, W., & Wong, W. K. (2019). Organizational climate and work style: The missing links for sustainability of leadership and satisfied employees. *Sustainability*, 11(1), 1-19.
- Nwosu. C. M. (2016). Managing generational diversity in the workplace: implications for the digitalera university library management. *International Journal of Applied Technologies in Library and Information Management* 2(2), 28 – 44.
- Parry, E., & Urwin, P., (2011). Generational Differences in work values: a review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13. 79–96.
- Tavakol, M., & Dennick, M. (2011). Making Sense of Cronbach's Alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.
- Wah, W, T. (2016). Workshop on diversity management and human capital strategy. *Report APO_15-RP-12-GE-WSP-B_Workshop on Diversity Management and Human Capital Strategy*, 7-17.
- Woolliams. P & Trompenaars. F. (2001). A new paradigm for hr: dilemmas in employing and managing the resourceful human. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/5612/9b321c1b03c7299c2381e8c21f8f1de.pdf>
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: an Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row.
- Zulkurnain, N., Ahmad, S., Khairushalimi, N. (2016). Assessing the validity and reliability of a measurement model in structural equation modeling (SEM). *British Journal of Mathematics & Computer Science*, 15(3), 1-8.

อิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในงานและบทบาทของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การในฐานะตัวแปรคั่นกลาง: กรณีศึกษาข้าราชการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา

The Influence of Red Tape on Work Engagement and the Mediating Role of Person-Organization Fit: A Case Study of Public Servants in Local Government Organizations in Songkhla Province

ศุภชัย รอดรักษา

Supachai Rodraksa¹

วิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์

Wisanutpong Potipiroon²

บทคัดย่อ

ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานนับเป็นปัญหาสำคัญของระบบราชการไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีต่อความผูกพันในงาน และเพื่อศึกษาบทบาทของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การในฐานะตัวแปรคั่นกลาง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา จำนวน 260 คน เลือกโดยวิธีการสุ่มแบบโควต้า ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความผูกพันในงานของพนักงาน ในขณะที่เดียวกันก็ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความผูกพันในงานผ่านความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การ

คำสำคัญ: ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ความผูกพันในงาน ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การ

Abstract

Red tape is an important problem in the Thai bureaucracy. The purpose of the research was to examine the degree of red tape on employees' work engagement and the mediating role of person-organization fit. A Quota sample of 260 public servants was drawn from local government organizations in Songkhla Province comprising both city municipalities and subdistrict organizations (SAOs). The data were analyzed using percentage, mean and standard deviation and multiple regression analysis. The results showed that red tape had a negative direct effect on work engagement and also negative indirect effect on work engagement via the mediating role of person-organization fit.

Keywords: Red Tape, Work Engagement, Person-Organization Fit

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: SupachaiRodraksa050@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: potipiroon@gmail.com

บทนำ

ในอดีตมีความเชื่อว่าการบริหารองค์การแบบราชการ (Bureaucracy) เป็นวิธีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพที่สุดสำหรับหน่วยงานภาครัฐ (Weber, 2013) แต่ในปัจจุบันท่ามกลางกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ทำให้องค์การที่ยังคงยึดถือรูปแบบการบริหารแบบราชการที่มีความเชื่อซาลัสมีเน้นกฎเกณฑ์ตกอยู่ในสภาพที่ไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกยุคปัจจุบันได้ (Gouldner, 1952 อ้างถึงใน balla และคณะ, 2015) ตัวอย่างที่ชัดเจนในสถานการณ์ปัจจุบัน คือ ความสามารถของหน่วยงานภาครัฐในการตอบสนองต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อไปยั้งประเทศทั่วโลก บางประเทศ เช่น สาธารณรัฐเกาหลีได้สามารถตอบสนองกับสถานการณ์นี้ได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่หลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ รวมถึงหลายประเทศในทวีปยุโรป และประเทศไทย ยังประสบปัญหาในการประสานงานและการระดมทรัพยากรต่าง ๆ มาใช้ในการแก้ไขปัญหา (Anderson และคณะ, 2020)

ปัญหาโครงสร้างของระบบราชการและปัญหาความล่าช้าจากกฎอันเกิดจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Red Tape) นับเป็นปัญหาสำคัญของระบบราชการไทยมาช้านาน ทั้งนี้ ระบบราชการตั้งอยู่บนพื้นฐานโครงสร้างอำนาจและการดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบกฎหมายรองรับที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน แม้ว่ากฎระเบียบต่าง ๆ จะมีความสำคัญในการควบคุมพฤติกรรมของคนในสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข แต่กฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มากเกินไป (Overregulation) ย่อมส่งผลให้เกิดความล่าช้าจากการดำเนินการตามระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน (จุมพล หนีมพานิช, 2548; จุมพล หนีมพานิช, 2562; วรเดช จันทรร, 2543) ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการสาธารณะ (Public Services) และการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ นอกจากนั้น งานวิจัยที่ผ่านมาระบุว่า กฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มากเกินไปเป็นการเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ของรัฐถือโอกาสในการทุจริตประชาชน (Extortion) (Guriev, 1999, 2004)

การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับผลกระทบเชิงลบของความล่าช้าจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีต่อทัศนคติประชาชนหรือผู้รับบริการ เช่น ความพึงพอใจ (Gore, 1993) ความสับสน ความขุ่นข้องใจ และความโกรธ (Hattke และคณะ, 2020) และสิทธิเสรีภาพ (Moynihan และ Herd, 2010) นอกจากนั้นยังมีงานวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งที่ศึกษาอิทธิพลของความล่าช้าจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีต่อทัศนคติและความรู้สึกของข้าราชการด้วย เช่น ความตั้งใจที่จะลาออกจากงาน (Pandey and Scott, 2002) ความพึงพอใจในงาน (Kaufmann and Tummers, 2017) และความผูกพันต่อองค์กร (DeHart-Davis and Pandey, 2005; Stazyk Pandey and Wright, 2011)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) โดยความผูกพันในงานเป็นการประเมินคุณลักษณะของบุคคลว่ามีสภาวะกายและจิตใจที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้สึกมีพลังในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตนในงาน (Dedication) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน (Absorption) (Schaufeli และคณะ, 2002) ซึ่งหากพนักงานต้องปฏิบัติงานในองค์กรที่เต็มไปด้วยกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น อาจส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานมีความผูกพันในงานลดลงเนื่องจากแนวปฏิบัติขององค์กรมีความขัดแย้งกับค่านิยม (Values) ของพนักงาน เช่น ความต้องการในการให้บริการประชาชน (Potipiroon and Ford, 2017) ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาบทบาทตัวแปรคั่นกลางความสอดคล้องระหว่างบุคคลและองค์กร (Person-Organization Fit)

(Tummers และคณะ, 2016) แม้งานวิจัยที่ผ่านมาจะได้ศึกษาอิทธิพลของความล่าช้าจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีต่อความผูกพันในงาน (Borst, 2018) แต่ยังไม่เคยมีการศึกษากระบวนการทางจิตวิทยา (Psychological Mechanisms) ที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความล่าช้าจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีต่อความผูกพันในงาน

เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างจากพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 10 แห่ง ประกอบด้วย เทศบาลนครและเทศบาลเมืองจำนวน 5 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 260 คน ทั้งนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจในการศึกษาอิทธิพลของความล่าช้าจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานเนื่องจากเป็นหน่วยให้บริการสาธารณะที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดซึ่งแน่นอนว่า กฎระเบียบต่างๆ ย่อมมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อประสิทธิภาพการให้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความล่าช้าจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ความผูกพันในงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์การ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีต่อความผูกพันในงาน
3. เพื่อศึกษาบทบาทของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การในฐานะตัวแปรคั่นกลาง

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความสัมพันธ์ระหว่างความล่าช้าจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Red Tape) และความผูกพันในงาน (Work Engagement)

ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน หมายถึง กฎระเบียบและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีผลบังคับใช้แล้วนำมาซึ่งความล่าช้าและสร้างภาระจากการปฏิบัติตาม โดยที่ไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และไม่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานนำไปสู่ความขุ่นเคืองและความไม่พอใจของทุกภาคส่วนขององค์กร ทั้งตัวของพนักงานและหัวหน้างาน (Pandey, 1995; Rainey และคณะ 1995) แนวคิดเรื่องความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน แบ่งออกเป็น 2 แนวคิดหลักดังนี้

1. ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานเป็นผลที่เกิดจากการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับเงื่อนไข หรือปัจจัยแวดล้อมทั้งภายนอก และภายในขององค์การ ที่ก่อให้เกิดคุณลักษณะของความล่าช้าและด้อยประสิทธิภาพ นักวิชาการที่สนับสนุนแนวคิดนี้ ได้แก่ (Merton, 2004 อ้างถึงใน Shafritz and Hyde, 2016); Buchanan and Tullock, 1962; Baldwin, 1990)

2. ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน หมายถึง กฎ ระเบียบ กระบวนการ หรือวิธีในการปฏิบัติงาน รวมถึงโครงสร้างการจตุการ ที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อประสิทธิภาพขององค์การโดยแนวคิดนี้มองว่า ถึงแม้ไม่มีการปฏิบัติงาน หรือการดำเนินการใด ๆ องค์กรก็มีความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานแล้ว ผู้ที่สนับสนุนแนวคิดนี้ ได้แก่ (Kaufman, 1977; Bozeman, 1993; Rainey et al., 1995)

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานส่งผลต่อหลายปัจจัยที่เป็นความคิดและระดับทัศนคติที่มีต่องานและองค์กร เช่น ความพึงพอใจในงาน (Kuafmann และ Tummers, 2017) ความผูกพันต่อองค์กร (Stazyk Pandey และ Wight 2011)

สำหรับการศึกษานี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาอิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันในงานผู้วิจัยเลือกใช้ชื่อยามของความผูกพันในงานของ (Schaufeli และคณะ, 2002) ที่ได้นิยามความผูกพันในงาน (Work Engagement) หมายถึง สภาวะกายและจิตใจที่บุคคลมีต่องาน ผู้วิจัยเห็นว่ามีองค์ประกอบของความผูกพันในงานครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน รวมถึงนิยามของความผูกพันในงานมีความสอดคล้องกับแบบวัด Utrecht Work Engagement Scale (UWES) ที่ใช้วัดความผูกพันในงานมีการนำมาใช้แพร่หลายและมีความเหมาะสมกับบริบทของการศึกษากลุ่มตัวอย่างในกลุ่มข้าราชการ และได้มีการตรวจสอบความตรงในหลายประเทศ ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ด้าน (Schaufeli และคณะ, 2002) ได้แก่

1. ความรู้สึกมีพลังในการทำงาน (Vigor) หมายถึง การที่บุคคลมีการทุ่มทั้งแรงกายแรงใจในการทำงานอย่างเต็มที่เต็มใจที่จะใช้ความพยายามในการทำงาน แม้จะต้องเผชิญอุปสรรคที่มีความยากลำบาก
2. การอุทิศตนในงาน (Dedication) หมายถึง ความรู้สึกมุ่งมั่นที่มีบุคคลมีต่องาน รู้สึกถึงความสำคัญของงาน (Significant) มีความเอาใจใส่ในการทำงาน (Enthusiasm) มีความภูมิใจในงาน (Pride) มีแรงบันดาลใจในการทำงาน (Inspiration) และรู้สึกท้าทายในการทำงาน (Challenge)
3. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน (Absorption) หมายถึง การที่บุคคลจดจ่อมีสมาธิอยู่กับงานทำให้เหมือนเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว โดยบุคคลเชื่อว่าสามารถทำงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. แนวคิดเกี่ยวกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Person-Organization Fit)

ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร หมายถึง ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรทั้งในด้านบุคลิกลักษณะ ค่านิยม วัฒนธรรม และเป้าหมายขององค์กร (Kristof-Brown และคณะ, 2005) จากการศึกษาค้นคว้าของ Verquer และคณะ (2003) พบว่า ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติกับงาน (Work Attitude) ซึ่งทำการศึกษาจากงานวิจัยจำนวน 21 งานวิจัย โดยศึกษาความสัมพันธ์ของสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรกับความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจในการลาออก ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรมีอิทธิพลทางบวกกับความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กร และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรมีอิทธิพลทางลบกับความตั้งใจในการลาออก สอดคล้องกับงานวิจัยอื่นที่พบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Person-Organization fit หรือ P-O Fit) มีอำนาจในการทำนายทัศนคติของพนักงาน เช่น ความผูกพันต่อองค์กร (Kristof-Brown et al., 2005) ความพึงพอใจในงาน (Tepeci, 2001)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่า หากพนักงานต้องทำงานในองค์กรที่เต็มไปด้วยกฎระเบียบที่ไม่จำเป็นและมีการรับรู้ถึงระดับความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สูงอาจจะส่งผลให้ข้าราชการผู้ปฏิบัติงานลดความผูกพันในงาน เนื่องจากค่านิยมส่วนตัวมีความขัดแย้งกับแนวทางปฏิบัติขององค์กร รวมไปถึงค่านิยมต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งสะท้อนในการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Person-Organization Fit) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานส่งผลทางลบต่อความความผูกพันในงาน

สมมติฐานที่ 2: ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางลบต่อความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การ

สมมติฐานที่ 3: ความสอดคล้องระหว่างคนกับองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อความความผูกพันในงาน

สมมติฐานที่ 4: ความสอดคล้องระหว่างคนกับองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานและความความผูกพันในงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้าราชการข้าราชการสังกัดองค์กรบริหารส่วนในจังหวัดสงขลา เลือกโดยวิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) ขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์ที่ใช้เกณฑ์ของ Taro Yamane (1973) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ เท่ากับ 0.05 ได้เท่ากับจำนวน 266 คน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับ 280 คน หลังจากทำความสะอาดชุดข้อมูลแล้วเหลือกลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 คน

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีข้อคำถามในการวัดองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยข้อคำถาม 6 ข้อ มาตรฐานวัดแบบ Likert Scale 7 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) (Borst และคณะ, 2017) 2) ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การ ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ มาตรฐานวัด Likert Scale 7 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) (Cable and DeRue, 2002) และ 3) ความผูกพันในงาน โดยใช้มาตรฐานวัด Likert Scale 7 ระดับ (1 = ไม่เคยเลย 7 = ตลอดเวลา) (Schaufeli and Bakker, 2003) จากการตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธี Cronbach's alpha พบว่า ค่าของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.85-0.93 จากนั้นทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmation Factor Analysis) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative chi-square) เท่ากับ 2.33 น้อยกว่า 3 ถือว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Mueller, 1996) ส่วนค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เท่ากับ .0068 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ .98 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ .93 ซึ่งแสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รวมทั้งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติเบื้องต้นที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการวิเคราะห์ตัวแปรคั่นกลาง (Mediation Analysis) โดยผู้วิจัยใช้ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ AMOS ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของตัวแปรหลักทั้ง 4 ตัว และใช้โปรแกรมสถิติ SPSS Process Version 2.15 ของ Hayes (2013) ในการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 260 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการในสายงานระดับปฏิบัติงาน ร้อยละ 45.4 มีระยะเวลารับราชการ 1-9 ปี ร้อยละ 41.2 อายุ 40-48 ปี ร้อยละ 43.8 เพศหญิง ร้อยละ 72.3 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.4 สถานภาพสมรส ร้อยละ 61.6 อัตราเงินเดือน 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 38.1

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรที่ละคู่

ตัวแปร	Mean	S.D.	1	2	3
1. Red Tape	2.93	.72	(.91)		
2. Person-Organization Fit	4.57	1.10	-.31**	(.93)	
3. Work Engagement	4.88	.94	-.26**	.45**	(.85)

หมายเหตุ: n = 260; **p < .01 , ในวงเล็บคือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค

การวิเคราะห์ระดับของตัวแปรผู้วิจัยแปลผลระดับของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร และความผูกพันในงานโดยกำหนดการแปลความหมายโดยใช้อัตราภาค (Interval) แบ่งเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย ระดับต่ำมาก ระดับต่ำ ระดับปานกลาง ระดับสูง และระดับสูงมาก พบว่า ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 อยู่ในระดับปานกลาง ความผูกพันในงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 อยู่ในระดับสูง และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 อยู่ในระดับสูง ส่วนผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ (Bivariate Correlations) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลและองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 โดยมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ -.31 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ -.26 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ .45 ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความอยู่ระหว่าง -0.31 ถึง 0.45 จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) เนื่องจากไม่มีค่าใดมีความสัมพันธ์กันเกินเกณฑ์มาตรฐาน 0.9 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น พบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha) ในทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อมั่นเพียงพอ

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

	Model 1 (Person-Organization Fit)			Model 2 (Work Engagement)		
	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>beta</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>beta</i>
	ตัวแปรควบคุม					
เพศ	.06 ^t	.15	.02 ^t	.00	.12	.00
อายุ	.02*	.01	.19*	.02 ^t	.01	.15 ^t
การศึกษา	-.01	.14	.00	.01	.11	.01
อัตราเงินเดือน	.00	.00	-.16	.00*	.00	.23*
ระยะเวลาทำงานในองค์กร	.00	.02	-.01	-.02 ^t	.01	-.14 ^t
ระดับปฏิบัติงาน	.05	.18	.02	.12	.14	.06
ระดับอำนาจการ	.20	.25	.06	.04	.19	.02
เทศบาลเมืองคอหงส์	-.21	.26	-.06	-.06	.20	.02
เทศบาลเมืองบ้านพรุ	.14	.27	-.04	.09	.20	-.02
เทศบาลตำบลคูเต่า	-.47	.31	-.11	-.45 ^t	.24	-.12 ^t
เทศบาลเมืองควนลัง	-.31	.27	-.09	.11	.20	.03
องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม	.07	.27	.02	.19	.20	.06
องค์การบริหารส่วนตำบลคลองอยู่ทะเล	-.55 ^t	.31	-.12 ^t	-.06	.24	-.02
องค์การบริหารส่วนตำบลคลองแห	-.07	.25	-.02	-.30	.19	-.11
องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งใหญ่	.05	.29	.01	.26	.22	.08
องค์การบริหารส่วนตำบลพะตง	-.28	.31	-.06	.11	.24	.03
ตัวแปรหลัก						
ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน	-.43***	.10	-.28***	-.17*	.08	-.13*
ตัวแปรคั่นกลาง						
ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร	-	-	-	.33***	.05	.39***
F Test	2.49**	6.60***				
R ²	.15	.33				

หมายเหตุ: เพศ (0=ชาย, 1=หญิง), อายุ (ปี), การศึกษา (1=ต่ำกว่าปริญญาตรี, 2=ปริญญาตรี, 3=สูงกว่า), อัตราเงินเดือน (บาท) สายงาน (1=ปฏิบัติงาน, 3=อำนาจการ, เปรียบเทียบระดับปฏิบัติงาน) ค่าอิทธิพลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เปรียบเทียบกับเทศบาลนครหาดใหญ่ *** p < 0.001, ** p < 0.01, *p < 0.05, ^t p < .10

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณตามตารางที่ 2 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความล่าช้าจากระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน และความผูกพันในงาน ผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร พบผลที่น่าสนใจ ดังนี้

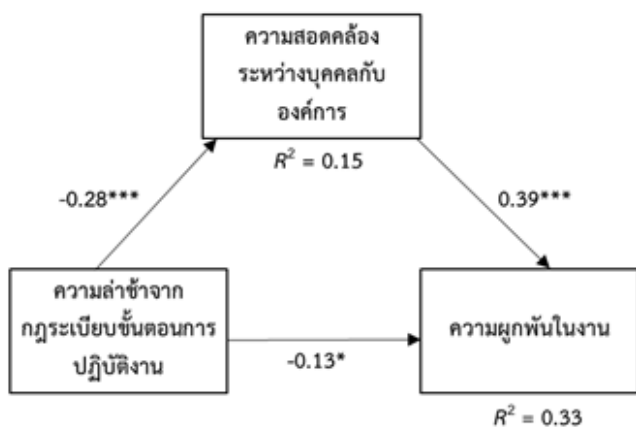
1. ในโมเดลที่ 1 ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Person-Organization Fit) พบว่า เพศมีความความสัมพันธ์ทางบวกกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร เท่ากับ ($B = .02; p < .1$) อายุมีความความสัมพันธ์ทางบวกกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร เท่ากับ ($B = .19; p < .01$) ส่วนความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสอดคล้องระหว่าง

บุคคลกับองค์กร ($B = -.43; p < .001$) ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ได้เท่ากับ $R^2 = 0.15$ คิดเป็นร้อยละ 15

2. โมเดลที่ 2 ความผูกพันในงาน (Work Engagement) พบว่า อายุมีความความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในงาน ($B = .15; p < .1$) อัตราเงินเดือนมีความความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในงาน ($B = .23; p < .01$) ระยะเวลาทำงานในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันในงาน ($B = -.14; p < .1$) ข้าราชการสังกัดเทศบาลตำบลคูเต่ามีความผูกพันในงานต่ำกว่าข้าราชการสังกัดเทศบาลนครหาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = -.12; p < .1$) ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันในงาน ($B = -.13; p < .05$) และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในงาน ($B = .39; p > .001$) ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนในความผูกพันในงาน ได้เท่ากับ $R^2 = 0.33$ คิดเป็นร้อยละ 33 สำหรับการวิเคราะห์ห่ออิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) พบว่า ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันในงานผ่านตัวแปรคั่นกลางความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ $-.14$ (Confidence Interval: $-.22$ และ $-.07$)

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษานี้ศึกษาอิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านตัวแปรคั่นกลาง ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร พบอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร และมีอิทธิพลทางตรงต่อเชิงลบต่อความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ดังนั้น จากสมมติฐานในการศึกษายอมรับสมมติฐานที่ 1 คือ ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานส่งผลทางลบต่อความผูกพันในงาน สมมติฐานที่ 2 ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางลบต่อความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร สมมติฐานที่ 3 ความสอดคล้องระหว่างคนกับองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันในงาน และสมมติฐานที่ 4 : ความสอดคล้องระหว่างคนกับองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานและความผูกพันในงาน



ภาพที่ 1 อิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ระดับของการรับรู้ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ในระดับงานปานกลาง โดยความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานส่งอิทธิพลเชิงลบทางตรงต่อความผูกพันในงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dehart-Devies และ Pandey (2005) พบว่า ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร และความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานส่งผลเชิงลบต่อความสอดคล้องระหว่างคนกับองค์กร ทำให้ข้าราชการมีความรู้สึกไม่สอดคล้องระหว่างตนกับองค์กร เนื่องด้วยด้วยลักษณะงานมีความเป็นทางการสูงโดยโครงสร้างของการบริการและปฏิบัติงานระบบราชการตั้งอยู่บนพื้นฐานของอำนาจและการดำเนินงานที่ต้องทำภายใต้ขอบเขตของอำนาจหน้าที่และต้องมีตัวบทกฎหมายรองรับ ซึ่งกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานเหล่านี้สร้างการควบคุมที่มากเกินไป (Overregulation) ยับยั้งการแสดงความคิดเห็นทำให้ข้าราชการรู้สึกไม่มีส่วนร่วมในงาน (Baldwin, 1990) ซึ่งระดับของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรนั้นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันในงาน กล่าวคือเมื่อข้าราชการมีความสอดคล้องระหว่างความต้องการ ความเชื่อ ค่านิยมส่วนตัว (Personal Values) กับแนวทางปฏิบัติขององค์กรทำให้ความพึงพอใจในงานสูงตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

ความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อผู้ปฏิบัติงานในหลายด้านทั้งความตั้งใจที่จะลาออกจากงาน (Pandey and Scott, 2002) ความไม่พึงพอใจต่อการทำงาน ความพึงพอใจในงาน (Kaufmann and Tummers, 2017) ความผูกพันต่อองค์กร (DeHart-Davis and Pandey, 2005; Stazyk Pandey and Wright, 2011) ดังนั้นความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานจึงเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทั้งตัวบุคคลและองค์กร และเป็นความท้าทายต่อองค์กรหรือผู้นำองค์กรว่าจะมีแนวทางจัดการอย่างไร ผลจากการศึกษาขององค์กรควรสนับสนุนให้ข้าราชการมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจในเรื่องในเรื่องที่สามารถจะทำได้ภายใต้กรอบของอำนาจหน้าที่ ซึ่งจะมีส่วนช่วยเพิ่มความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ที่ส่งผลต่อความผูกพันในงานซึ่งจะผลดีต่อทั้งองค์กรและตัวบุคคล สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาว่าความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ว่านอกจากจะส่งผลต่อความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร และทัศนคติต่องาน (Verquer และคณะ, 2003) แล้วนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลเช่น พฤติกรรมการต่อต้านการปฏิบัติงาน(CWB) หรือพฤติกรรมอื่นได้อย่างไรบ้าง

เอกสารอ้างอิง

- Anderson, R. M., Heesterbeek, H., Klinkenberg, D., & Hollingsworth, T. D. (2020). How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic?. *The Lancet*, 395(10228), 931-934.
- Baldwin, J. N. (1990). Perceptions of public versus private sector personnel and informal red tape: Their impact on motivation. *The American Review of Public Administration*, 20(1), 7-28.
- Balla, S. J., Lodge, M., & Page, E. C. (Eds.). (2015). *The Oxford handbook of classics in public policy and administration* (1st ed). Oxford: Oxford University Press.

-
- Borst, R. T. (2018). Comparing work engagement in people-changing and people-processing service providers: A mediation model with red tape, autonomy, dimensions of PSM, and performance. *Public Personnel Management, 47*(3), 287-313.
- Bozeman, B. (1993). A theory of government "red tape". *Journal of Public Administration Research and Theory, 3*(3), 273-304.
- Buchanan, J. M., & Tullock, G. (1962). *The calculus of consent (Vol. 3)*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1-270.
- Cable, Daniel M., and D. Scott DeRue. "The convergent and discriminant validity of subjective fit perceptions." *Journal of applied psychology 87.5* (2002): 875.
- DeHart-Davis, L., & Pandey, S. K. (2005). Red tape and public employees: Does perceived rule dysfunction alienate managers?. *Journal of Public Administration Research and Theory, 15*(1), 133-148.
- Gore, A. (1993). *From red tape to results: Creating a government that works better and costs less: Report of the national performance review*. Washington DC: Diane Publishing.
- Guriev, S. (1999). A theory of informative red tape with an application to top-level corruption. *New Economic School*.
- Guriev, S. (2004). Red tape and corruption. *Journal of development economics, 73*(2), 489-504.
- Hattke, F., Hensel, D., & Kalucza, J. (2020). Emotional Responses to Bureaucratic Red Tape. *Public administration review, 80*(1), 53-63.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford Press.
- Huang, M.-P., Cheng, B.-S., & Chou, L.-F. (2005). Fitting in organizational values: The mediating role of person-organization fit between CEO charismatic leadership and employee outcomes. *International Journal of Manpower, 26*(1), 35-49.
- Kaufman, H. (1977). *Red tape*: Brookings Institution Press.
- Kaufmann, W., & Tummers, L. (2017). The negative effect of red tape on procedural satisfaction. *Public Management Review, 19*(9), 1311-1327.
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel Psychology, 58*(2), 281-342.
- Moynihan, D., & Herd, P. (2010). Red tape and democracy: How rules affect citizenship rights. *The American Review of Public Administration, 40*(6), 654-670.
- Pandey, S. (1995). *Managerial perception of red tape*. (Unpublished Ph.D. dissertation). Syracuse University NY, Syracuse New York.
- Pandey, S. K., & Scott, P. G. (2002). Red tape: A review and assessment of concepts and measures. *Journal of Public Administration Research and Theory, 12*(4), 553-580.

-
- Potpiroon, W., & Ford, M. T. (2017). Does public service motivation always lead to organizational commitment? Examining the moderating roles of intrinsic motivation and ethical leadership. *Public Personnel Management*, 46(3), 211-238
- Rainey, H. G., Pandey, S., & Bozeman, B. (1995). Research note: Public and private managers' perceptions of red tape. *Public administration review*, 55(6), 567.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2003). Utrecht work engagement scale: Preliminary manual. *Occupational Health Psychology Unit, Utrecht University, Utrecht*, 26, 64-000.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3(1), 71-92.
- Shafritz, J. M., & Hyde, A. C. (2016). *Classics of public administration* (8th ed). Boston, MA: Nelson Education
- Stazyk, E. C., Pandey, S. K., & Wright, B. E. (2011). Understanding affective organizational commitment: The importance of institutional context. *The American Review of Public Administration*, 41(6), 603-624.
- Tepeci, M. (2001). *The effect of personal values, organizational culture, and person-organization fit on individual outcomes in the restaurant industry*. (Doctoral Dissertation). The Pennsylvania State University, Pennsylvania ค้นจาก <https://etda.libraries.psu.edu/catalog/5856>
- Tummers, L., Weske, U., Bouwman, R., & Grimmelikhuisen, S. (2016). The impact of red tape on citizen satisfaction: An experimental study. *International Public Management Journal*, 19(3), 320-341.
- Verquer, M. L., Beehr, T. A., & Wagner, S. H. (2003). A meta-analysis of relations between person-organization fit and work attitudes. *Journal of vocational behavior*, 63(3), 473-489.
- Weber, M. (2013). *From Max Weber: essays in sociology*. Abingdon: Routledge.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introduction analysis*. New York: Harper & Row.
- จุมพล หนีมพานิช. (2548). *การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่: หลักการ แนวคิด และกรณีตัวอย่างของไทย*. นนทบุรี: สำนักวิชาการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จุมพล หนีมพานิช. (2562). *ตัวแบบ/กระบวนการที่รัฐศาสตร์แบบดั้งเดิม สู่การบริหารปกครองสำหรับทำวิจัยและการอธิบายปรากฏการณ์ทางการบริหารในภาครัฐ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.
- วรเดช จันทรศร. (2534). *การปรับปรุงและปฏิรูประบบราชการ*. กรุงเทพมหานคร: สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

Predictors of Burnout among Faculty Members of Prince of Songkla University, Hatyai Campus

พัชรพร อ่อง

Pacharaporn Ong¹

วิชญ์พงษ์ โพธิ์พิรุฬห์

Wisanutpong Potipiroon²

บทคัดย่อ

งานสายวิชาการถือว่าเป็นงานที่มีความกดดันสูง งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความบ้างาน ความต้องการของงาน ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จำนวน 184 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ผลการวิจัยพบว่า โดยเฉลี่ยอาจารย์มีความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานในระดับต่ำ นอกจากนี้ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า อายุของอาจารย์ จำนวนผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาสามารถช่วยลดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ส่วนความต้องการของงานและความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานส่งผลให้เกิดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ความบ้างาน ความต้องการของงาน ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน การรับรู้การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา

Abstract

Academia is generally considered to be a high-pressure job. The main purpose of this research is to examine the influence of workaholism, job demands, interpersonal conflict, perceived supervisor support on burnout among faculty members at Prince of Songkla University, Hatyai Campus. The sample consists of 184 faculty members from various departments. The results showed that faculty members have low levels of burnout. The results also showed that age, the amount of published research and perceived supervisor support helped to reduce burnout whereas job demands and Interpersonal conflict increased burnout.

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail : patcha_ong@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail : potipiroon@gmail.com

Keywords: Job Burnout, Workaholism, Job Demands, Interpersonal Conflict, Perceived Supervisor Support

บทนำ

อาจารย์หรือบุคลากรสายวิชาการถือเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนของมหาวิทยาลัยที่สำคัญจากการเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในอนาคตให้แก่บัณฑิต เป็นนักวิจัยที่มุ่งพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดองค์ความรู้ไปสู่การประยุกต์ในด้านต่างๆ และนำองค์ความรู้ที่มีไปใช้ในการทำความเข้าใจ แก้ไขปัญหา และพัฒนาสังคม ในขณะที่เดียวกันก็จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพ องค์ความรู้และทักษะด้านต่างๆ อยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และตอบสนองต่อทั้งตนเอง ผู้เรียน และนโยบายของมหาวิทยาลัย จึงกล่าวได้ว่าอาจารย์เป็นอาชีพหนึ่งที่ต้องทำงานอย่างหนักจากภาระงานที่หลากหลายทั้งภาระงานสอน งานวิจัยและงานวิชาการ งานบริการวิชาการและงานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม พบเจอกับความกดดันและความคาดหวังจากทั้งตนเอง ผู้เรียน ผู้ปกครอง และมหาวิทยาลัย

งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าการเผชิญกับความกดดัน ความคาดหวัง และความเครียดจากปริมาณภาระงาน ภาวะการแข่งขัน ความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ความต้องการของงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การสนับสนุนทางสังคม สิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน และสาเหตุอื่นๆ ส่งผลให้บุคคลมีโอกาสดเกิดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน (Schaufeli, Leiter และ Maslach, 2009) ซึ่งภาวะดังกล่าวมีผลในทางลบต่อบุคคลทั้งต่อร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และส่งผลให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมแสดงออกบางอย่าง เช่น ความรู้สึกทางลบต่อผู้รับบริการหรือเพื่อนร่วมงาน การขาดความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ความรู้สึกว่าตนเองด้อยคุณค่า ความรู้สึกไม่พึงพอใจในงาน ผลกระทบเหล่านี้จึงส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานของบุคคลลดลง (Maslach, Schaufeli และ Leiter, 2001; Schaufeli และคณะ, 2009; สงวน ลือเกียรติบัณฑิต, 2542) ประกอบกับลักษณะโดยทั่วไปของอาจารย์มักมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานสูง ทุ่มเทให้กับงานอย่างสุดความสามารถ โดยใช้เวลาส่วนใหญ่กับการทำงาน ซึ่งชอบความสมบูรณ์แบบ หรือมีพฤติกรรมบ้างาน พฤติกรรมการทำงานเช่นนี้มักส่งผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาวหากไม่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงาน และทำให้มีโอกาสเกิดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานสูง (Bodovski, 2018; Mckenna, 2018)

ปัจจุบันมีการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานค่อนข้างมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างสายอาชีพทางด้านสุขภาพ พบการศึกษาความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับอาจารย์มหาวิทยาลัยค่อนข้างน้อย อีกทั้งในปี 2562 ที่ผ่านมา World Health Organization: WHO (2019) ได้จัด “ความเหนื่อยหน่าย (Burnout)” เป็นกลุ่มอาการที่เป็นผลมาจากความเครียดเรื้อรังในที่ทำงานที่ไม่ได้รับการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และควรได้รับการดูแลจากแพทย์เฉพาะทางก่อนอาการจะมีความรุนแรงและกระทบต่อการใช้ชีวิต งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยตามแนวคิดของ Maslach, Jackson และ Schwab (1996 อ้างถึงใน Croom, 2003) ประกอบด้วยสามมิติ คือ มิติความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Emotional Exhaustion) มิติการลดค่าความเป็นบุคคลในผู้อื่น (Depersonalization) และมิติความสำเร็จส่วนบุคคล (Personal Accomplishment) และเลือกศึกษาจากอาจารย์ในสังกัดมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เนื่องจาก

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นมหาวิทยาลัยที่สำคัญของภาคใต้ รวบรวมบุคลากรทรงคุณวุฒิด้านต่างๆ ไว้มากมาย และผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องกว่า 53 ปี รวมถึงการเป็นมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ 1 ใน 9 แห่งของประเทศ ซึ่งมีผลให้มหาวิทยาลัยต้องยกระดับศักยภาพเพื่อผลิตงานวิจัยและกำลังคน โดยมุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมในด้านบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน ทุนการวิจัย ผลงานวิจัย เพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการศึกษาวิจัยและพัฒนา และฝึกอบรมนานาชาติในภูมิภาคและยกระดับความสามารถไปสู่ระดับโลก (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2552) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาระดับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความบ้างาน (Workaholism) ความต้องการของงาน (Job Demands) ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Conflict) และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Perceived Supervisor Support) และความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน (Job Burnout) และอิทธิพลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลให้ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานเกิดขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาโครงการหรือกิจกรรมที่จะช่วยป้องกันและแก้ไขปัญหานั้นที่อาจเกิดต่อไป และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนเพื่อช่วยลดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

การทบทวนวรรณกรรม

ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน (Job Burnout)

ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน เป็นผลที่เกิดจากความเครียดหรือความกดดันทางอารมณ์จากการทำงานที่สะสมเป็นระยะเวลานานจนเรื้อรัง โดยบุคคลไม่สามารถจัดหรือลดความเครียดลงได้ รวมถึงไม่ได้รับการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ จึงส่งผลกระทบต่อสุขภาพทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และพฤติกรรม รวมทั้งมีผลในทางลบต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคคล (Maslach และคณะ, 2001; World Health Organization, 2019) จากการทบทวนวรรณกรรมพบแนวคิดมากมายเกี่ยวกับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยนำแนวคิดของ Maslach และคณะ (1996 อ้างถึงใน Croom, 2003) มาใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน เนื่องจากมีความแพร่หลายในการนำมาใช้ศึกษาและสอดคล้องกับค่านิยม ซึ่งตามแนวคิดประกอบด้วย (1) มิติด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Emotional Exhaustion) เป็น ความรู้สึกทางอารมณ์ความรู้สึกที่แสดงออกมาในลักษณะต่างๆ เช่น หหมดพลัง อ่อนล้า ท้อแท้ สิ้นหวัง รวมถึงอาการที่แสดงออกทางร่างกาย เช่น อาการปวดหัว อ่อนเพลีย เป็นต้น (2) มิติการลดค่าความเป็นบุคคลในผู้อื่น (Depersonalization) คือ พฤติกรรมของบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไปจากปกติ มีทัศนคติในแง่ลบและเพิกเฉยต่อบุคคลรอบข้างมากขึ้น (3) มิติความสำเร็จส่วนบุคคล (Personal Accomplishment) คือ ความรู้สึกถึงความสามารถ ศักยภาพของตนเอง และการประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าสาเหตุที่ทำให้บุคคลเกิดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน มีหลากหลาย และมักเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุและปัจจัยประกอบกัน โดย Maslach (1986 อ้างถึงใน สิริระยา สัมมาวาจ, 2534; จิตกาญจนา ชาญศิลป์, 2558) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ บุคลิกภาพ อายุ สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา และปัจจัยสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะงาน สัมพันธภาพระหว่างบุคคล และระบบการบริหาร เป็นเหตุปัจจัยที่มีผลให้ความเหนื่อยหน่ายเกิดขึ้น ในขณะที่ วรรณกร จรุงประสิทธิ์พร (2547) พบว่า แรงสนับสนุนทางสังคม ความผูกพันต่อองค์กร และสัมพันธภาพระหว่างนักสังคมสงเคราะห์กับผู้ใช้บริการสามารถทำนายความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานได้ นอกจากนี้ความบ่างาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน (เจณิกา วังสถาพร, 2555) และภาระงานมีอิทธิพลทางตรงที่ศทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน (ชัยยุทธ กลีบบัว, 2552)

ดังนั้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยความบ่างาน (Workaholism) ความต้องการของงาน (Job demands) ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Conflict) และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Perceived Supervisor Support) เป็นปัจจัยที่พบว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลเกิดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยจึงนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษาว่าปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์ผู้ซึ่งเป็นบุคคลที่ต้องเผชิญกับความเครียด ความกดดัน และความคาดหวังตลอดเวลาหรือไม่

ความบ่างาน (Workaholism)

ความบ่างาน เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่หมกมุ่นกับงานจนเกินพอดี มุ่งทำงานโดยไม่สนใจระยะเวลาที่ใช้ คิดถึงเรื่องงานตลอดเวลาแม้อยู่ในช่วงวันหยุดพักผ่อนหรืออยู่ในช่วงที่ไม่มีงาน ทำอย่างต่อเนื่องและไม่สามารถควบคุมตนเองได้จนเข้าสู่ภาวะเสพติดงาน บุคคลบ่างานจึงเป็นบุคคลที่ไม่สามารถแยกงานออกจากชีวิตส่วนตัวได้ (Schaufeli และคณะ, 2009; Giannini และ Scabia, 2014) โดยสามารถแบ่งได้ 2 ด้าน คือ ด้านการทำงานที่มากเกินไป (Work Excessively) เป็นลักษณะพฤติกรรมที่บุคคลทำงานจนละเลยชีวิตด้านอื่นๆ มักมีชั่วโมงการทำงานยาวนานกว่าปกติ และด้านความหมกมุ่นในการทำงาน (Work Compulsively) คือบุคคลที่มีพฤติกรรมทำงานมากเกินไปจนมีความต้องการของงาน มักมีความคิดและความรู้สึกต้องการทำงานตลอดเวลาแม้ไม่ได้อยู่ในเวลางาน ซึ่งเกิดจากแรงขับภายในที่ทำให้บุคคลทุ่มเทกับการทำงานอย่างหนักตลอดเวลา (Schaufeli และคณะ, 2009) ทั้งนี้ Sussman (2012) อธิบายว่า ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานถือเป็นผลด้านสุขภาพในแง่ลบที่เกิดจากความบ่างาน เนื่องจากคนบ่างานมักถูกผลักดันให้ทำงานแบบหลังชนฝา เช่น การทำงานจนรู้สึกอ่อนล้า โดยเฉพาะในการทำงานที่มีความต้องการของงานมากเป็นพิเศษแต่มีทรัพยากรสนับสนุนน้อย โดย เจณิกา วังสถาพร (2555) พบว่าความบ่างานมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ทำให้บุคคลบ่างานมีแนวโน้มที่จะเกิดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานได้สูง

ความต้องการของงาน (Job Demands)

ความต้องการของงาน คือระดับข้อเรียกร้องที่เกี่ยวข้องกับภาระงานที่บุคคลได้รับมอบหมาย และไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ซึ่งภาระงานมักมาพร้อมกับแรงกดดันและความคาดหวัง บุคคลจึงต้องใช้

ความพยายาม ความอดทน และความทุ่มเทเพื่อตั้งศักยภาพทั้งหมดออกมาใช้ในการปฏิบัติงาน และเมื่อความต้องการของงานมีมากเกินไปจนบุคคลไม่สามารถรับมือได้จะส่งผลในทางลบกับบุคคล แต่หากสามารถรับมือกับความต้องการของงานได้บุคคลจะสามารถพัฒนาความสามารถและศักยภาพของตนเองไปได้อีกขั้น (Cavanaugh, Boswell, Roehling and Boudreau, 2000; Schaufeli และ Taris, 2014; ผดุง สีดดา, 2555) สามารถแบ่งเป็น 2 องค์ประกอบ คือ (1) ความต้องการของงานที่ท้าทาย (Challenge Job Demands) คือ ความต้องการของงานที่ทำให้เกิดความท้าทายและเป็นประสบการณ์ที่ทำให้บุคคลสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองหากสามารถทำงานได้สำเร็จ เช่น ความกดดันด้านเวลา ปริมาณงานที่มากเกินไป หรือความรับผิดชอบในระดับที่สูงขึ้น (2) ความต้องการของงานที่เป็นอุปสรรค (Hindrancer Job Demands) คือ ความต้องการของงานที่มีลักษณะที่ทำให้เกิดข้อจำกัดหรือขัดขวางความสามารถของบุคคลในการบรรลุเป้าหมาย เช่น การเมืองในที่ทำงาน ความคลุมเครือในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ และความล่าช้าจากกระบวนการหรือกฎระเบียบ เป็นต้น (Cavanaugh, Boswell, Roehling and Boudreau, 2000) ทั้งนี้ เจนจิรา เกียรติธนะบำรุง (2560) อธิบายว่า ความต้องการของงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน และสามารถพยากรณ์ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานได้

ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Conflict)

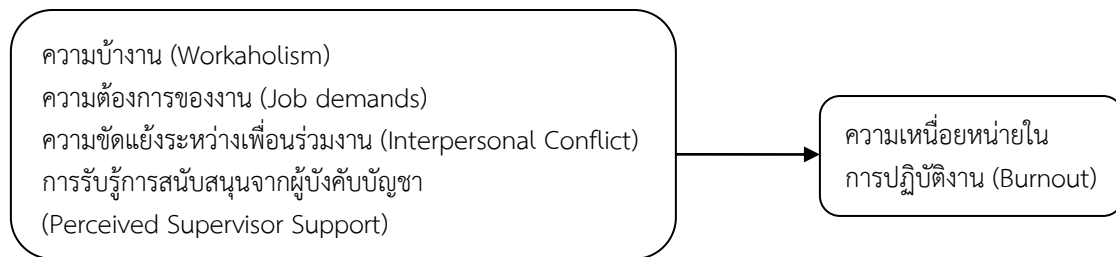
ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน คือความขัดแย้งระหว่างบุคคลสองฝ่ายในที่ทำงาน เกิดจากแต่ละฝ่ายมีความคิดเห็น จุดประสงค์ การรับรู้ ค่านิยม และทัศนคติที่ต่างกัน และมองว่าอีกฝ่ายเป็นอุปสรรคในการบรรลุเป้าหมายของตน จึงมีการแสดงพฤติกรรมเพื่อให้อีกฝ่ายรับรู้ถึงเกิดความขัดแย้งขึ้น หากความขัดแย้งไม่ได้รับการแก้ไขที่ถูกต้อง จะส่งผลให้ความขัดแย้งไม่หมดไปและอาจก่อตัวเพิ่มระดับความรุนแรงขึ้นได้ ทั้งนี้ Maslach (1986 อ้างถึงใน เสาวรส อรุณคง, 2550) อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมักเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลให้เกิดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน หากบุคคลมีสัมพันธภาพที่ไม่ดีต่อกันทั้งความขัดแย้งระหว่างครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา หรือผู้รับบริการ ซึ่งจากการศึกษา Fujiwara และคณะ (2003) พบว่าความขัดแย้งกับผู้รับบริการ และความขัดแย้งกับครอบครัวมีความสัมพันธ์กับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ และด้านการลดค่าความเป็นบุคคลในผู้อื่น ขณะที่ความขัดแย้งกับหัวหน้างานมีความสัมพันธ์กับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์เพียงด้านเดียว ส่วนความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับการลดค่าความเป็นบุคคลในผู้อื่น เช่นเดียวกับ วาริชากู ศิวกาญจน์ (2553) ซึ่งพบว่าการขาดปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน

การรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Perceived Supervisor Support)

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้บังคับบัญชาคือ ผู้บริหารระดับคณบดี และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา คือการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความใส่ใจของผู้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ทั้งการให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ การให้ข้อมูลย้อนกลับในการปฏิบัติงาน หรือความใส่ใจเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัวของผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งการสนับสนุนดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดทิศทางที่ต่างกัน หากผู้บังคับบัญชาให้การสนับสนุนบุคคลในระดับที่เกิดเป็นการเสริมแรง จะทำให้บุคคลเกิดความเต็มใจที่จะทำงานหรือส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในทิศทางบวก เช่นเดียวกัน หาก

ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่ได้รับการสนับสนุนจะทำให้เกิดผลในทิศทางตรงข้ามได้ โดย Hämmig (2017) อธิบายว่า หากผู้ใต้บังคับบัญชาไม่สามารถพึงพาการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาได้โดยตรงในกรณีที่เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานขึ้นจะทำให้ความเสี่ยงด้านสุขภาพของผู้ใต้บังคับบัญชาเพิ่มขึ้น รวมถึงกระทบต่อการปฏิบัติงานของบุคคลด้วย การได้รับการสนับสนุนจึงมีผลมาจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมด้วย จากการศึกษา Li, Ruan และ Yuan (2015) พบว่าการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชามีอิทธิพลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานทั้งด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ ด้านการลดค่าความเป็นบุคคลในผู้อื่น และด้านความรู้สึกไม่ประสบความสำเร็จ

กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงของกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความบ้างานส่งผลทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน

สมมติฐานที่ 2 ความต้องการของงานส่งผลทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน

สมมติฐานที่ 3 ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานส่งผลทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาส่งผลทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ อาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการเทียบจำนวนประชากรตามตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan และกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 274 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เมื่อเก็บข้อมูลได้รับการตอบรับ 184 คน คิดเป็นร้อยละ 67.15 เนื่องจากอาจารย์เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เข้าเก็บข้อมูลได้ค่อนข้างยากและใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ในการศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการวัดดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ทั้งฉบับเท่ากับ .855 (N = 30) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(Standard Deviation) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ พบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 1 คือ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 40 ปี มีสถานภาพโสด อายุงานต่ำกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาเอก ไม่ได้ดำรงตำแหน่งทางวิชาการและไม่ได้ดำรงตำแหน่งบริหาร ในด้านภาระงานพบว่าส่วนใหญ่มีภาระงานสอน 5-9 วิชา มีผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์จำนวน 1-2 ชิ้น และอาจารย์ส่วนใหญ่ ไม่ได้เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา

ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ			7. ตำแหน่งบริหาร		
ชาย	72	39.3	ดำรงตำแหน่งบริหาร	56	30.4
หญิง	111	60.7	ไม่ดำรงตำแหน่งบริหาร	125	67.9
2. อายุ			8. สังกัดคณะ		
อายุต่ำกว่า 40 ปี	96	52.2	คณะวิทยาศาสตร์	31	16.8
อายุ 41-50 ปี	47	25.5	คณะวิศวกรรมศาสตร์	28	15.2
อายุมากกว่า 51 ปี	36	19.6	คณะอุตสาหกรรมเกษตร	12	6.5
ไม่ระบุ	5	2.7	คณะทรัพยากรธรรมชาติ	14	7.6
3. ระดับการศึกษา			คณะทันตแพทยศาสตร์	8	4.3
ปริญญาตรี	6	3.3	คณะเภสัชศาสตร์	20	10.9
ปริญญาโท	36	19.6	คณะการแพทย์แผนไทย	10	5.4
ปริญญาเอก	141	76.6	คณะสัตวแพทย์	14	7.6
ไม่ระบุ	1	.5	คณะเทคนิคการแพทย์	5	2.7
4. สถานภาพสมรส			คณะวิทยาการจัดการ	12	6.5
โสด	99	53.8	คณะนิติศาสตร์	8	4.3
แต่งงาน	81	44	คณะเศรษฐศาสตร์	7	3.8
หม้าย	1	.5	คณะศิลปศาสตร์	15	8.2
ไม่ระบุ	3	1.6	9. ภาระงานสอน		
5. อายุการทำงาน			ต่ำกว่า 4 วิชา	67	36.4
ต่ำกว่า 10 ปี	101	54.9	5-9 วิชา	91	49.5
11-20 ปี	34	18.5	มากกว่า 10 วิชา	26	14.1
21-30 ปี	32	17.4	10. ผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์		
มากกว่า 31 ปี	13	7.1	ไม่มีผลงานวิจัย	52	28.3
ไม่ระบุ	4	2.2	มีผลงาน 1-2 ชิ้น	93	50.5
6. ตำแหน่งทางวิชาการ			มีผลงานมากกว่า 3 ชิ้น	39	21.2
ไม่มีตำแหน่งทางวิชาการ	102	55.4			

ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์	46	25	11. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา		
รองศาสตราจารย์	27	14.7	ไม่ได้เป็นที่ปรึกษา	91	49.5
ศาสตราจารย์	3	1.6	เป็นที่ปรึกษา 1-2 ราย	47	25.5
ไม่ระบุ	6	3.3	เป็นที่ปรึกษามากกว่า 3 ราย	46	25
รวม	184	100	รวม	184	100

เมื่อวิเคราะห์ถึงระดับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานและค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยพบว่าระดับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานโดยรวมของอาจารย์อยู่ในระดับต่ำมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.5097 ในรายด้านพบว่ามิติด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ มิติการลดค่าความเป็นบุคคลในผู้อื่น และมิติความรู้สึกไม่ประสบความสำเร็จมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.8448, 1.8011 และ 2.8832 ตามลำดับ ในขณะที่ความบ่างาน ความต้องการของงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.4978, 3.0802 และ 4.3233 ตามลำดับ ส่วนความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานพบว่าอยู่ในระดับต่ำโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.6848

2. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficients)

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่ตามตารางที่ 2 พบว่า ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับความบ่างาน (.241) ความต้องการของงาน (.529) และความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน (.465) แต่มีความสัมพันธ์ในทิศทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (-.405) ทั้งนี้ความบ่างานมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับความต้องการของงาน (.491) และความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน (.258) และไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (-.079) ความต้องการของงานมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน (.395) และมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (-.312) ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (-.415)

ตารางที่ 2

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficients)

ตัวแปร	Mean	S.D.	1	2	3	4	5
1. ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน	2.509	0.927	(.934)				
2. ความบ่างาน	2.498	0.564	.241**	(.737)			
3. ความต้องการของงาน	3.080	0.660	.529**	.491**	(.870)		
4. ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน	1.684	0.746	.465**	.258**	.395**	(.897)	
5. การรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	4.323	1.200	-.405**	-.079	-.312**	-.415**	(.951)

หมายเหตุ: n = 184, ** p < .01 (2-tailed), ในวงเล็บคือค่าสัมประสิทธิ์รอนนาคแอลฟา

3. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบอิทธิพลต่อตัวแปรตามพบว่าจากตารางที่ 3 ตัวแปรที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ อายุ ($b=-.029$, $p<.10$) ผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ ($b=-.052$, $p<.10$) ความต้องการของงาน ($b=.618$, $p<.001$) ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน ($b=.300$, $p<.001$) และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ($b=-.208$, $p<.01$) โดยความบากานส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาพบว่าความต้องการของงานส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานมากที่สุด ($B=.428$) ซึ่งตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายหรือทำนายความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 46.1

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

	ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน		
	<i>b</i>	<i>S.E.</i>	<i>B</i>
ตัวแปรคุม			
กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	.161	.167	.085
กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	-.114	.171	-.056
เพศ	.048	.126	.025
อายุ	-.029	.017	-.017 ^t
แต่งงาน	.122	.127	.064
หม้าย	.242	.758	.020
อายุงาน	.019	.014	.214
ระดับการศึกษา	-.213	.135	-.117
ตำแหน่งทางวิชาการ	-.102	.169	-.053
ตำแหน่งการบริหาร	-.050	.137	-.137
ภาระงานสอน	-.004	.014	-.019
ผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์	-.052	.030	-.126 ^t
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา	.034	.039	.070
ตัวแปรอิสระ			
ความบากาน	-.131	.127	-.077
ความต้องการของงาน	.618	.119	.428 ^{***}
ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน	.372	.093	.300 ^{***}
การรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	-.163	.060	-.208 ^{**}
<i>F</i> Test		7.407 ^{***}	
<i>R</i> ²		.461	
<i>Adjusted R</i> ²		.399	

หมายเหตุ: ^t $p<.10$, * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ของอาจารย์มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ สรุปได้ว่าอาจารย์มีความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับต่ำทั้งความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน และพบว่าอายุ ผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชามีอิทธิพลในทิศทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ในขณะที่ความต้องการของงาน และความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานพบว่ามีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ส่วนความบ่างานไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ดังนั้นจากสมมติฐานการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ความต้องการของงานส่งผลทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน สมมติฐานที่ 3 ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานส่งผลทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน และสมมติฐานที่ 4 การรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาส่งผลทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน และปฏิเสธสมมติฐานที่ 1 ความบ่างานส่งผลทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน

จากการศึกษาที่ผ่านมาภายในประเทศไทยพบการศึกษาถึงความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ของอาจารย์มหาวิทยาลัยค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในกลุ่มสายอาชีพด้านสุขภาพและ พนักงานบริษัท และในมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาศุภคณาจารย์สายสนับสนุน โดยครั้งนี้มีการเพิ่มเติมตัวแปรคุมกลุ่มคณะ ตำแหน่งทางวิชาการ ตำแหน่งการบริหาร ภาระงานสอน ผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ และที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา และตัวแปรอิสระคือความบ่างานเพื่อ ศึกษาเพิ่มเติมจากงานอื่นๆ ที่ศึกษาเกี่ยวกับอาจารย์มหาวิทยาลัยภายในประเทศไทย ทั้งนี้จากการศึกษา พบว่าความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์อยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกับการศึกษาของ เบญจมา ณ มหาชัย (2551) ที่พบว่าสายงานอาจารย์มีความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานต่ำ แตกต่าง จาก ณัฐธิดา สุพรรณภพ (2559) ที่พบว่าอาจารย์มีความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานพบว่า อายุส่งผลในทิศทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานโดยรวมของอาจารย์กล่าวคือ กล่าวคือเมื่ออายุมากขึ้นความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานจะลดต่ำลง เนื่องด้วยเมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้นได้รับการส่งเสริมประสบการณ์มากมายทำให้สามารถจัดการกับความรู้สึกเหนื่อยหน่ายจากการปฏิบัติงานได้มากกว่าบุคคลที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Maslach และคณะ (2001) ที่อธิบายไว้ว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ในการศึกษาที่ผ่านมามักพบว่าบุคคลที่มีอายุน้อยมักมีระดับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานสูงกว่าบุคคลที่มีอายุมากกว่า สำหรับผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ส่งผลในทิศทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานโดยรวมของอาจารย์ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าเมื่อได้รับการตีพิมพ์ผลงานวิจัยเพิ่มขึ้นอาจารย์จะมีความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานลดลง เนื่องจากการตีพิมพ์งานวิจัยเป็นภาระงานอย่างหนึ่งของอาจารย์ เมื่ออาจารย์สามารถตีพิมพ์งานวิจัยได้มากขึ้นความเหนื่อยหน่ายจากการปฏิบัติงานจึงลดลง การรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาส่งผลในทิศทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานโดยรวมของอาจารย์เมื่อบุคคลสามารถรับรู้ถึงการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาหรือคณบดีในคณะที่ตนสังกัดได้มากขึ้นส่งผลให้ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานลดลง เนื่องจากการได้รับความเอาใจใส่ของผู้บังคับบัญชาจะทำให้ความรู้สึกเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของบุคคลลดลง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Li และคณะ (2015) และ Weigl, Stab, Herms, Angerer, Hacker และ Glaser (2016) ที่พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชามีอิทธิพลต่อความเหนื่อย

หน่วยในการปฏิบัติงาน เมื่อบุคคลได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาต่ำจะส่งผลให้ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ความต้องการของงาน ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานพบว่าส่งผลในทิศทางบวกต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน กล่าวคือเมื่ออาจารย์มีระดับความต้องการของงานหรือข้อเรียกร้องของภาระงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดแรงกดดันและความคาดหวังต่องาน อาจารย์จึงพยายามทุ่มเทให้กับการทำงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของงานที่เพิ่มขึ้นนั้น แต่หากมีความต้องการของงานมากเกินไปเกินความสามารถในการรับมือจะส่งผลให้ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับการศึกษาโดย เจนจิรา เกียรติชนะบำรุง (2560) ที่พบว่าความต้องการของงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน และสามารถทำนายความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานได้ สำหรับความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานเมื่อความขัดแย้งเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น เนื่องจากความขัดแย้งจะส่งผลให้บุคคลเกิดความรู้สึกอึดอัดใจ คับข้องใจเมื่อต้องทำงานร่วมกันในขณะที่ความขัดแย้งยังมีอยู่ซึ่งจะทำให้ความรู้สึกเหนื่อยหน่ายของบุคคลเพิ่มมากขึ้นได้ และยังเป็นที่น่าสนใจว่าความบ่งานส่งผลในทิศทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ เจนจิรา วงศภาพร (2555) ที่พบว่าความบ่งานมีอิทธิพลทางตรงต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานในทิศทางบวก เป็นไปได้ว่าความบ่งานไม่มีผลให้ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์เพิ่มมากขึ้น และหากความบ่งานของอาจารย์เพิ่มขึ้นอาจทำให้ความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานลดลง และพบว่ากลุ่มคณะ ตำแหน่งทางวิชาการ ตำแหน่งการบริหาร ภาระงานสอน ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษาพบว่าไม่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากผู้วิจัยมองว่าความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานถือเป็นสภาวะหนึ่งที่มีโอกาสเกิดและส่งผลกระทบต่ออาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ทั้งในด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต ผลการปฏิบัติงาน และจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านอายุ ผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ ความต้องการของงาน ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา มีอิทธิพลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์ ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆข้างต้นของอาจารย์ผู้ซึ่งเป็นบุคลากรที่สำคัญในการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัย โดยอาจมีการจัดโครงการหรือกิจกรรมที่ช่วยให้เกิดความผ่อนคลายจากการทำงาน เพื่อไม่ให้อาจารย์เกิดความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานในระดับที่สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Bodovski, K. (2018). *Why! Collapsed on The Job*. Retrieved from <https://www.chronicle.com/article/Why-I-Collapsed-on-the-Job/242537>
- Cavanaugh, M. A., Boswell, W. R., Roehling, M. V., & Boudreau, J. W. (2000). An Empirical Examination of Self-Reported Work Stress Among U.S. Managers. *Journal of Applied Psychology*, 85(1), 65-74.
- Croom, D. (2003). Teacher Burnout In Agricultural Education. *Journal of Agricultural Education*, 44(2), 1-13.

-
- Fujiwara, K., Tsukishima, E., Tsukishima, A., Kawakami, N., & Kishi, R. (2003). Interpersonal conflict, social support, and burnout among home care workers in Japan. *Journal of occupational health*, 45(5), 313-320.
- Giannini, M., & Scabia, A. (2014). Workaholism: An Addiction or a Quality to be Appreciated? *Journal of Addiction Research & Therapy*, 5(3).
- Hämmig, O. (2017). *Health and well-being at work: The key role of supervisor support*. *Social Science & Medicine-Population Health*, 3, 393-402.
- Li, L., Ruan, H., & Yuan, W.-J. (2015). *The Relationship between Social Support and Burnout among ICU Nurses in Shanghai: a Cross-Sectional Study*. *Chinese Nursing Research*, 2, 45-50.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. (2001). *Job Burnout*. *Annual Review of Psychology*, 52, 397-244.
- Mckenna, L. (2018). How Hard Do Professors Actually Work? Retrieved from <https://www.theatlantic.com/education/archive/2018/02/how-hard-do-professors-actually-work/552698/>
- Schaufeli, W. B., & Taris, T. W. (2014). *A Critical Review of the Job Demands-Resources Model: Implications for Improving Work and Health*. In Bauer, G. F., & Hämmig, O. (Eds.), *Bridging occupational, organizational and public health: A transdisciplinary approach*, 43-68.
- Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Maslach, C. (2009). *Burnout: 35 years of research and practice*. *The Career Development International*, 14(3), 204-220.
- Schaufeli, W. B., Shimazu, A., & Taris, T. W. (2009). *Being Driven to Work Excessively Hard The Evaluation of a Two-Factor Measure of Workaholism in The Netherlands and Japan*. *Cross-Cultural Research*, 43(4), 320-348.
- Sussman, S. (2012). *Workaholism: A Review*. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 6(1). doi:10.4172/2155-6105.S6-001
- Weigl, M., Stab, N., Herms, I., Angerer, P., Hacker, W., & Glaser, J. (2016). *The associations of supervisor support and work overload with burnout and depression: A cross-sectional study in two nursing settings*. *Journal of Advanced Nursing*, 72(8), 1774-1788.
- World Health Organization (2019). *Burn-out an "occupational phenomenon": International Classification of Diseases*. Retrieved from https://www.who.int/mental_health/evidence/burnout/en/?fbclid=IwAR3Dr0cvQ99yKPzOfmKJzoezM7_AW1CDw_ivrQYjMe289wwGbUJRzFqzK0k
- จิตกาญจนา ชาญศิลป์. (2558). *ความเครียดและการสนับสนุนทางสังคมที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานเทศบาลในจังหวัดสงขลา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- เจณิกา วังสถาพร. (2555). การติดงานและความผู้ใจมั่นในงาน: สาเหตุเชิงแรงจูงใจและผลด้านความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจนจิรา เกียรติธนะบำรุง. (2560). ความยืดหยุ่นทางอารมณ์และข้อเรียกร้องจากงานที่พยากรณ์ภาวะหมดไฟในการทำงานของสัตวแพทย์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ชัยยุทธ กลีบบัว. (2552). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน: การประยุกต์โมเดลความต้องการ-ทรัพยากรของงาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐธิดา สุพรรณภพ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน การรับรู้คุณค่าของงาน และความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของบุคลากรสายวิชาการ ภาควิชาการศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจมา ณ มหาไชย. (2551). การรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร ปัจจัยความเครียดในการทำงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นตัวอุปสรรค และความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐบาล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผดาร์ช สีดา. (2555). อิทธิพลของแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและข้อเรียกร้องในงานต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานโดยมีความผูกใจมั่นในงานและความเหนื่อยหน่ายในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2552). ม.อ. สัมคร่วมโครงการ “มหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ” เสนอ 6 กลุ่มโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาสู่ศูนย์การศึกษาในภูมิภาค. ค้นจาก <https://www.psu.ac.th/th/node/1270>
- วรรณณัฐ จรุงประสิทธิ์พร. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายการปฏิบัติงานของนักสังคมสงเคราะห์ สังกัดกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วาริชญา ศิวกาญจน์. (2553). ความเหนื่อยล้าในการทำงานของเภสัชกรโรงพยาบาลสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สงวน ลือเกียรติบัณฑิต. (2542). อาการเหนื่อยหน่ายในการทำงาน : การวิจัยในประเทศไทย สาเหตุและผลที่ตามมา. วารสารมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 5(3), 281-296
- สิระยา สัมมาวาจ. (2532). ความเหนื่อยหน่ายของพยาบาลประจำการในโรงพยาบาลรามธิบดี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล
- เสาวรส อรุณคง. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความเหนื่อยหน่ายในงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง

Community Enterprise Management of Goat Husbandry Groups in Phatthalung

วัตรพล ยอดตราช

Vattrapol Yodrad¹

วิวัฒน์ ฤทธิมา

Vivit Rittima²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัญหา วิเคราะห์แนวทางและเสนอรูปแบบในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง ผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์และจัดสนทนากลุ่ม พบว่า แนวทางในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง ด้านการตลาด ต้องนำแนวทางความต้องการของตลาด มาเป็นตัวกำหนดการผลิต ด้านระบบบัญชีและการเงิน ภาครัฐผู้รับจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ควรออกระเบียบเรื่องการทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน และมีการตรวจบัญชีอยู่เสมอ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ขอสนับสนุนสถาบันการศึกษามาเป็นผู้ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์แพะ การขนส่งหรือออกแบบโรงเรือนที่เหมาะสมต่อพื้นที่ ด้านพัฒนาการผลิต ควรสนับสนุนให้นำวัตถุดิบในท้องถิ่นนำมาผลิตเป็นอาหาร โรงเรือนและยารักษาโรค ด้านภาษาต่างชาติ ภาครัฐต้องเป็นหน่วยงานหลักในการกระตุ้นการจัดอบรมด้านภาษา เพื่อรองรับการส่งออกในอนาคต ด้านการลดต้นทุนการผลิต ภาครัฐต้องเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ควรจัดทำตลาดออนไลน์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า และรูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะที่เหมาะสมกับพื้นที่จังหวัดพัทลุง คือ รูปแบบการเปลี่ยนแปลงทั้งการจัดการภายในกลุ่ม ตั้งแต่ รูปแบบการผลิต ต้นทุนการผลิต การจัดการด้านบัญชีและการเงิน การเพิ่มมูลค่าของเงินทุน ตลอดจนรูปแบบด้านการตลาดที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะยังเข้าไม่ถึงกลุ่มลูกค้าที่แท้จริง

คำสำคัญ: การจัดการวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้เลี้ยงแพะ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ จังหวัดพัทลุง

Abstract

This article aims to study the problems, to analyze guidelines and to propose a model for community enterprise management of goat raising groups in Phatthalung province. The researcher used a qualitative study through interviews and focus group discussions. The following guidelines for managing community enterprises, goat raising groups in Phatthalung province were found. Marketing aspect must adopt the market demand to determine a production schedule. In terms of accounting and financial

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ(การปกครองท้องถิ่น) วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ E-mail: vattrapolyodrad@gmail.com

² ดร. ภาควิชา/สาขาวิทยาการจัดการ(การปกครองท้องถิ่น) วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ E-mail: vi2528@gmail.com

systems, registrar of community enterprise should issue regulations regarding bookkeeping of community enterprises and regularly check accounts. Product design aspects should support the educational institution to help design goat products, transportation or goat houses and designs that are appropriate to the area. Production development aspect should support the use of local ingredients to produce food, goat houses, and medicines. Regarding foreign language aspect, the government must be the main agency to stimulate language training to support exports in the future. In terms of reducing production costs, the government must emphasize the use of local raw materials. Information technology aspect should create online marketing for advertising and publicizing products. Moreover, the suitable type of community enterprise management for goat raising groups in Phatthalung province is changing internal management from the production model, production cost, accounting and financial management, capital value increase as well as the marketing model that the community enterprise of the goat raising group not yet reaching actual customer groups.

Keywords: Community Enterprise Management, Community Enterprise, Goat Raising Group, Goat Farmers, Phatthalung

บทนำ

ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน และความต้องการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน รัฐบาลจึงมีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน สามารถขจัดปัญหาความยากจนโดยลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ สร้างโอกาสให้ประชาชนมีอาชีพที่ยั่งยืนและพวกเขาสามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง จากแนวคิดและนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน ด้วยกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน รัฐบาลจึงได้เสนอร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่รัฐสภา โดยมีเจตนารมณ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างพอเพียง กรมส่งเสริมการเกษตร (2550) ได้อธิบายความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว โดยเป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ซึ่งทุนของชุมชนนั้น ก็จะหมายรวมถึงทรัพยากร ผลิตผลทางการเกษตร ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น

จังหวัดพัทลุงนั้นเป็นจังหวัดที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจและรายได้หลักของประชากรมาจากอาชีพเกษตรกรรม ด้วยสภาพพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสม จังหวัดพัทลุงจึงเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรที่

สำคัญของภาคใต้ เป็นแหล่งผลิตข้าว ยางพารา ผลไม้โคนม ปศุสัตว์และการประมง แต่สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้รายได้หลักของประชากรจากการทำเกษตรกรรมลดลง เนื่องจากวิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างมากมาย ส่งผลให้ปัญหาการค้าขายพาราตกต่ำ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญและมีผลกระทบต่อปากท้องของเกษตรกรผู้ปลูกยางเป็นอย่างมาก และรัฐบาลยังไม่สามารถแก้ไขอะไรได้มากนัก ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะพยายามเข้ามาพยุงราคา หรือแม้แต่หลายปีที่ผ่านมา รัฐบาลได้อนุมัติงบประมาณหลายหมื่นล้านบาท เพื่อรักษาเสถียรภาพราคายางพารามาแล้วก็ตาม แต่ราคายางในพื้นที่ยังไม่กระเตื้องขึ้น เกษตรกรจึงจำเป็นต้องหาอาชีพเสริม เพื่อทดแทนรายได้ที่หายไป โดยเกษตรกรมีแนวคิดสนใจเลี้ยงแพะเป็นอาชีพเสริม เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวของตนเอง อาชีพการเลี้ยงแพะในสวนยางพารา จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของเกษตรกรชาวพัทลุง เพราะนอกจากไม่ส่งผลเสียหายต่อต้นยางพาราแล้ว แพะยังช่วยในการกำจัดวัชพืชในสวนยางพารา และมูลของแพะก็ยังเป็นปุ๋ยให้กับยางพาราได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงในปัจจุบันนั้น แพะยังเป็นปศุสัตว์ที่มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคคนจีน คนไทยและชาวมุสลิมมากยิ่งขึ้น โดยมีความเชื่อว่าการรับประทานเนื้อแพะ โดยเฉพาะแพะสีดำจะทำให้ร่างกายแข็งแรงและคนไทยมุสลิม นำเนื้อแพะไปใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาหรือการเข้าพิธีสุหนัตของเด็กผู้ชาย มีการทำอาหารประเภทแกงแพะ แพะจึงมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวมุสลิม นอกจากนี้ในกลุ่มผู้ชายไทย มักมีความเชื่อว่าแพะเป็นสัตว์ที่มีพลังทางเพศสูงมาก คนจึงนิยมนำอวัยวะของแพะมาทำยาตองเพื่อรับประทาน โดยแพะที่มีขนาดตัวไม่ใหญ่มากนัก เหมาะสำหรับการนำมาประกอบอาหารในงานเลี้ยงได้เกือบทุกอย่าง สามารถมีลูกแฝด ได้ครั้งละ 2 ตัว นมแพะยังมีคุณค่าทางโปรตีนสูง และเนื้อแพะเป็นวัตถุดิบสำคัญสำหรับทำอาหารฮาลาล

ด้วยสภาพของเศรษฐกิจที่ย่ำแย่มาตั้งแต่ปี พุทธศักราช 2540 ประกอบกับบริบทของชุมชนที่กล่าวมาข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมของการเลี้ยงแพะในพื้นที่จังหวัดพัทลุง ที่ประกอบไปด้วยทรัพยากรต่างๆมากมาย จนนำไปสู่การก่อเกิดแนวคิดการเลี้ยงแพะเกิดขึ้น ทั้งนี้ สามารถพิจารณาได้จากวิถีดั้งเดิมของชาวมุสลิมในพื้นที่จังหวัดพัทลุง อันประกอบไปด้วย อำเภอดงตาล อำเภอกงหรา ที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเดิมชาวมุสลิมเหล่านี้ เลี้ยงแพะเพื่อการบริโภคตั้งแต่อดีต ไม่มีการจัดกลุ่มชุมชนผู้เลี้ยงแพะดังเช่นปัจจุบัน แต่เมื่อเวลาผ่านไปและด้วยสภาวะเศรษฐกิจ ทำให้เกษตรกรหรือชาวสวนยาง หันมาให้ความสนใจในการเลี้ยงแพะเป็นรายได้เสริมจำนวนมาก จากเดิมที่เลี้ยงเพื่อบริโภค 1 – 2 ครั้วเรือน กลับมีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆเป็นเท่าตัว จนก่อให้เกิดการจัดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ขึ้น โดยในปัจจุบัน พื้นที่จังหวัดพัทลุง มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่รวมตัวขึ้นโดยมีจุดมุ่งหวังในด้านของการเลี้ยงแพะเพื่อเสริมรายได้ทั้งหมด 4 กลุ่ม ผู้วิจัยซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในตำบลเกาะเต่า อำเภอบาปะฮะยอม จังหวัดพัทลุง เป็นตำบลที่มีการก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะเช่นเดียวกันนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจ ใฝ่ใจ และเล็งเห็นถึงปัญหาระบบการจัดการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะที่ไม่มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น จึงมีความสนใจศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง โดยเป็นงานวิจัยที่ช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นอันเกิดจากการจัดการของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการเงิน บัญชี ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านการพัฒนาองค์ความรู้ และอื่นๆอีกมากมาย ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นต้องมีการศึกษาในวิจัย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการจัดการวิสาหกิจชุมชนให้มีความชัดเจนและสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง
3. เพื่อศึกษาและเสนอรูปแบบในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพัฒนาการและการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง
2. ทราบถึงแนวทางในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง
3. เกิดรูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่จังหวัดพัทลุง
4. จากการศึกษารูปแบบของการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ สามารถนำไปประยุกต์ใช้และเป็นองค์ความรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่อื่นได้
5. รูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง สามารถเป็นรูปแบบต้นแบบที่ให้พื้นที่อื่น ๆ สามารถนำไปภายใต้ขอบเขตที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ได้ให้ความหมายของคำว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของ ครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2562)

โดยหลักการของวิสาหกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง และผู้ที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริมด้านความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนให้กลายเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้นต่อไป เสรี พงศ์พิศ (2552) ได้อธิบายว่า วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีลักษณะสำคัญ 7 ประการคือ

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการ
 2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
 3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
 4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
 5. ดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ
 6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
 7. มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย
- และทั้งนี้ กฎหมายได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจรไว้ 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัยในการนำทุนชุมชนมาใช้เหมาะสม การร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้
2. ระดับสูงขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไปในอนาคต
3. การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งการประกอบการ การตลาด ความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจชุมชน

หลักการของวิสาหกิจชุมชน เน้นในด้านของการดำเนินการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริม พร้อมนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างรายได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น ซึ่งสุมิตรา อภิชัย (2550) ได้กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชน เกิดขึ้นเมื่อองค์กรชุมชน หรือเครือข่ายองค์กรชุมชนพัฒนากิจกรรม และมีการเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายสนับสนุนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชน แก่จุดอ่อนเสริมจุดแข็งให้ชุมชน ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและทุนทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน สร้างกระบวนการเรียนรู้ และระบบการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเองของ ชุมชนให้ครอบคลุมการจัดการทุกด้านให้มีระบบการจัดการ ทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้อง ซึ่งดำเนินการโดยองค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนในการ วางแผนดำเนินการและประสานความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนเพื่อให้มีการพัฒนาระบบ เศรษฐกิจและสังคมของชุมชนที่มีอิสระ พึ่งตนเองได้ มีระบบการจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถี ชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน มีต้นทุนการจัดการต่ำและเป็นสถาบันทางสังคมที่ชาวบ้านพึ่งพาอาศัยได้ ซึ่งไม่ใช่ระบบที่ให้ออกาสักกับผู้ที่เหนือกว่าทางด้านเศรษฐกิจหรือการเมือง

แนวคิดและแนวทางในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย เป็นการประกอบกิจการของชุมชนโดยชุมชนเอง เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชน ด้วยวิธีการสร้างสรรค์ มีการเรียนรู้ มีการค้นคิดโดยเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน เอาทรัพยากรอันหลากหลายมาทำให้เกิดประโยชน์ เพื่อการพึ่งตนเอง อันได้แก่ การทำให้พอกินพอใช้ในครอบครัว ชุมชนและเครือข่าย มีที่ร่วมกันเรียนรู้ ร่วมกัน จัดการร่วมกัน และบริโภคร่วมกัน ไม่มุ่งเน้นการเข้าสู่ตลาด ไม่เอาตลาดเป็นเป้าหมาย ไม่ขึ้นกับตลาด แต่เอาการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย หากมีเหลือหรือเกินความต้องการ จึงจะจำหน่ายออก นอกชุมชนหรือเครือข่าย เป็นกิจการของชุมชนที่เกิดขึ้นด้วยความคิดสร้างสรรค์จากภูมิปัญญา ท้องถิ่นดั้งเดิม และสามารถพัฒนาก้าวไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ในอนาคต เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการที่มีความสอดคล้องกับลักษณะของชุมชน มีความต้องการในการ ดำเนินกิจการที่เรียบง่าย โดยใช้ผลผลิตที่ได้จากการผลิต การใช้วัตถุดิบ และทรัพยากรภายในชุมชน เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และการพึ่งพาตนเอง โดยการใช้อนุมัติภายในท้องถิ่นมาปรับใช้กับกิจการของวิสาหกิจ สร้าง

มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่าการบริหารจัดการเป็นสิ่งสำคัญ การดำเนินการที่มีประสิทธิภาพที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยอยู่หลายประการ อาทิ การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนจากภาครัฐ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

แนวทางการสนับสนุนการประกอบวิสาหกิจชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐ

การประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ถือได้ว่าเป็นการประกอบการที่เป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาประเทศ และมุ่งพัฒนาปัจจัยภายในด้วยการสร้างสรรค์สังคม ให้สอดคล้องกับ สภาพท้องถิ่นของตนเองโดยอาศัยภูมิปัญญาและทรัพยากรของชุมชนเป็นสำคัญ ซึ่งมีกฎหมายและระเบียบที่หน่วยงานภาครัฐนำมาใช้ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการและการดำเนินงาน เพื่อให้การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างเป็นระบบและเหมาะสม แต่วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งยังคงมีปัญหาและข้อจำกัดในการบริหารกิจการตามพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ดังนั้นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร จึงมีแนวทางสนับสนุนการประกอบวิสาหกิจชุมชน โดยได้ดำเนินการแก้ไขเพิ่มเติม พ.ร.บ. และประกาศใช้ พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 โดยสนับสนุนให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นนิติบุคคลเพื่อความเข้มแข็งยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ของรัฐได้สะดวกมากขึ้น

พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มีสาระสำคัญเป็นการแก้ไขเพิ่มเติม พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 โดยกำหนดบทบัญญัติเพิ่มเติมเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการจดทะเบียนนิติบุคคล บทบาทหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร การปรับปรุงองค์ประกอบคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด การยกเลิกคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน การเพิ่มบทบาทหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน เพื่อให้การพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็งและส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวต่อไป โดย พ.ร.บ. วิสาหกิจชุมชนที่แก้ไขเพิ่มเติม จะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถขึ้นทะเบียนและประกอบกิจการในฐานะนิติบุคคลได้สะดวกขึ้น สามารถทำนิติกรรม ธุรกรรม หรือถือครองทรัพย์สินได้ภายใต้ชื่อของวิสาหกิจชุมชน และเปลี่ยนรูปแบบการเสียภาษีจากบุคคลธรรมดาเป็นการเสียภาษีในรูปแบบนิติบุคคลที่ได้รับการลดหย่อนภาษีมากกว่า รวมทั้ง แก้ไขเพิ่มเติมเรื่องการจัดทำประกาศเรื่องการโอนอสังหาริมทรัพย์จากสมาชิกให้แก่วิสาหกิจชุมชน และ พ.ร.บ. วิสาหกิจชุมชนที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้กรมส่งเสริมการเกษตรอำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนของวิสาหกิจชุมชนในการติดต่อกับส่วนราชการ โดยทำหน้าที่รับเรื่อง ประสานงาน และติดตามผลในการขอจัดตั้งเป็นนิติบุคคลของวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ ยังได้แก้ไขเพิ่มเติมอำนาจหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร ในฐานะเลขานุการของคณะกรรมการ เพื่อขยายโครงสร้างการดำเนินการให้ครอบคลุมการพัฒนาและส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในระยะต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการกำหนดวิธีการวิจัยนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อมุ่งเน้นอธิบายกระบวนการลำดับความสำคัญและความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกิดรูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่จังหวัดพัทลุง อันประกอบไปด้วยกระบวนการการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ และการร่วมสนทนากลุ่ม ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยพิจารณาจากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถตลอดจนเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง ได้แก่ ตัวแทนสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะตำบลเกาะเต่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมผู้เลี้ยงแพะแคะศรีบรรพต กลุ่มเกษตรกรรมผู้เลี้ยงแพะ – แคะ ตะโหมดและกลุ่มเกษตรกรรมผู้เลี้ยงแพะอำเภอควนขนุน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เภรัญญิก และผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่รัฐ ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย นักวิชาการกรมปศุสัตว์ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง (ด้านปศุสัตว์) และปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง จำนวนทั้งหมด 17 คน สำหรับการร่วมสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้จัดการเข้าร่วมสนทนากลุ่มออกเป็น 2 ครั้ง ครั้งละ 2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกัน เพื่อที่สมาชิกภายในกลุ่มจะสามารถเดินทางมาร่วมสนทนากลุ่มได้สะดวก โดยผู้มาร่วมสนทนากลุ่มในแต่ละครั้งนั้นมีจำนวนครั้งละ 20 คน ประกอบด้วย ตัวแทนสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ ได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เภรัญญิก สมาชิกกลุ่ม ทั้ง 2 กลุ่มของการจัดการร่วมสนทนากลุ่มครั้งนั้น จำนวน 16 คน หรือหากสมาชิกนอกเหนือจาก 2 กลุ่มนี้ ก็สามารถเข้าร่วมสนทนากลุ่มได้ และผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่รัฐ ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ นักวิชาการกรมปศุสัตว์ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง (ด้านปศุสัตว์) ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุงและปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่กลุ่มนั้นๆ จำนวน 4 คน และในการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการประมวลข้อมูลจากผู้ถูกสัมภาษณ์ การเข้าร่วมสนทนากลุ่มและข้อมูลเอกสาร ซึ่งเป็นข้อมูลหลักในการศึกษา โดยใช้วิธีการพรรณนาเชิงเนื้อหาเพื่อสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่จังหวัดพัทลุง

ผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิจัย มีการนำเสนอใน 4 หัวข้อคือ (1) พัฒนาการการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง (2) ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง (3) แนวทางในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง และ (4) รูปแบบในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง ดังต่อไปนี้

พัฒนาการการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง

ผลจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์และการร่วมสนทนากลุ่ม ทำให้ทราบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุงมีทั้งหมด 4 กลุ่มด้วยกัน ประกอบด้วย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะตำบลเกาะเต่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมผู้เลี้ยงแพะแคะศรีบรรพต กลุ่มเกษตรกรรมผู้เลี้ยงแพะ – แคะ ตะโหมดและกลุ่มเกษตรกรรมผู้เลี้ยงแพะอำเภอควนขนุน จากการศึกษา พบว่า พัฒนาการการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง

นั้น พบว่า มีพัฒนาการจากเดิม คือ ผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุงส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักเป็นชาวเกษตรกรกรีดขางพาราหรือชาวสวนยางเป็นรายได้หลักภายในครอบครัว แต่ด้วยผลกระทบจากเศรษฐกิจในช่วงอดีต ทำให้ราคาน้ำยางพาราดกต่ำลง ส่งผลให้รายได้หลักของผู้เลี้ยงแพะในพื้นที่ลดลงไปด้วย ผู้เลี้ยงแพะเดิมที่มีการเลี้ยงแพะเพื่อประกอบพิธีหรือไว้ใช้บริโภคภายในครัวเรือน จึงสนใจมาทำการเลี้ยงแพะเพื่อจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการเลี้ยงแพะในสวนยางพารา ไม่ได้ส่งผลเสียหายต่อต้นยางพารา เพราะแพะยังช่วยในการกำจัดวัชพืชในสวนยางพารา และมูลของแพะก็ยังเป็นปุ๋ยให้กับยางพาราได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผู้เลี้ยงแพะเริ่มหันมาสนใจหารายได้เพิ่มจากการเลี้ยงแพะ จนส่งผลก่อให้เกิดแนวคิดการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งพื้นที่จังหวัดพัทลุงมีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะตำบลเกาะเต่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะแกะศรีบรรพต กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ – แกะ ตะโหมดและกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะอำเภอควนขนุน เหตุของการรวมกลุ่มนั้น ส่งผลดีต่อผู้เลี้ยงแพะเอง ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อดี ข้อเสียและวิธีการในการเลี้ยงแพะ การซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนพ่อพันธุ์แม่พันธุ์กันภายในกลุ่ม การต่อรองราคาจากพ่อค้าคนกลางเพื่อให้ได้ราคาที่เป็นธรรม รวมไปถึงการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพื่อการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ปัจจุบันแต่ละกลุ่มฯมีการจัดการภายในกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการเลี้ยงแพะแก่ผู้เลี้ยงแพะรายใหม่อยู่เสมอ พัฒนาการความรู้ในการเลี้ยงแพะไม่ว่าจะเป็นด้านการเพิ่มผลผลิต การแลกเปลี่ยนพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ การผลิตอาหารให้แพะ และมีการจัดทำบัญชีเงินเข้าออกของกลุ่ม ที่นำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ หรือเงินที่ได้รับมาจากการสนับสนุนของรัฐหรือแม้กระทั่งการนำแพะไปแข่งขัน ซึ่งใน 4 กลุ่มฯ มีเพียงแค่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะแกะ ศรีบรรพต ที่มีการเพิ่มทรัพย์สินหรือเงินของกลุ่มที่มาจากการขายผลิตภัณฑ์ภายในกลุ่มและยังมีเงินจากค่าตอบแทนวิทยากรทางกลุ่มจะนำเข้าเป็นเงินทุนสะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะแกะ ศรีบรรพต ด้วย

ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง

จากการสำรวจและสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ปัญหาในการจัดการวิสาหกิจชุมชนได้ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาด้านการตลาด ผู้เลี้ยงแพะส่วนมากไม่มีความรู้ขั้นสูงในด้านการจัดการทางการตลาด เช่น ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงตลาดหรือตัวผู้บริโภคเอง เป็นต้น
2. ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ผู้เลี้ยงแพะไม่มีระบบบัญชีที่ดี ทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้ การตั้งราคาขายจึงเกิดจากการประมาณการณ์ให้พอสามารถจำหน่ายแล้วได้กำไร โดยอิงราคาจากพ่อค้าคนกลางเท่านั้น
3. ปัญหาด้านการผลิต ผู้เลี้ยงแพะจะต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการเลี้ยง เนื่องจาก แพะ เป็นสัตว์ที่ค่อนข้างติดโรคได้ง่ายหากไม่มีการรักษาความสะอาดทั้งด้านอาหาร ที่พักอาศัย จะทำให้แพะที่เลี้ยงไว้ในโรงเรือนหรือเลี้ยงแบบปล่อยพื้นติดโรคด้วยกันทั้งสิ้น
4. ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้เลี้ยงแพะจำนวนมาก ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการ เช่น การสร้างเว็บไซต์หรือโฮมเพจเพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ หรือไม่มีการใช้ระบบโปรแกรมทางด้านบัญชีที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการช่วยทำงาน

5. ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ไม่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้เลี้ยงแพะเพื่อจำหน่ายเป็นตัวเท่านั้น เพราะผู้เลี้ยงแพะส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นอาชีพรอง การเลี้ยงและจำหน่ายแพะเป็นตัวนั้น จึงเป็นเรื่องง่ายต่อการจำหน่าย

6. ปัญหาต้นทุนการผลิต จากการศึกษาพบว่าต้นทุนในการเลี้ยงแพะนั้น มีด้วยกันหลายอย่าง เช่น การจัดทำโรงเรือนที่ได้มาตรฐานและฉีดน้ำยาฆ่าเชื้อให้แพะทุกๆ 1 ชั่วโมง ราคาพ่อแม่พันธุ์ อาหารสำเร็จรูปและยาปฏิชีวนะที่มีราคาค่อนข้างสูง เกษตรกรต้องทำการลงทุนเงินเป็นจำนวนมาก เพื่อจะทำการเลี้ยงแพะ

แนวทางในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง

ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร แนวทาง และข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์และการจัดสนทนากลุ่ม ที่ประกอบด้วย กลุ่มตัวแทนสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน จำนวน 20 คน โดยสรุปแนวทางในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด ผู้เลี้ยงแพะจะต้องเปลี่ยนแนวคิดจากการผลิตแบบเดิม มาเป็นการผลิตตามความต้องการของตลาด หน่วยงานภาครัฐจะต้องจัดหาสถานที่แสดงสินค้าอย่างถาวรสำหรับวิสาหกิจชุมชนประจำจังหวัด โดยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถนำสินค้าของตนมาแสดงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

2. แนวทางการพัฒนาด้านระบบบัญชีและการเงิน หน่วยงานภาครัฐผู้รับผิดชอบนิสิตวิสาหกิจชุมชน ควรจะต้องออกกระเปาะบัญชีของวิสาหกิจชุมชน และมีการตรวจบัญชีจากภาครัฐอยู่เสมอ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะได้จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และสามารถบริหารงานการเงินได้ตามความเป็นจริง และกลุ่มฯ ควรจะเพิ่มสินทรัพย์หรือเงินทุนที่มีอยู่ ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์หรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการเลี้ยงแพะ เพื่อสร้างผลกำไรให้แก่กลุ่มฯ

3. แนวทางการพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านนี้ต้องอาศัยความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานเกษตรจังหวัดจะต้องเป็นผู้ประสานงานกับสถาบันการศึกษา เพื่อให้สถาบันการศึกษามาเป็นผู้ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์แพะรูปแบบอื่น ออกแบบการขนส่งแพะหรือออกแบบโรงเรือนที่เหมาะสมต่อการเลี้ยงแพะให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มฯ และให้คำปรึกษาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาตนเองในด้านนี้ได้ต่อไป

4. แนวทางการพัฒนาการผลิต ภาครัฐจะต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ ให้นำวัตถุดิบที่เกษตรกรมีในท้องถิ่นเพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นอาหาร โรงเรือน หรือแม้กระทั่งยารักษาโรค เพื่อช่วยในการจัดการด้านสุขภาพ มีการเสริมสร้างประสบการณ์ องค์ความรู้ ให้แก่เกษตรกรผู้สนใจในการเลี้ยงแพะ สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะให้พัฒนาตนเองไปสู่การได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมต่างๆ ด้วยการให้ความรู้ ความเข้าใจ และพัฒนาด้านต่างๆ

5. แนวทางการพัฒนาด้านภาษาต่างชาติ ภาครัฐจะต้องเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการในด้านต่างๆ เช่น การกระตุ้น การสร้างแรงจูงใจ การจัดอบรมด้านภาษา และการประสานงานกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น เพื่อเป็นการรองรับในอนาคต หากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ จะมีเปลี่ยนแปลงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และมีการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศมาเลเซีย ที่นิยมบริโภคเนื้อแพะ

6. แนวทางการลดต้นทุนการผลิต วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะจะต้องเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นของตนเองเพื่อจะได้ไม่ต้องมีต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อการผลิต และรัฐควรจะต้องเข้ามาดูแลและส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถลงทุนและสร้างผลผลิตได้

7. แนวทางการพัฒนาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ หรือการสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและเพื่อการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง เป็นต้น

รูปแบบในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง

ผู้วิจัยเห็นว่า กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มตลาดที่นิยมบริโภคแพะมีจำนวนน้อย และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฯ ไม่ได้มีช่องทางที่จะเข้าถึงตลาดเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงเสนอรูปแบบการส่งเสริมการตลาดของแพะในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง

สรุปและอภิปรายผล

การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ การที่วิสาหกิจชุมชนจะพัฒนาได้ ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคือ ผู้เลี้ยงแพะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มฯ ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐต่างๆ คือผู้ให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะให้มีระบบการจัดการที่เป็นระบบมากยิ่งขึ้น โดยการเข้ามาอบรมให้ความรู้และหมั่นตรวจสอบผลการปฏิบัติหลังจากการได้รับการอบรมอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ มีการทำงานร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ไม่ใช่ต่างหน่วยงานก็ต่างทำงานเพื่อพัฒนากันไป โดยขาดการประสานงานกัน นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการพัฒนาตนเองในด้านการเรียนรู้ การจัดการความรู้ในองค์กรของตน ให้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับกัญญามน อินทว้าง (2554) ได้อธิบายว่า การจัดการความรู้เป็นส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์กร ซึ่งการจัดการความรู้ คือ การค้นพบ การแลกเปลี่ยน การถ่ายทอดองค์ความรู้และการได้มาซึ่งองค์ความรู้ ในความรู้ที่กระจ่างชัดโดยผู้เชี่ยวชาญ

หรือการนำความรู้ที่อยู่ในคน อาทิ ประสบการณ์ที่ได้รับมา นำมาแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ก็คือวิถีทางที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน และการพัฒนาจะเป็นไปอย่างมีระบบได้นั้น ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่ม ย่อมเกิดมาจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่ม การสนับสนุนจากบุคคลภายนอก การทำงานร่วมกัน คณะกรรมการมีความเสียสละแรงกายแรงใจ ในการที่จะร่วมกันพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนของกลุ่ม เดินหน้าต่อไปอย่างเป็นระบบมากขึ้น

ด้านต้นทุนการผลิต สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ ปัญหาด้านต้นทุนวัตถุดิบ เป็นประเด็นสำคัญ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะจะต้องเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นของตนเองเพื่อจะได้ไม่ต้องมีต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อการผลิต และภาครัฐควรที่จะเข้ามาดูแลและส่งเสริมให้ผู้เลี้ยงแพะสามารถลงทุนและสร้างผลผลิตและการส่งเสริมจัดการอบรม ให้ความรู้ในทุกด้านแก่ผู้เลี้ยงแพะ ร่วมไปถึงการสอนให้สมาชิกของกลุ่มฯ รู้จักการคำนวณต้นทุนที่แท้จริง เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มฯ มองเห็นถึงประโยชน์ของการทำบัญชี จากกำไรที่บ่งบอกเป็นตัวเลขได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของนางนุช อิมเรือง และสภาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2554) ได้อธิบายว่า การที่จะพัฒนาการจัดการวิสาหกิจชุมชนให้ดีขึ้น การลดต้นทุนการผลิตเป็นสิ่งสำคัญส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพในการจัดการและคุณภาพของสินค้าที่ดีขึ้น เพราะเมื่อใดที่ผู้ผลิตได้รับผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น ก็เป็นสิ่งที่ส่งผลให้ผู้ผลิตมีแรงผลักดันในการที่จะพัฒนาต่อไป

ในด้านการแก้ไขปัญหการทำการตลาด สิ่งสำคัญมากกว่าการดำเนินการของกลุ่มฯ คือ การเข้ามามีส่วนร่วมของภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานเกษตรจังหวัด ควรเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือเชิงบูรณาการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดหาสถานที่แสดงสินค้า สำหรับวิสาหกิจชุมชนประจำจังหวัด หรือจัดประกวดแพะซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์กลุ่มฯ ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงจัดสร้างตลาดกลางในการขายแพะ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผู้ผลิตได้อย่างตรงตัว ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง และการสร้างเว็บไซต์หรือเว็บเพจของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฯ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สร้างชื่อให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มฯ เป็นที่รู้จักของลูกค้าที่มีความต้องการได้โดยตรง สอดคล้องกับงานวิจัยของวิทิตา จันทะวงศ์ศรี (2557) ได้อธิบายไว้ว่าวิสาหกิจชุมชนควรมีการจัดการด้านตลาดที่ดี โดยเริ่มจากการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาด เพื่อเป็นการสร้างแบรนด์ให้แก่สินค้าของตนเองเป็นที่รู้จักของลูกค้า รวมไปถึงการเปิดตลาดใหม่ๆ ให้ลูกค้าสามารถติดต่อผู้ผลิตได้ง่ายและซื้อขายผ่านผู้ผลิตได้โดยตรง

ในด้านการบริหารการเงินและบัญชี เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะส่วนใหญ่ มีการจัดทำบัญชีแค่ในส่วนของเงินออมทรัพย์รายบุคคล ไม่มีการจัดทำระบบบัญชี รายรับ - รายจ่าย ร่วมไปถึง ไม่มีการนำเงินดังกล่าวไปต่อยอดเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปขายและเพิ่มผลกำไรให้แก่กลุ่มฯ ได้ ภาครัฐจึงควรเข้ามาช่วยเหลือ จัดอบรมในเรื่องนี้และจะต้องออกระเบียบเรื่องการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ และมีการตรวจบัญชีจากภาครัฐอยู่เสมอ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะทุกแห่งได้จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และสามารถบริหารงานการเงินได้ตามความเป็นจริง และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ ควรนำเงินทุนที่ได้จากการสมัครของสมาชิกหรือการเก็บเงินรายได้จากสมาชิกมาต่อยอดเพื่อเพิ่มเงินปันผลให้กับสมาชิกในกลุ่มฯ ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์หรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการเลี้ยงแพะ เข้ามาจำหน่ายภายในกลุ่มให้แก่สมาชิกในกลุ่มได้ในราคาต่ำกว่าท้องตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทิวา แก้วเสริม (2551) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตที่มี

วิสัยทัศน์ที่ดี จะต้องกำหนดนโยบายการจัดการทางการเงินลงในแผนธุรกิจขององค์กรอย่างเข้มงวด และต้องมีการใช้ทรัพยากรทางการเงินให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้ ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิต จะต้องรู้หลักของการบริหารทางการเงินและการจัดการด้านบัญชีที่ถูกต้อง โดยผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตที่ขาดความรู้ด้านการบริหารการเงินและบัญชี ควรจะไปขอรับคำปรึกษาจากการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของตนเองต่อไป

กล่าวโดยสรุป หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานที่สำคัญของการพัฒนาการจัดการวิสาหกิจชุมชน เพราะวิสาหกิจชุมชนเกิดจากประชาชนผู้เป็นฐานรากทางสังคม อยู่ในสังคมชนบท ห่างไกลความเจริญ การดำเนินงานของรัฐเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รัฐได้พัฒนานโยบายเพื่อการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังคงเป็นอุปสรรคที่แท้จริงของการจัดการภาครัฐคือ การบริหารงานด้วยการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในภาครัฐเอง นอกจากนี้รัฐควรจะต้องสนับสนุนการฝึกอบรมให้วิสาหกิจชุมชนและตามผลการอบรมอย่างต่อเนื่อง และจะต้องพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสมในแต่ละบริบทของพื้นที่ในวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ ดังงานวิจัยของ สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ (2552) ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า วิสาหกิจชุมชนในภาคใต้ มีความต้องการได้รับความรู้และการฝึกอบรมในด้านต่างๆ ตั้งแต่ ด้านการตลาด การจัดการ การผลิต การบัญชี การเงิน เพิ่มมากขึ้นอยู่ตลอดเวลา และมีความต้องการในการจะพัฒนาการจัดการวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันไป โดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของคนในชุมชนนั้นๆ ที่จะเปิดใจรับฟังการเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาจากภาครัฐหรือไม่ แต่สิ่งสำคัญที่ภาครัฐควรให้ความสนใจ คือ การติดตามผลการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้เห็นถึงพัฒนาการการทำงานของภาครัฐเองด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาดูงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ จึงนำไปสู่ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ดังนี้

1. ควรศึกษาแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้เลี้ยงแพะ เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนปัญหา อุปสรรค อีกทั้งหาแนวทางพัฒนาอาชีพการเลี้ยงแพะอย่างยั่งยืน
2. ควรหาเวทีแก่ผู้เลี้ยงแพะในการจัดพบปะระหว่างผู้เลี้ยงรายเก่าที่มีประสบการณ์เลี้ยงแพะมาก่อน และผู้เลี้ยงรายใหม่ หรือผู้สนใจทั่วไป มาร่วมหารือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ดี ทั้งด้านการคัดเลือกพันธุ์แพะ การเลี้ยง การจัดการ และการตลาด เพื่อเพิ่มความมั่นใจ และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้เลี้ยงแพะ อีกทั้งการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ ภูมิปัญญาที่สะสมมาจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่จะยังคงอยู่ ทำให้การเลี้ยงแพะเป็นอาชีพที่ทำรายได้แก่ทุกคนที่สนใจและนำไปสู่ความยั่งยืน
3. ภาครัฐควรมีการลดขั้นตอนต่างๆ ที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มฯต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการ ลง เช่น การจดทะเบียนจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน การขออนุญาตฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมต่างๆ รวมไปถึงลดขั้นตอนแต่เพิ่มช่องทางในการติดต่อขอความช่วยเหลือต่างๆ ที่วิสาหกิจชุมชนต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
4. ภาครัฐควรมีการประเมินสถานะของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฯในทุกปี เพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจกลุ่มฯที่มีการจัดการธุรกิจได้ให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น และให้การช่วยเหลือวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฯที่ประสบปัญหาทั้งด้านงบประมาณ ความรู้ในการจัดการ รวมไปถึงเงินทุน โดยให้การสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ในระยะเวลาที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฯนั้นๆ

5. ภาครัฐควรจะต้องจัดให้มีหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียวเป็นผู้สนับสนุนดูแลวิสาหกิจชุมชน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพผลอย่างแท้จริง และเป็นการลดการซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงานด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2550). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548*. กรุงเทพมหานคร :

ฝ่ายเผยแพร่เอกสาร กรมส่งเสริมการเกษตร.

กัญญามน อินทว้าง. (2554). *วิสาหกิจชุมชน*. มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

ทิวา แก้วเสริม. (2551). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่าย*

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติอย่างยั่งยืนกลุ่มภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการ วิจัยแห่งชาติ.

นงนุช อิ่มเรือง และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2554). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน กลุ่ม*

ทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม. วารสารการบริหารท้องถิ่น. ปีที่ 4 (ฉบับที่ 2 เมษายนมิถุนายน) :

1-15.

วิทยา จันทะวงศ์ศรี. (2557). *การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของราคา: กรณีผลไม้ลำไย*. วิทยานิพนธ์การ

จัดการมหาบัณฑิต. อุตรธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี.

สุมิตรา อภิชัย. (2550). *ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

เสรี พงศ์พิศ. (2552). *ฐานคิด : จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : พลังปัญญา.

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ. (2552). *การจัดการของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง*

ผลิตภัณฑ์ในภาคใต้. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *เอกสารแผนพัฒนาเศรษฐกิจ*

และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2560 – 2564). กรุงเทพฯ : การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติ.

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2562). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ*

ชุมชน ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.

ห้องนำเสนอ 7

การจัดการทั่วไป

การศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพของพนักงานธนาคารในภาคใต้

A Study of Influence of Teleworking on Career Satisfaction among Bank Employees in the Southern Region of Thailand

กุลธิรา แซ่โซว	Kulthira Saesow ¹
คมสัน หลงละเลิง	Khomsan Hlonglaloeng ²
นพดล ชูเศษ	Noppadon Chooset ³
วรกร ภูมิวิเศษ	Worakorn Pumiviset ⁴
วิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์	Wisanutpong Potipiroon ⁵

บทคัดย่อ

ความต้องการความยืดหยุ่นในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน ทำให้เกิดรูปแบบการทำงานใหม่ ๆ เช่น การทำงานจากที่บ้านหรือการทำงานทางไกล แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่มีต่อทัศนคติและการรับรู้ของผู้ปฏิบัติงาน การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพของผู้ปฏิบัติงาน ผ่านบทบาทตัวแปรต้นกลางความเป็นอิสระในการทำงาน ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว และความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานธนาคารภาครัฐและเอกชนในเขตพื้นที่จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ สงขลา ตรัง พัทลุง สุราษฎร์ ภูเก็ต กระบี่ นครศรีธรรมราช สตูล ปัตตานี และยะลา ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มตามความสะดวก จำนวน 219 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยพบว่า การทำงานทางไกลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในอาชีพรวมทั้งส่งผลทางอ้อมผ่านความเป็นอิสระในการทำงาน แต่ในขณะเดียวกันส่งผลต่อความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน

คำสำคัญ: การทำงานทางไกล ความพึงพอใจในอาชีพ ความเป็นอิสระในการทำงาน ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว ความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: Kulthira@hu.ac.th

² นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: Caravan007_2@windowslive.com

³ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: noppadon.c@rmuts.ac.th

⁴ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: 6210530007@email.psu.ac.th

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: wisanutpong.p@psu.ac.th

Abstract

Nowadays, employees' demands for work flexibility as well as the advancement of information technology have led to several new forms of flexible work arrangements including teleworking. However, there is scant research that seeks to examine the influence of teleworking on employees' attitudes and perceptions. The purpose of this research is to examine the influence of teleworking on employees' career satisfaction and the mediating roles of job autonomy, work-family conflict, and isolation. A convenient sample of 219 bank employees was drawn from several government and private banks in the southern provinces of Thailand, including Songkhla, Trang, Phatthalung, Surat Thani, Phuket, Krabi, Nakhon Sri Thammarat, Satun, Pattani, and Yala. The results showed that teleworking had a positive direct effect on employees' career satisfaction and also an indirect effect on career satisfaction via job autonomy. The results further indicated that teleworking had a positive effect on employees' perceived isolation.

Keywords: Teleworking, Career Satisfaction, Job Autonomy, Work-Family Conflict, Work Isolation

บทนำ

การทำงานทางไกล (Teleworking) เป็นรูปแบบการทำงานที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID19 ทำให้หน่วยงานต่างๆ ต้องปรับตัวเพื่อลดการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานและลดการแพร่เชื้อ อันที่จริงการทำงานทางไกลได้รับความนิยมมาแล้วสักพักหนึ่งสอดคล้องผลสำรวจของ International Workplace Group (IWG) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้บริการพื้นที่สำนักงาน (Co-working Space) พบว่าคนทำงานทั่วโลก 2 ใน 3 คน มีการทำงานนอกสถานที่ทุกสัปดาห์ และในแต่ละสัปดาห์จะมีพนักงานกว่าร้อยละ 70 ที่ทำงานนอกสถานที่สัปดาห์ละหนึ่งครั้ง ในขณะที่ร้อยละ 53 มีการทำงานนอกสถานที่อย่างน้อยหนึ่งครั้งในสัปดาห์ และมีร้อยละ 11 ที่ทำงานนอกสถานที่มากถึง 5 ครั้งต่อสัปดาห์ (Marketingoop, 2018) ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่เอื้อให้การทำงานนอกสถานที่เป็นไปได้สะดวกมากยิ่งขึ้น คือ ความสามารถในการติดต่อสื่อสารผ่านเครื่องมือหรืออุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ผ่านโปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน เช่น โปรแกรม Zoom, Microsoft Teamwork, Google Hangout เป็นต้น เฉพาะในช่วงเดือนมีนาคม 2563 เพียงเดือนเดียว มีอัตราการเพิ่มของการเข้าไปใช้เว็บ Zoom กว่า 535 เปอร์เซ็นต์ (The Guardian, 2020)

การศึกษาในอดีตพบว่าการทำงานทางไกลส่งผลทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อพนักงาน จากการศึกษา Meta-Analysis ของ Gajendran และ Harrison (2007) พบว่า การทำงานทางไกลส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้อิสระในการทำงาน (Job Autonomy) และส่งผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน แต่ในขณะเดียวกันอาจส่งผลให้เกิดความ

ขัดแย้งระหว่างการทำงานและครอบครัว (Work-Family Conflict) ความรู้สึกโดดเดี่ยว (Isolation) และอาจส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจลาออกจากงาน และความเครียดที่มีในงาน

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่มีต่อความพึงพอใจในอาชีพ (Career Satisfaction) ของพนักงานในองค์กร ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่าการทำงานทางไกลจะส่งผลทางบวกหรือทางลบต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงาน เพราะในมุมมองหนึ่งการทำงานทางไกลอาจจะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกห่างเหินจากเพื่อนร่วมงานและเป็นการลดความโดดเด่นของพนักงานในสายตาของผู้บังคับบัญชาซึ่งมีอำนาจในการประเมินพนักงานโดยตรง แต่ในอีกมุมมองหนึ่ง การทำงานทางไกลอาจจะส่งผลให้พนักงานสามารถจัดการกับเวลางานและภาระงานครอบครัวได้ดีขึ้นซึ่งอาจส่งผลทางอ้อมต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของพนักงาน ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความสนใจศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่มีต่อความพึงพอใจในอาชีพผ่านบทบาทตัวแปรคั่นกลางทางจิตวิทยา (Psychological Mediators) ได้แก่ ความเป็นอิสระในการทำงาน (Job Autonomy) (VandenBroeck, Vansteenkiste, DeWitte, Soenens, & Lens, 2010) ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว (Work-Family Conflict) (Netemeyer & Boles, 1996) และความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน (Isolation) (Golden, Veiga, & Dino, 2008) โดยอาศัยแนวคิดจากโมเดลความต้องการที่มาจากงานและทรัพยากรในงาน (Job Demands – Resources Model หรือ JD-R model) (Demerouti, Bakker, Nachreiner & Schaufeli, 2001) และทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self Determination Theory: SDT) (Ryan & Deci 2000) ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ยังไม่เคยมีการศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกล ในประเทศไทยมาก่อน

ในปัจจุบัน การทำงานทางไกล สามารถตอบโจทย์ความต้องการในหลายอาชีพไม่ว่าจะเป็นพนักงานบริษัท ตัวแทนประกันภัย รวมไปถึงพนักงานธนาคาร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกล ในกลุ่มพนักงานธนาคารที่ใช้การติดต่อสื่อสารเป็นประจำ ทั้งนี้ ธนาคารต่างๆ มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับการทำธุรกรรมทางการเงิน เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัลไม่ว่าจะเป็น Mobile Banking หรือ Internet Banking ซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็วและเข้ามาแทนที่การทำธุรกรรมผ่านสาขาของธนาคาร (หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคการผลิต ธนาคารออมสิน, 2560) ดังนั้นธนาคารจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือบทบาทในการให้ความรู้เกี่ยวกับการเงินการลงทุน การหาลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิต ประกันภัย และการลงทุน การควบคุมและติดตามงานบัญชีลูกค้า การติดต่อประสานงานและให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลรายรับรายจ่ายของลูกค้า รวมไปถึงวางแผนและวิเคราะห์ด้านการเงินและบริหารจัดการ และบริการอื่นๆ ที่ไม่สามารถทำผ่าน Digital Banking ได้ ด้วยภาระงานที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าว ส่งผลต่อบริบทในการทำงานของพนักงานที่ต้องมีการออกไปให้บริการกับลูกค้า นอกสำนักงานเพิ่มมากขึ้น เพื่อเอื้ออำนวยต่อธุรกรรมที่ทำภายนอกสาขา ซึ่งภาระงานเหล่านี้ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของพนักงานธนาคารโดยตรง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกล ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพของพนักงานธนาคาร ผ่านตัวแปรคั่นกลาง 3 ตัว ได้แก่ ความเป็นอิสระในการทำงาน ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว และความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน

การทบทวนวรรณกรรม

การทำงานทางไกล (Teleworking) และความพึงพอใจในอาชีพ (Career Satisfaction)

การทำงานทางไกลเป็นรูปแบบการทำงานที่หลายองค์กรนำมาประยุกต์ใช้ตามทฤษฎีการจัดรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น (Flexible Work Arrangements: FWAs) ซึ่งประกอบไปด้วย Flextime และ Flexplace โดย Flextime หมายถึง ความยืดหยุ่นในช่วงเวลาของการทำงาน ในขณะที่ Flexplace คือ ความยืดหยุ่นในสถานที่ทำงาน (Shockley & Allen, 2007) ทั้งนี้ การทำงานทางไกลประกอบด้วย การทำงาน 3 รูปแบบ คือ การทำงานจากที่บ้าน การทำงานในสำนักงานของลูกค้า และการทำงานในศูนย์ธุรกิจ (Tremblay, Paquet & Najem, 2006) โดยมีการติดต่อสื่อสารผ่านเทคโนโลยีโดยเครื่องมือต่างๆ ได้แก่ Remote Working, Internet, Intranet, Email, VOIP, VC, RSS, FTP, Social Networking, Blogs เป็นต้น (Elshaiekh, Hassan & Abdallah, 2018) งานวิจัยที่ผ่านมาระบุว่า การทำงานทางไกล สามารถช่วยลดปัญหาสภาพแวดล้อมเนื่องจากการเดินทางไปทำงานด้วยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพาหนะในการเดินทาง รวมถึงประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับพนักงานและองค์กร (Tremblay & Genin, 2007)

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้โมเดลความต้องการที่มาจากงานและทรัพยากรในงาน (Job Demands – Resources Model หรือ JD-R model) (Demerouti et al., 2001) เพื่อเสนอกรอบแนวคิดการวิจัย โดย JD-R model ได้จำแนกประสบการณ์ทำงานออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความต้องการที่มาจากงาน (Job Demands) หมายถึง ปัจจัยในงานที่ส่งผลให้บุคคลต้องใช้พลังทั้งทางร่างกายและจิตใจในการจัดการกับงาน เช่น ความเร่งด่วนหรือความกดดันของงาน (Work Pressure) ชั่วโมงการทำงาน (Work Hours) และความไม่ชัดเจนของบทบาท (Role Ambiguity) ส่วนปัจจัยทรัพยากรในงาน หมายถึง ปัจจัยที่เอื้อให้บุคคลปฏิบัติงานสำเร็จ ตัวอย่างเช่น ความเห็นป้อนกลับจากหัวหน้างาน (Feedback) การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Supervisory) และอิสระในการทำงาน (Job Autonomy) (Demerouti et al., 2001) ซึ่งปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของบุคคลทั้งทางด้านสุขภาพทางร่างกายและจิตใจ (Schaufeli, 2017)

ทั้งนี้ การทำงานทางไกล อาจถูกมองได้ว่าเป็นทั้งความต้องการที่มาจากงาน (Job Demands) และปัจจัยที่เอื้อต่อการทำงาน (Job Resources) (Sardeshmukh, Sharma & Golden, 2012) ในมุมมองหนึ่ง การทำงานทางไกล เป็นความต้องการจากงานที่ส่งผลทางลบต่อพนักงานเพราะพนักงานอาจจะเกิดการห่างเหินจากเพื่อนร่วมงาน และเป็นการลดความโดดเด่นของพนักงานในสายตาของผู้บังคับบัญชาซึ่งมีอำนาจโดยตรงในการประเมินพนักงาน ในขณะเดียวกัน พนักงานอาจจะประเมินว่าการทำงานทางไกล เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการทำงานเพราะพนักงานสามารถควบคุมและกำหนดสถานที่ทำงานและเวลาในการทำงานได้เอง (Tavares, 2017) นอกจากนี้ การทำงานทางไกล ยังช่วยในการจัดสมดุลชีวิตระหว่างการทำงานและครอบครัว (Tremblay & Genin, 2007)

งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่มีต่อความพึงพอใจในอาชีพของบุคคล (Career Satisfaction) ซึ่งหมายถึง การประเมินผลความก้าวหน้าในอาชีพของแต่ละบุคคลที่มีต่อเป้าหมายในงานที่แตกต่างกันซึ่งเป็นความรู้สึกพึงพอใจส่วนบุคคลต่ออาชีพโดยภาพรวม (Lounsbury et al., 2009; NG et al., 2005) จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพ ได้แก่ ปัจจัยเอื้อหนุนพนักงานต่างๆ เช่น ระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เน้นสร้างเสริมทักษะและความรู้ให้กับพนักงาน (Osibanjo, Kehinde, & Abiodun, 2012) และบุคลิกลักษณะของ

บุคคล (Personality) (Judge, Heller, & Mount, 2002) แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาว่าการจัดการทำงานแบบ teleworking จะส่งผลต่อพนักงานมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ แม้ว่าการศึกษา Meta-Analysis ของ Gajendran และ Harrison (2007) ระบุว่า การทำงานทางไกล ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) แต่กลับไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับความพึงพอใจในอาชีพ (Career Satisfaction) เหตุผลประการหนึ่ง คือ การทำงานทางไกล อาจส่งผลทางอ้อม (Indirect) ผ่านกลไกทางจิตวิทยาต่างๆ

ในประเด็นนี้ ทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self Determination Theory: SDT) (Ryan & Deci 2000) ระบุว่า การจะกระตุ้นให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจากภายใน (Intrinsic Motivation) จนเกิดความสำเร็จในอาชีพได้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) 3 ประการ ได้แก่ ความต้องการอิสระในการตัดสินใจด้วยตนเอง (Need for Autonomy) ความต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น (Need for Relatedness) และความต้องการเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ (Need for Competence) ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาตัวแปรคั่นกลางของความเป็นอิสระในการทำงาน (Job Autonomy) (VandenBroeck, Vansteenkiste, DeWitte, Soenens, & Lens, 2010) ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว (Work-Family Conflict) (Netemeyer & Boles, 1996) และความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน (Isolation) (Golden, Veiga, & Dino, 2008) สอดคล้องกับแนวคิดความต้องการอิสระในการทำงานและความต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

ความเป็นอิสระในการทำงาน (Job Autonomy)

ความเป็นอิสระในการทำงาน หมายถึง การทำงานซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการทำงานได้เอง เช่น กำหนดแนวทางของตนเองได้ รวมถึงสามารถตัดสินใจเรื่องเวลาในการทำงาน (Breugh, 1999) การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ความมีอิสระในการทำงานสามารถช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงานของพนักงานได้ (Task Performance) เนื่องจากพนักงานมีโอกาสในการกำหนดแนวทางการทำงานของตนเอง มีการกำหนดห้วงเวลาที่เหมาะสมในการทำงานโดยไม่รู้สึกรู้สึกกดดันและไม่เสียสมาธิจากปัจจัยต่างๆ ในสถานที่ทำงานปกติ เช่น การประชุม นอกจากนี้ พนักงานยังสามารถเลือกสถานที่ทำงานที่เอื้อต่อการทำงานได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อแรงจูงใจของพนักงาน (Narayanan, Menon, Plaisent, & Benard, 2017) ดังนั้น การทำงานทางไกล เป็นประจำและการมีอิสระในการตัดสินใจในการทำงานน่าจะส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจในอาชีพของพนักงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การทำงานทางไกล (Teleworking) จะทำให้เกิดความเป็นอิสระในการทำงาน (Job Autonomy) ซึ่งจะส่งผลไปยังความพึงพอใจในอาชีพ (Career Satisfaction)

ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว (Work-Family Conflict)

ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว เป็นรูปแบบของความขัดแย้งระหว่างแรงกดดันจากการเป็นสมาชิกในองค์กรกับแรงกดดันที่เกิดจากการเป็นสมาชิกในครอบครัว (Netemeyer & Boles, 1996) โดยความไม่พึงพอใจหรือความขัดแย้งในความรู้สึกจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลไม่สามารถสร้างสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตครอบครัวได้ โดยเฉพาะความสามารถในการจัดสรรเวลาซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (Edwards & Rothbard, 2000; Gözükar & Çolakoglu, 2016; Greenhaus & Beutell, 1985) ทั้งนี้ การทำงานทางไกลน่าจะส่งผลทางลบต่อความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว เพราะบุคคลสามารถจัดสมดุลระหว่างการทำงานและครอบครัวได้ดีมากยิ่งขึ้นโดย

สามารถดำเนินกิจกรรมหลายๆ อย่างที่บ้านได้ในเวลาเดียวกัน (Sardeshmukh, Sharma & Golden, 2012) และอาจส่งผลดีต่อเนื่องไปยังความพึงพอใจในอาชีพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 การทำงานทางไกล (Teleworking) จะช่วยลดความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว (Work-Family Conflict) ซึ่งจะส่งผลไปยังความพึงพอใจในอาชีพ (Career Satisfaction)

ความรู้สึกลดโดดเดี่ยวในการทำงาน (Isolation)

ความรู้สึกลดโดดเดี่ยวในการทำงาน หมายถึง การขาดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและอารมณ์กับสมาชิกในทีมทำให้เกิดการรับรู้ถึงความโดดเดี่ยว ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน (Marshall, Michaels & Mulki, 2007) ในบริบทการทำงานทางไกล อาจทำให้พนักงานขาดปฏิสัมพันธ์แบบตัวต่อตัวกับผู้อื่น (Gallatin, 2018) รวมทั้งอาจส่งผลให้พนักงานขาดข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบในงาน ซึ่งการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ทำงานทางไกลและเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงานร่วมกันถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จในอาชีพของคุณ (Weinert, Maier & Laumer, 2015) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 การทำงานทางไกล (Teleworking) จะทำให้เกิดความรู้สึกลดโดดเดี่ยวในการทำงาน (Isolation) ซึ่งจะส่งผลไปยังความพึงพอใจในอาชีพ (Career Satisfaction)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานธนาคารที่มีลักษณะการทำงานทางไกลที่ใช้การติดต่อสื่อสารเป็นประจำ (Teleworking) ขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์ใช้เกณฑ์อัตราส่วนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณต่อตัวอย่าง ของ Hair, Anderson, Tatham และ Black (1998) คำนวณอัตราส่วน 1 พารามิเตอร์ ต่อ 10 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดตัวอย่างเท่ากับ 240 คน (24x10) โดยมีผู้ตอบกลับเป็นพนักงานธนาคารภาครัฐและเอกชนในเขตพื้นที่ภาคใต้ ใน 10 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ สงขลา ตรัง พัทลุง สุราษฎร์ ภูเก็ต กระบี่ นครศรีธรรมราช สตูล ปัตตานี และยะลา จำนวน 245 คน หลังจากทำความสะอาดชุดข้อมูลแล้วเหลือกลุ่มตัวอย่างจำนวน 219 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีข้อคำถามในการวัดองค์ประกอบ ดังนี้ (1) การทำงานทางไกล ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ มาตรฐานวัด 7 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 7 = เห็นด้วยมากที่สุด) โดยข้อคำถามได้มาจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการทำงานทางไกล (2) ความเป็นอิสระในการทำงาน จำนวน 5 ข้อ มาตรฐานวัด 5 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) (VandenBroeck, Vansteenkiste, DeWitte, Soenens, & Lens, 2010) (3) ความขัดแย้งระหว่างการทำงานและครอบครัว จำนวน 5 ข้อ มาตรฐานวัด 7 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 7 = เห็นด้วยมากที่สุด) (Netemeyer & Boles, 1996) (4) ความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน จำนวน 5 ข้อ มาตรฐานวัด 5 ระดับ (1 = ไม่ค่อย; 5 = บ่อยที่สุด) (Golden, Veiga, & Dino, 2008) และ (5) ความพึงพอใจในอาชีพ จำนวน 5 ข้อ มาตรฐานวัด 7 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 7 = เห็นด้วยมากที่สุด) (Greenhaus, Parasuraman, & Wormley, 1990) ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยวิธี Cronbach's alpha พบว่าค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.89-0.97 จากนั้นตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

(Construct Validity) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis : CFA) พบว่ามีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง โดยพิจารณาโมเดลที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งค่าดัชนีเป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin, และ Anderson, (2010) เมื่อพิจารณาขนาดตัวอย่างน้อยกว่า 250 ขนาดของโมเดลที่มีตัวแปรสังเกตได้น้อยกว่า 30 ค่า p มีนัยสำคัญทางสถิติ CFI หรือ TLI มากกว่า 0.92 และ SRMR รวมถึง RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.08

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติเบื้องต้นที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยเทคนิคการใช้หลักการของค่าประมาณความควรจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood: ML) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป M-plus รวมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ ค่าไคแควร์สัมพัทธ์ ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน (CFI และ TLI) และค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า (RMSEA และ SRMR)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 219 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.70 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.90 สถานภาพโสดร้อยละ 58.90 ทำงานในตำแหน่งระดับปฏิบัติการ (เจ้าหน้าที่) ร้อยละ 81.70 ภาระงานด้านสินเชื่ร้อยละ 71.20 โดยมีหัวหน้าเป็นเพศหญิงร้อยละ 55.30 ดังข้อมูลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (n=219)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	62	28.30
หญิง	157	71.70
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	4.60
ปริญญาตรี	151	68.90
ปริญญาโท	58	26.50
3. สถานภาพ		
โสด	129	58.90
สมรส (อยู่ด้วยกัน)	82	37.40
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	8	3.70

ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (n=219)	ร้อยละ
4. ตำแหน่ง		
ปฏิบัติการ (เจ้าหน้าที่)	179	81.70
หัวหน้างาน	40	18.30
5. ภาระงานที่รับผิดชอบ		
งานการตลาด	59	26.90
งานสินเชื่อ	156	71.20
ไม่ตอบ	4	1.80
6. เพศของหัวหน้างาน		
ชาย	97	44.30
หญิง	121	55.30
ไม่ตอบ	1	.50
รวม	219	100

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามตารางที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้มีค่าอยู่ระหว่าง -0.057 ถึง 0.514 ณ ระดับนัยสำคัญ .01 จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรสังเกตได้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) เนื่องจากไม่มีค่าใดมีความสัมพันธ์กันเกินเกณฑ์มาตรฐาน 0.9

ตารางที่ 2

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficients)

ตัวแปร	Mean	SD	1	2	3	4	5
1. การทำงานทางไกล (TE)	4.60	1.78	(.898)				
2. ความเป็นอิสระในการทำงาน (JA)	3.65	0.86	.514**	(.914)			
3. ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว (WC)	4.41	1.55	.116	-.057	(.959)		
4. ความโดดเดี่ยวในการทำงาน (IS)	2.26	1.10	.222**	.226**	.461**	(.909)	
5. ความพึงพอใจในอาชีพ (CS)	5.34	1.25	.358**	.431**	-.067	.075	(.971)

หมายเหตุ: n = 219, ** p < .01, วงเล็บ คือ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค

ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างของการทำงานทางไกล ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพของพนักงานธนาคาร ผ่านตัวแปรคั่นกลาง 3 ตัว ได้แก่ ความเป็นอิสระในการทำงาน ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว และความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน พบว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติความกลมกลืน ได้แก่ $\chi^2/df = 2.40$, P-value = 0.00, RMSEA = 0.08 CFI = 0.93 TLI = 0.93 และ SRMR = 0.05 ดังนั้นโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของ Hair, Black,

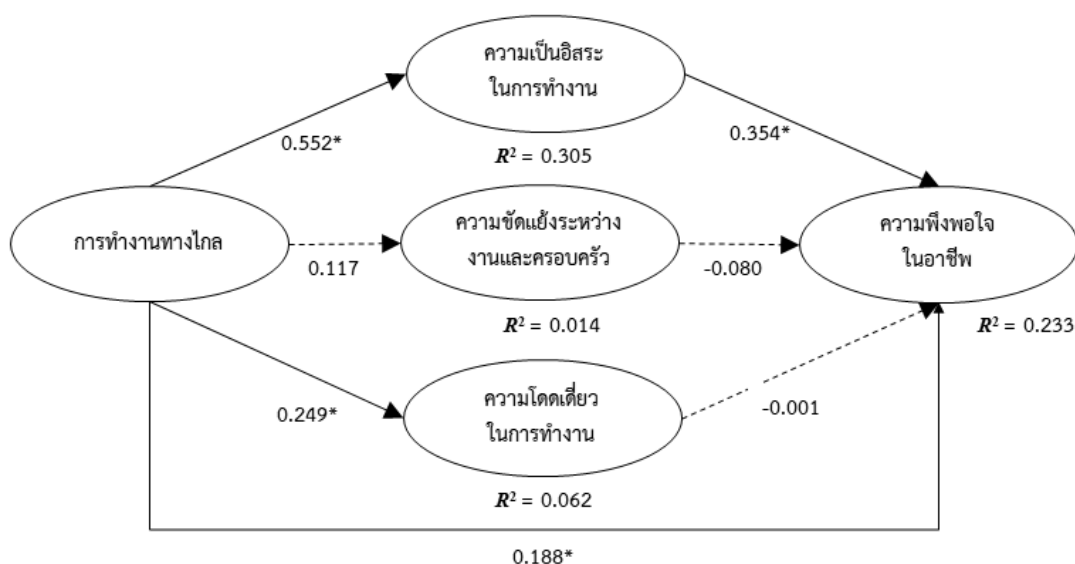
Babin, และ Anderson, (2010) สำหรับค่าอิทธิพลของการทำงานทางไกล ปรากฏตามภาพที่ 1 และตารางที่ 3 ดังนี้

1. การทำงานทางไกล ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = 0.188, p < 0.05$)

2. การทำงานทางไกล ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความมีอิสระในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = 0.552, p < 0.05$) และส่งผลทางอ้อมเชิงบวกต่อความพึงพอใจในอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = 0.195, p < 0.05$)

3. การทำงานทางไกล ไม่ส่งผลต่อความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัวทั้งทางตรง ($b = 0.117, p > 0.05$) และทางอ้อมไปยังความพึงพอใจในอาชีพ ($b = -0.009, p > 0.05$)

4. การทำงานทางไกล ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความโดดเดี่ยวในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = 0.249, p < 0.05$) แต่ไม่ได้ส่งผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจในอาชีพ ($b = 0.000, p > 0.05$)



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model)

หมายเหตุ: เส้นทึบแสดงอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเส้นประแสดงอิทธิพลที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกล ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพของพนักงานธนาคาร ผ่านตัวแปรคั่นกลาง 3 ตัว ได้แก่ ความเป็นอิสระในการทำงาน ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว และความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน พบอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การทำงานทางไกลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความเป็นอิสระในการทำงาน และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน แต่ไม่ได้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจในอาชีพ ดังนั้นจากสมมติฐานในการศึกษายอมรับสมมติฐานที่ 1 คือ การทำงานทางไกลจะ

ทำให้เกิดความเป็นอิสระในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลไปยังความพึงพอใจในอาชีพ และปฏิเสศสมมติฐานที่ 2 และ 3

การทำงานทางไกลของพนักงานธนาคารแผนกสินเชื่อและแผนกการตลาด ด้วยลักษณะงานแล้ว มีความเป็นอิสระในการทำงานอยู่ในระดับมาก สามารถวางแผนการทำงานในการออกพบลูกค้า ควบคุมการทำงานได้ด้วยตนเอง และมีอำนาจการตัดสินใจ ซึ่งการมีความอิสระในการทำงานสูง พนักงานสามารถจัดการภาระงานด้วยวิธีการที่หลากหลาย ทำให้ความพึงพอใจในงานสูงตามไปด้วย (Belias, Koustelios, Sdrolas, & Aspridis, 2015) อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปพนักงานธนาคารมีหน้าที่เฉพาะและลักษณะการทำงานที่แน่นอน ซึ่งเป็นไปตามโครงสร้างการดำเนินงานของธนาคาร ถึงแม้ว่าจะให้อิสระในการทำงานหรือในการตัดสินใจแต่ก็อยู่บนพื้นฐานของคำสั่งหรือกรอบการทำงาน ซึ่งขึ้นอยู่กับแผนการดำเนินงานขององค์กร และลักษณะงาน

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุ

ตัวแปรภายใน	R ²	Effect	ตัวแปรภายนอกเชิงสาเหตุ			
			TE	JA	WC	IS
ความพึงพอใจ ในอาชีพ (CS)	0.233	DE	0.188*	0.354*	-0.080	-0.001
		IE	-	-	-	-
		TE	0.188	0.354	-0.080	-0.001
ความเป็นอิสระ ในการทำงาน (JA)	0.305	DE	0.552*	-	-	-
		IE	0.195*	-	-	-
		TE	0.747	-	-	-
ความขัดแย้ง ระหว่างงานและ ครอบครัว (WC)	0.014	DE	0.117	-	-	-
		IE	-0.009	-	-	-
		TE	0.108	-	-	-
ความโดดเดี่ยว ในการทำงาน (IS)	0.062	DE	0.249*	-	-	-
		IE	0.000	-	-	-
		TE	0.249	-	-	-

หมายเหตุ: DE = Direct Effect, IE=Indirect Effect, TE=Total Effect, *p-value < .05

การทำงานทางไกลไม่ส่งผลต่อความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว ทั้งทางตรงและทางอ้อม ไปยังความพึงพอใจในอาชีพ ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัว คือ ความไม่สอดคล้องของความต้องการที่เกิดจากบทบาทของในการทำงานซึ่งส่งผลกระทบต่อบทบาทภายในครอบครัว จากข้อมูลทั่วไปของประชากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีสถานภาพโสดร้อยละ 60 ประกอบอาชีพพนักงานธนาคารฝ่ายสินเชื่อและฝ่ายการตลาด โดยบริบทงาน คือ การออกพบลูกค้าซึ่งเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติในช่วงเวลาการทำงาน ซึ่งลักษณะงานไม่ได้มีผลกระทบต่อเวลาของครอบครัว หลังเลิกงานพนักงานมีเวลาให้กับครอบครัว เนื่องจากงานในลักษณะนี้ไม่สามารถนำกลับไปทำที่บ้านเป็นหลักได้ ซึ่งไม่ได้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในอาชีพอีกด้วย

ท้ายที่สุด การทำงานทางไกลส่งผลทางบวกต่อความรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน โดยลักษณะการทำงานส่งผลให้การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในที่ทำงานน้อยลง ทำให้ความสัมพันธ์ภายในแผนกไม่ว่าจะเป็นต่อหัวหน้างานหรือต่อเพื่อนร่วมงานลดลง ถึงแม้ว่าการจะมีการติดต่อสื่อสารกันก็ตาม แต่หากไม่ได้เผชิญหน้ากันหรือสร้างความสัมพันธ์กันโดยตรงส่งก็ส่งผลให้ความรู้สึกโดดเดี่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพ ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า องค์กรธนาคารมีระบบการประเมินการทำงานที่ชัดเจนและไม่ส่งผลต่อผู้ที่ทำงานนอกสำนักงานเป็นประจำ

ข้อเสนอแนะ

รูปแบบในการทำงานทางไกลได้เปลี่ยนจากงานเสริมหลังเวลาทำงานปกติไปเป็นงานประจำที่เป็นงานหลัก คนทุกช่วงวัยเริ่มให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นในการทำงานมากกว่าค่าจ้างและการเลื่อนตำแหน่ง (Brumm, 2016) ดังนั้นรูปแบบการทำงานทางไกลจึงได้รับความสนใจ อย่างไรก็ตามการจัดการภาระงานที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงความต้องการในงานและทรัพยากรในการทำงาน (Job Demand-Resources: JD-R) และการจัดการงานที่ยืดหยุ่น Flexible Work Arrangements (FWAs) จึงจำเป็นและสำคัญขององค์กรในการออกแบบงานลักษณะดังกล่าว จากผลการศึกษาขององค์กรควรสนับสนุนให้พนักงานทำงานนอกสถานที่ หรือสามารถทำจากที่บ้าน (Work From Home) ได้ เนื่องจากการให้อิสระในการทำงานส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพ แต่ก็ไม่ควรจะให้อิสระมากเกินไปเพราะอาจทำให้พนักงานรู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงานเพิ่มมากขึ้น และอาจจะส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพได้ในอนาคต รวมถึงการหากลไกในการลดความโดดเดี่ยวของคนทำงานทางไกล โดยการเพิ่มการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ทำงานทางไกล และเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงานร่วมกัน เพื่อลดความเครียดต่องานที่ต้องรับผิดชอบ (Weinert, Maier, & Laumer, 2015) การสื่อสารผ่านทาง Social Media ที่ช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ในกลุ่มคนทำงานอาจทำให้ช่วยลดความโดดเดี่ยวของคนทำงานทางไกล นอกจากนี้องค์กรควรอธิบายลักษณะงาน โครงสร้างการดำเนินงาน รูปแบบการสื่อสารให้ชัดเจน รวมถึงมีระบบบริหารจัดการเพื่อรองรับรูปแบบการทำงานทางไกล (Sardeshmukh, Sharma, & Golden, 2012) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในอาชีพ ซึ่งส่งผลดีต่อองค์กรในอนาคตได้ อย่างไรก็ตามในการศึกษารั้งต่อไปอาจมีการเพิ่มตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) เพื่อหาปัจจัยอื่นๆที่สามารถอธิบายความพึงพอใจในอาชีพของคนทำงานทางไกลได้ เช่น ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน (Job burnout) ความเครียดในการทำงาน (Job stress) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคการผลิต ธนาคารออมสิน, (2560). ธนาคารในยุค Digital มิถุนายน 2560.

สืบค้นจาก <https://www.gsb.or.th>

Belias, D., Koustelios, A., Sdrolas, L., & Aspridis, G. (2015). Job satisfaction, role conflict and autonomy of employees in the Greek banking organization. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175 (12), 324-333.

Breaugh, J. A. (1999). Further investigation of the work autonomy scales: Two studies. *Journal of Business and Psychology*, 13 (3), 357-373.

Brumm, F. (2016). Telework is work: Navigating the new normal. *Cornell HR Review*, 1-7.

-
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology, 86* (3), 499-512.
- Edwards, J. R., & Rothbard, N. P. (2000). Mechanisms linking work and family: Clarifying the relationship between work and family constructs. *Academy of Management Review, 25* (1), 178-199.
- Elshaiekh, N. E. M., Hassan, Y. A. A., & Abdallah, A. A. A. (2018). The impacts of remote working on workers performance. In *2018 International Arab Conference on Information Technology (ACIT)* (pp. 1-5). IEEE.
- Gajendran, R. S., & Harrison, D. A. (2007). The good, the bad, and the unknown about Telecommuting: Meta-analysis of psychological mediators and individual consequences. *Journal of Applied Psychology, 92* (6), 1,524-1,541.
- Gallatin, K. A. (2018). *Teleworker Isolation: Possible effects of workplace relationships and support* (Doctoral dissertation). Baker College Flint, Michigan.
- Golden, T. D., Veiga, J. F., & Dino, R. N. (2008). The impact of professional isolation on teleworker job performance and turnover intentions: Does time spent teleworking, interacting face-to-face, or having access to communication-enhancing technology matter?. *Journal of Applied Psychology, 93* (6), 1,412-1,421.
- Gözükara, İ., & Çolakoğlu, N. (2016). The mediating effect of work family conflict on the relationship between job autonomy and job satisfaction. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 229*, 253-266.
- Greenhaus, J. H., Parasuraman, S., & Wormley, W. M. (1990). Effects of race on organizational experiences, job performance evaluations, and career outcomes. *Academy of Management Journal, 33* (1), 64-86.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. and Black, W. (1998). *Multivariate data analysis* (5th Edition). Prentice Hall, New Jersey.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). NJ: Prentice Hall.
- Judge, T. A., Heller, D., & Mount, M. K. (2002). Five-factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology, 87* (3), 530.
- Lounsbury, J. W., Loveland, J. M., Sundstrom, E. D., Gibson, L. W., Drost, A. W., & Hamrick, F. L. (2009). An investigation of personality traits in relation to career satisfaction. *Journal of Career Assessment, 11* (3), 287-307.
- Marketingoop. (2018). ไม่ใช่แค่วัยรุ่นที่ต้องการอิสระ! ผลสำรวจชี้คนยุคดิจิทัลชอบทำงานนอกสถานที่เพื่อไลฟ์สไตล์เข้างานเช้า-เย็น. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/digital-life/workers-like-to-work-outside-the-office/>
- Marshall, G. W., Michaels, C. E., & Mulki, J. P. (2007). Workplace isolation: Exploring the construct and its measurement. *Psychology & Marketing, 24* (3), 195-223.

-
- Narayanan, L., Menon, S., Plaisent, M., & Benard, P. (2017). Telecommuting: The work anywhere, anyplace, anytime organization in the 21st century. *Journal of Marketing and Management*, 8 (2), 47.
- Netemeyer, R. G., & Boles, J. S. (1996). Development and validation of work-family conflict and family-work conflict scales. *Journal of Applied Psychology*, 81 (4), 400–410.
- Ng, T. W., Eby, L. T., Sorensen, K. L., & Feldman, D. C. (2005). Predictors of objective and subjective career success: A metaanalysis. *Personnel Psychology*, 58 (2), 367-408.
- Osibanjo, A. O., Kehinde, O. J., & Abiodun, A. J. (2012). Human resource management and employee job satisfaction: Evidence from the Nigerian banking industry. *Journal of Economics and Business Research*, (1), 17-32.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology* 25 (1), 54–67.
- Sardeshmukh, S. R., Sharma, D., & Golden, T. D. (2012). Impact of telework on exhaustion and job engagement: A job demands and job resources model. *New Technology, Work and Employment*, 27 (3), 193-207.
- Schaufeli, W. B. (2017). Applying the job demands-resources model. *Organizational Dynamics*, 2 (46), 120-132.
- Shockley, K. M., & Allen, T. D. (2007). When flexibility helps: Another look at the availability of flexible work arrangements and work-family conflict. *Journal of Vocational Behavior*, 71 (3), 479–493.
- Tavares, A. I. (2017). Telework and health effects review. *International Journal of Healthcare*, 3 (2), 30-36.
- The Guardian. (2020). Zoom is malware’: why experts worry about the video conferencing platform From <https://www.theguardian.com/technology/2020/apr/02/zoom-technology-security-coronavirus-video-conferencing>
- Tremblay, D.G., Paquet, R., & Najem, E. (2006). Telework: A way to balance work and family or an increase in work-Family conflict? *Canadian Journal of Communication*, 31 (3), 715–731.
- Tremblay, D.-G., & Genin, É. (2007). The Demand for telework of IT self-employed workers. *The Journal of E-Working*, 1, 1-18.
- VandenBroeck, A., Vansteenkiste, M., DeWitte, H., Soenens, B., & Lens, W. (2010). Capturing autonomy, competence, and relatedness at work: Construction and initial validation of the Work-related Basic Need Satisfaction scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83 (4), 981–1002.

Weinert, C., Maier, C., & Laumer, S. (2015). Why are teleworkers stressed? An empirical analysis of the causes of telework-enabled stress. *Proceedings 12th International Conference on Wirtschaftsinformatik* (pp.1407-1421). Osnabrück: Germany.

การประเมินความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติมาใช้ในการ
ธุรกิจธนาคารพาณิชย์: กรณีศึกษา ธนาคารเอบีซี สายงานปฏิบัติการ

Evaluation of Prospective Competitive Advantages from Adopting a
Robotic Process Automation in Thai Commercial Bank: A Case Study of
ABC Bank Operation Group

ชนันธร สรณูรักษ์ Chananthorn Sorannurak¹

ศิรินุช ลอยกุลนันท์ Sirinuch Loykulnanta²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมทั้งสถานการณ์
ทางการแข่งขันของธนาคารเอบีซี ก่อนนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติมาใช้ และประเมินความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันที่คาดว่าจะได้รับหลังใช้งานระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติ ประกอบด้วย ความได้เปรียบ
ทางด้านต้นทุน การสร้างคุณภาพ นวัตกรรม การปฏิบัติงาน และความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า
เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหาร จำนวน 5 ท่าน
และพนักงานกลุ่มศักยภาพ จำนวน 7 ท่าน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติ และ
ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการตีความสร้างข้อสรุป

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันรุนแรงทั้งจากคู่แข่งรายเดิมและคู่แข่ง
รายใหม่ข้ามอุตสาหกรรม มีผลิตภัณฑ์และบริการทดแทนที่หลากหลาย และลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง
ดังนั้น ธนาคารเอบีซีจึงต้องนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติเข้ามาใช้ในการแก้ปัญหาความล่าช้าที่เกิดจาก
ระเบียบการปฏิบัติงานภายใน โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่ไม่เพียงพอ และกระบวนการภายในที่
ซับซ้อน เป็นการใช้โอกาสกำจัดจุดอ่อน และใช้ในการพัฒนากระบวนการขยายฐานลูกค้าจากโครงการ
ภาครัฐในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน เป็นการใช้จุดแข็งซึ่งความได้เปรียบจากโอกาส หลังจากที้นำระบบ
ซอฟต์แวร์อัตโนมัติเข้ามาใช้งานแล้วคาดว่า ธนาคารเอบีซีจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้นทั้ง
4 ด้าน ได้แก่ ต้นทุน คุณภาพ นวัตกรรม และความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า และหากธนาคารเอบี
ชีวางตำแหน่งของระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับกลยุทธ์ธนาคาร รวมทั้งไม่
หยุดพัฒนา จะทำให้ธนาคารเอบีซีมีความสามารถทางเทคโนโลยี นำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน
เหนือคู่แข่งได้ในที่สุด

คำสำคัญ: ระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธนาคารพาณิชย์

Abstract

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: charin.som@gmail.com

² ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: sirinuch.l@psu.ac.th

This research aims to analyze the SWOT and competitive situation of ABC bank before applying the Robotic Process Automation (RPA) and evaluate the competitive advantage. consisting of cost advantage, quality creation, innovation in operations, and quick responding, after applied. In-depth interview and observation samples that related to RPA project, 5 executives and 7 high potential employees, were used to collect data after which content analysis to comply the conclusions.

The result found that applying the RPA, the commercial banking business is highly competitive with both internal competitors and new competitors across industries, various substitute products and services and high bargaining power of customers. Therefore, ABC Bank has to adopt RPA regarded as an opportunity to eliminate weaknesses, solving the delay from strict internal regulations, poor IT infrastructure and systems, and the complexity of internal operation processes as well as enhancing strengths by opportunities which adopt RPA improve processes of government project's customer expanding based on supply chain business model. After applying RPA it is expected that ABC Bank will gain more competitive advantage overall 4 areas, consisting of cost advantage, quality creation, innovation in operations, and quick responding. Moreover, If ABC Bank place the RPA to a suitable positioning, relate to the business strategies and create dynamic development, ABC Bank will be technological capable and gain competitive advantage over their competitors.

Keywords: Robotic Process Automation, Competitive Advantage, Commercial Bank

บทนำ

หลังจากที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบายประเทศไทย 4.0 เทคโนโลยีมีบทบาทต่อธุรกิจไทยเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการที่ภาคธุรกิจนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาใช้ถึงร้อยละ 76.93 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์, 2562) ในงานด้านบริการลูกค้า สำหรับงานด้านสนับสนุน มีลักษณะเป็นงานที่ต้องทำซ้ำ ๆ เมื่อเกิดข้อผิดพลาดมักจะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ งานด้านสนับสนุนจึงถูกมองว่ามีต้นทุนการดำเนินงานสูง ซึ่ง Willcock et al. (2015) ได้กล่าวว่า วิธีการหนึ่งที่จะเปลี่ยนงานด้านสนับสนุนให้มีผลการดำเนินงานสูงขึ้นคือ การใช้ระบบอัตโนมัติ และระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติถือเป็นเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานของระบบอัตโนมัติ จากการค้นคว้าพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำหรับงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นงานวิจัยในมุมมองทางด้านสังคมศาสตร์

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันรุนแรงและอยู่ในกระแสของการทำลายล้าง (Disruption) ทำให้ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่หันมาลงทุนในทรัพยากรทางเทคโนโลยีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติเป็นทรัพยากรทางเทคโนโลยีหนึ่งที่ธนาคารพาณิชย์ชั้นนำได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีฯ และธนาคารกรุงเทพ นำมาใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 ในขณะที่ธนาคารเอปซี ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ในอันดับที่ 3 มีโครงการนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติมาใช้

ช่วงกลางปี พ.ศ. 2563 จึงยังไม่สามารถสรุปได้ว่าระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เช่นเดียวกับคู่แข่งหรือไม่

ดังนั้น จึงต้องวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันในปัจจุบันของธนาคารเอปียีก่อนที่จะนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติมาใช้ โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ผ่านการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (Friesner, 2011) รวมทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในระดับอุตสาหกรรมผ่านการวิเคราะห์แบบจำลองผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Analysis) (Porter, 2008) ซึ่งจะช่วยให้ธนาคารเอปียสามารถนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติไปใช้งานเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมทั้งสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธนาคารเอปียีก่อนที่จะนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติมาใช้ และประเมินความได้เปรียบทางการแข่งขันที่คาดว่าจะได้รับจากการนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติใช้งาน

บททวนวรรณกรรม

ระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติ

ระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติ (Robotic Process Automation: RPA) หมายถึง ระบบซอฟต์แวร์ที่สามารถลอกเลียนแบบการทำงานของมนุษย์ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะงานที่มีข้อมูลจำนวนมาก ซ้ำ ๆ ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องอาศัยทักษะในการเขียนโปรแกรม สามารถเข้าถึงระบบงานทางคอมพิวเตอร์ที่หลากหลาย อ่านค่าไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ได้หลายประเภท ทำงานได้ 24 ชั่วโมงไม่มีวันหยุด สามารถเก็บข้อมูลและส่งต่อข้อมูลไปยังผู้รับผิดชอบได้โดยอัตโนมัติ

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View)

Barney (1991) กล่าวว่า ทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งอย่างยั่งยืนนั้น ต้องเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบได้ยาก และ ทดแทนได้ยาก

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถของบริษัทที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการดำเนินงานได้โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ซึ่งจะทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าคู่แข่งในระยะยาว (Porter, 2008) และจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Friesner (2011), Gurel & Tat (2017) และ Porter (2008) พบว่า เครื่องมือที่นิยมใช้ในการประเมินความได้เปรียบทางการแข่งขันอันเป็นปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจและอุตสาหกรรม ได้แก่

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT Analysis) ใช้สำหรับประเมินขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับธุรกิจ ประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ได้แก่ (1) จุดแข็ง (Strengths) เป็นคุณสมบัติที่ทำให้องค์กรมีเหนือคู่แข่ง ดีกว่าคู่แข่ง หากสามารถนำมาใช้สร้างคุณค่าให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะทำให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้ และ (2) จุดอ่อน (Weaknesses) เป็นข้อเสียหรือจุดด้อยขององค์กร ที่อาจจะทำให้องค์กรเสียเปรียบหรือพ่ายแพ้ในการแข่งขันกับคู่แข่งได้

1.2 ปัจจัยภายนอก (External Factors) ได้แก่ (1) โอกาส (Opportunities) เป็นสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ หากสามารถใช้โอกาสได้ก่อนหรือใช้ได้ดีกว่าก็จะมีรายได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่า และ (2) อุปสรรค (Threats) เป็นสถานการณ์หรือเงื่อนไขที่อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจ หรือเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. การวิเคราะห์แบบจำลองผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Analysis) ใช้สำหรับประเมินสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในระดับอุตสาหกรรม ประกอบด้วย

2.1 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants) คู่แข่งรายใหม่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดการแย่งชิงทรัพยากร ลูกค้า รวมทั้งส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นองค์กรจะต้องหาวิธีสร้างความเข้มแข็งเพื่อป้องกันการเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งรายใหม่

2.2 อำนาจต่อรองของผู้ขายหรือผู้จัดหาปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers) ผู้ขายหรือผู้จัดหาปัจจัยการผลิตมีผลต่อต้นทุน คุณภาพ และปริมาณการผลิตสินค้าและบริการ ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการเจรจาต่อรองกับผู้ขายหรือผู้จัดหา เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.3 อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อหรือลูกค้า (Bargaining Power of Buyers) สินค้าและบริการที่อยู่ในตลาดที่มีผู้ขายหลายราย ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทำให้ผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาสูง ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าจะส่งผลทั้งต่อรายได้และต้นทุนของกิจการ

2.4 ภัยคุกคามจากสินค้าที่ทดแทนกันได้ (Substitute Products) สินค้าและบริการมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เมื่อใดก็ตามที่มีสินค้าที่คุณลักษณะเหมือนกัน หรือ สามารถใช้ทดแทนกันได้ จะทำให้ศักยภาพในการทำกำไรของสินค้าลดลงทันที

2.5 ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (The Intensity of Rivalry among Competitors) ในแต่ละอุตสาหกรรมล้วนมีคู่แข่งรายเดิมหรือคู่แข่งหลักอยู่ ซึ่งองค์กรใดมีความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงว่าย่อมสามารถทำกำไรได้มากกว่าคู่แข่ง

จากการศึกษางานวิจัยของ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล (2560) ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา (2561) และ Otieno, A. V. (2010) พบว่า ตัวชี้วัดที่สำคัญด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย

1. ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่หลากหลายมาผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการวัดผลด้านต้นทุนเปรียบเทียบกับผลิตผลที่ได้

2. คุณภาพ (Quality) หมายถึง การจัดการกระบวนการที่ถูกต้อง เป็นไปตามข้อกำหนด มีมาตรฐาน ตรงตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร

3. นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดจากการคิดค้น สร้างสรรค์ และสามารถนำไปสร้างคุณค่าให้กับองค์กรได้

4. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การที่องค์กรสามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงเวลา และตรงต่อความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า

โดยงานวิจัยของ Otieno, A. V. (2010) ที่พบว่า เทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม ถือเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธนาคารพาณิชย์ในประเทศเคนย่า เนื่องจากมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน คุณภาพของสินค้าและบริการ ช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลิตผล

ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน ทำให้สามารถตอบสนองลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น นำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ Huang et al. (2015) ได้นำเสนอแนวคิดที่ว่า บริษัทที่มีการวางตำแหน่งทางทรัพยากรด้านเทคโนโลยี จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนกว่าคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wernerfelt (1984) ที่กล่าวว่า การวางตำแหน่งของทรัพยากรทางด้านเทคโนโลยีที่ดีจะช่วยสร้างอุปสรรคต่อการเข้ามาใหม่ของคู่แข่ง รวมทั้ง Lin (2007) และ Ringim et al. (2012) ที่มีแนวคิดตรงกันคือ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างมากต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท นำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กร ในขณะที่ Barney (1991) นำเสนอแนวคิดที่แตกต่างออกไปคือ เทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนทางกายภาพไม่ได้รวมอยู่ในคุณสมบัติที่ลอกเลียนแบบได้ยาก การมีเทคโนโลยีทางกายภาพถือเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ไม่ยั่งยืน แต่การมีเทคโนโลยีทางกายภาพที่ซับซ้อนและสามารถใช้ให้ซับซ้อนจนไม่มีใครลอกเลียนแบบได้ จึงจะถือได้ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการนำ RPA มาใช้ในธนาคารเอบีซี สายงานปฏิบัติการ เก็บตัวอย่างได้ทั้งสิ้น 12 ท่าน ประกอบด้วยผู้บริหารที่เป็นผู้รับผิดชอบโครงการ RPA จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ จำนวน 2 ท่าน ผู้อำนวยการฝ่าย จำนวน 1 ท่าน และรองผู้อำนวยการฝ่าย ผู้บริหารที่มีย่อย จำนวน 2 ท่าน และพนักงานกลุ่มศักยภาพ จำนวน 7 ท่าน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview Form) ที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง (Item-Objective Congruence Index: IOC.) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ได้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.80 เก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีตัวอย่างคำถามที่สำคัญ อาทิ ท่านคิดว่าธนาคารเอบีซีมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคอย่างไร ท่านคิดว่าระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติจะสร้างความได้เปรียบทางด้านต้นทุน คุณภาพนวัตกรรม การปฏิบัติงาน และความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้าให้กับธนาคารเอบีซีได้หรือไม่ อย่างไร เป็นต้น ทดสอบความเชื่อมั่นได้ตรวจสอบความสอดคล้องแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) คือ การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในเวลาที่แตกต่างกัน และในสถานที่ที่ต่างกัน นอกจากนี้ยังใช้การสังเกต (Observation) เก็บข้อมูลจากการประชุมติดตามโครงการ ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร สถิติและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Methodological Triangulate) หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาจัดระเบียบข้อมูล (Data Organization) และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อตีความสร้างข้อสรุป

ผลการศึกษาและอภิปรายผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานขององค์กรและอุตสาหกรรม

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT Analysis)

1.1.1 จุดแข็ง (Strengths) พบว่า การเป็นธนาคารพาณิชย์ของรัฐ เป็นจุดแข็งที่สุดของธนาคารเอบีซี เนื่องจากธนาคารเอบีซี มีกองทุนฟื้นฟูสถาบันการเงินเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ดำเนินธุรกิจสนองนโยบายของรัฐบาล รองลงมาคือ พนักงานรักองค์กร สอดคล้องกับผลสำรวจความมุ่งมั่นผูกพันองค์กรตั้งแต่ปี พ.ศ.2558-2562 ที่อยู่ในระดับสูงมากมาโดยตลอด (ธนาคารกรุงไทย, 2563) และจุดแข็งประการสุดท้าย ซึ่งมี

เฉพาะผู้บริหารเท่านั้นที่เห็นว่า ธนาคารมีกรรมการผู้จัดการใหญ่ที่มีวิสัยทัศน์และมีความสามารถ เนื่องจากผู้บริหารจะปฏิบัติงานและประชุมรับนโยบายต่าง ๆ มาจากกรรมการผู้จัดการใหญ่โดยตรงเป็นประจำ และยังสะท้อนมาจากผลการดำเนินงานของธนาคารที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า การมีระเบียบปฏิบัติงานภายในที่เข้มงวด เป็นจุดอ่อนที่สุดของธนาคารเอปียี เนื่องจากธนาคารเอปียีมีระเบียบและข้อบังคับที่อิงกับราชการ ทำให้ตัดสินใจช้ากว่าคู่แข่ง รองลงมาคือ ระบบงานและโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่ยังไม่เพียงพอ ทำให้ระบบล่มบ่อยครั้ง สอดคล้องกับข้อมูลสถิติระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขัดข้องของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในปี พ.ศ.2562 ที่พบว่า ระบบการให้บริการของธนาคารเอปียีเกิดขัดข้องมากที่สุดถึง 15 ครั้ง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) จุดอ่อนต่อมาคือ การมีช่องว่างระหว่างวัยสูง ธนาคารเอปียีมีพนักงานที่มีอายุเฉลี่ยมากกว่า 50 ปี มากกว่าร้อยละ 50 ที่ยึดติดอยู่กับความสำเร็จในอดีต และกลัวความเสี่ยง ทำให้ธนาคารมีปัญหาเรื่องการจัดการการเปลี่ยนแปลง จุดอ่อนอีกประการหนึ่งคือ กระบวนการภายในที่ซับซ้อน เนื่องจากธนาคารเอปียีมีโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่ บางหน่วยงานมีหน้าที่ความรับผิดชอบซ้ำซ้อนกัน และจุดอ่อนประการสุดท้ายคือ จำนวนพนักงานไม่สอดคล้องกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทำให้พนักงานไม่สามารถจดจำข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ทั้งหมด

1.1.3 โอกาส (Opportunities) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ถือเป็นโอกาสที่สำคัญที่สุดของธนาคารพาณิชย์ไทย ทุกธนาคารสามารถลงทุนนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการทำธุรกิจ ช่วยให้ทำงานง่ายขึ้นและลดต้นทุนให้กับธนาคาร รองลงมาคือ การทำธุรกิจแบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ช่วยขยายฐานลูกค้าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่าการหาลูกค้ารายใหม่ และโอกาสประการสุดท้ายคือ กฎหมายที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจธนาคาร อาทิ พ.ร.บ.หลักประกันทางธุรกิจที่ลูกค้าสามารถนำหลักทรัพย์มาจดทะเบียนแบบออนไลน์กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อขอสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์ได้ หรือกฎหมายดิจิทัลต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสให้ธนาคารพาณิชย์สามารถพัฒนาแพลตฟอร์ม เพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและสะดวกขึ้น เป็นต้น

1.1.4 อุปสรรค (Threats) ระเบียบข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดของธนาคารพาณิชย์ ระยะเวลา 1-2 ปีที่ผ่านมา มีระเบียบกฎหมายใหม่ๆ มากมาย อาทิ มาตรการกำหนดสัดส่วนเงินให้สินเชื่อ(LTV.) ระบบการชำระเงินแห่งชาติ (National e-Payment) มาตรฐานทางบัญชีใหม่ IFRS9 เป็นต้น อุปสรรครองลงมาคือ คู่แข่งรายใหม่ คู่แข่งของธนาคารพาณิชย์นอกจากสถาบันการเงินแล้ว ยังมีคู่แข่งรายใหม่ข้ามอุตสาหกรรม อาทิ ธุรกิจสตาร์ทอัพเทคโนโลยีทางการเงิน การค้าอิเล็กทรอนิกส์ และร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น คู่แข่งเหล่านี้มีต้นทุนและการกำกับดูแลที่น้อยกว่าธนาคารพาณิชย์มาก อุปสรรคต่อมาคือ มิจนาศีพและความปลอดภัยไซเบอร์ จากข้อมูลภัยทางการเงินของศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงินธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ถูกแอบอ้างหลอกลวงมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ (1) เงินฝาก/โอน/เช็ค (2) บัตรเครดิต และ (3) สินเชื่อ และอุปสรรคประการสุดท้ายคือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะทางด้านดิจิทัล สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาดแรงงานในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ.2560-2564 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) ที่พบว่า อาชีพที่ตลาดแรงงานมีความต้องการมากที่สุด คือ ผู้ควบคุมเครื่องจักรและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

1.2 การวิเคราะห์แบบจำลองพลังกดดัน 5 ประการ (Five Forces Analysis)

1.2.1 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants) หากวิเคราะห์แบบผิวเผินจะพบว่า การเกิดคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ค่อนข้างทำได้ยาก เนื่องจากต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก รวมทั้งต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ภาครัฐกำหนด อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์อุปสรรคพบว่า ธนาคารพาณิชย์กำลังเผชิญกับภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพกลุ่มเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech.) กลุ่มโทรคมนาคม (Telco.) กลุ่มธุรกิจการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจอื่น ๆ ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนของธนาคารพาณิชย์ (Banking Agent) รวมทั้งสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) เป็นต้น

1.2.2 อำนาจต่อรองของผู้ขายหรือผู้จัดหา (Bargaining Power of Suppliers) ธนาคารพาณิชย์จะต้องปฏิบัติตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อเป็นองค์กรที่มีความโปร่งใสตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์มีอำนาจต่อรองต่อผู้ขายหรือผู้จัดหาไม่มากนัก อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติธนาคารพาณิชย์มีอำนาจต่อรองมากกว่าผู้ขายหรือผู้จัดหา เนื่องจากธุรกิจธนาคารพาณิชย์ มีเงินทุนและมีความน่าเชื่อถือ และพยายามลดต้นทุนลงด้วยวิธีต่าง ๆ อาทิ การรวมศูนย์เพื่ออาศัยประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด การซื้อกิจการ การจัดตั้งบริษัทในเครือ รวมทั้งการจับมือเป็นพันธมิตรกับผู้จัดหารายใหญ่ เป็นต้น

1.2.3 อำนาจต่อรองของลูกค้าหรือผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers) ปัจจุบันลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูงกว่าธนาคารพาณิชย์มาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารพาณิชย์ถูกกำกับดูแลอย่างเข้มงวด เพื่อความยุติธรรมต่อลูกค้า ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมทางการเงิน เลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินได้ง่ายและสะดวก รวดเร็วขึ้น ลูกค้าจึงมีต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการต่ำ (Low Switching Cost) และสามารถตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงการใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ได้อย่างรวดเร็ว

1.2.4 ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ (Substitute Products) ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถทดแทนได้จำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางด้านเงินฝาก อาทิ เงินฝากที่มีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ลูกค้าก็เปลี่ยนไปลงทุนในตราสารทางการเงินที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า เช่น พันธบัตร กองทุน หุ้น หรือ การลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ทองคำ อสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น กรณีของสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ ก็จะมีการระดมทุนประเภทอื่น ๆ อาทิ การกู้ยืมระหว่างบุคคลผ่านแพลตฟอร์ม (P2P Lending) การออกตราสารหนี้ หรือ ตราสารทุน รวมทั้งการระดมทุนผ่านเทคโนโลยีทางการเงินในรูปแบบใหม่ เช่น Crowdfunding เป็นต้น

1.2.5 ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน (The Intensity of Rivalry among Competitors) ธุรกิจธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันที่รุนแรงในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็น จำนวนคู่แข่ง อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ลดลง ต้นทุนที่สูงขึ้น ผลิตภัณฑ์และบริการ รูปแบบสาขาหรือช่องทางการจัดจำหน่าย รายการส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่หลากหลาย

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานขององค์กรและอุตสาหกรรมกับกลยุทธ์การนำ RPA มาใช้

จากการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานขององค์กรและอุตสาหกรรม ชี้ให้เห็นว่า ธนาคารเอปซีจุดแข็งที่สำคัญคือการเป็นธนาคารพาณิชย์ของรัฐ และมีโอกาสที่สำคัญคือ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการทำธุรกิจโดยอาศัยห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนมีจุดอ่อนที่สำคัญคือ การมีระเบียบปฏิบัติงานภายใน

ที่เข้มงวด ระบบงานและโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีที่ยังมีไม่เพียงพอ และกระบวนการภายในที่ซับซ้อน ทำให้เกิดความล่าช้าทั้งการตัดสินใจ กระบวนการปฏิบัติงานภายในและกระบวนการให้บริการลูกค้า ดังนั้น ธนาคารเอปซีจึงควรใช้กลยุทธ์ การใช้โอกาสเพื่อกำจัดจุดอ่อน (WO) และการใช้จุดแข็งซึ่งความได้เปรียบจากโอกาส (SO) โดยนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติเข้ามาช่วยในการแก้ปัญหาความล่าช้าที่เกิดจากระเบียบการปฏิบัติงานภายในที่เข้มงวด ระบบงานและโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอ และกระบวนการภายในที่ซับซ้อน ตลอดจนนำเอาระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติไปใช้พัฒนากระบวนการในการขยายฐานลูกค้าจากโครงการของภาครัฐในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และจากการที่ธุรกิจธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันที่รุนแรงทั้งจากคู่แข่งรายเดิมและจากคู่แข่งรายใหม่ข้ามอุตสาหกรรม มีสินค้าและบริการทดแทนที่หลากหลาย และลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง แสดงให้เห็นว่า ธนาคารเอปซีมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำเอาระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติเข้ามาใช้เพื่อความอยู่รอดและเพื่อสร้างความสามารถทางเทคโนโลยีอันจะนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้ในอนาคต

3. ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่คาดว่าจะได้รับหลังจากที่นำ RPA มาใช้

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การนำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติมาใช้คาดว่าจะธนาคารเอปซีจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้นทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ด้านการสร้างคุณภาพ ด้านนวัตกรรมการปฏิบัติงาน และด้านความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Otieno, A., V. (2010) ที่พบว่า เทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม ถือเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธนาคารพาณิชย์ในประเทศเคนยา โดยมีผลต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ ช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลิตผล ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน และสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น นำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า

นอกจากนั้น หากธนาคารเอปซีสามารถวางตำแหน่งของ RPA ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางด้านต้นทุน (Cost Leadership) กลยุทธ์ด้านความแตกต่าง (Differentiated Strategy) หรือกลยุทธ์ด้านการตอบสนองลูกค้า (Quick Responding) และไม่หยุดที่จะพัฒนา จะส่งผลให้ธนาคารเอปซีมีต้นทุนต่ำ มีกระบวนการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพขึ้น มีนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับองค์กร และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อันจะนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งทั้งคู่แข่งรายเดิมและคู่แข่งรายใหม่ข้ามอุตสาหกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang et al. (2015) ที่พบว่า บริษัทที่มีการวางตำแหน่งทางทรัพยากรด้านเทคโนโลยีที่ดีจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนกว่าคู่แข่ง งานวิจัยของ Ringim et al. (2012) และ Lin (2007) ที่พบว่าความสามารถทางด้านเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง นำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร แตกต่างจากงานวิจัยของ Barney (1991) ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนทางกายภาพไม่ได้รวมอยู่ในคุณสมบัติที่ลอกเลียนแบบได้ยาก แต่ถ้าบริษัทมีทั้งเทคโนโลยีทางกายภาพที่ซับซ้อนและสามารถใช้ให้เกิดความซับซ้อนจนไม่มีใครลอกเลียนแบบได้ จึงจะทำให้เทคโนโลยีดังกล่าวสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ตามทฤษฎีฐานทรัพยากร

สรุปผลการวิจัย

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันรุนแรงทั้งจากคู่แข่งรายเดิมและคู่แข่งรายใหม่ข้ามอุตสาหกรรม มีสินค้าและบริการทดแทนที่หลากหลาย และลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง ดังนั้น เพื่อความอยู่

รอด ธนาคารเอปียีจึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำเอาระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติเข้ามาใช้ในการสร้างความสามารถทางเทคโนโลยี ถือเป็นการใช้โอกาสเพื่อปรับปรุงหรือกำจัดจุดอ่อน (WO) กล่าวคือ นำระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติมาใช้ในการแก้ปัญหาความล่าช้าที่เกิดจากระเบียบการปฏิบัติงานภายในที่เข้มงวด ระบบงานและโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่ไม่เพียงพอ และกระบวนการภายในที่ซับซ้อน ตลอดจนใช้จุดแข็งซึ่งความได้เปรียบจากโอกาส (SO) กล่าวคือ นำเอาระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติไปใช้พัฒนากระบวนการในการขยายฐานลูกค้าจากโครงการของภาครัฐในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) จะทำให้ธนาคารเอปียีสามารถสร้างอุปสรรคต่อคู่แข่งรายเดิมและรายใหม่ นำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ พบว่า หลังจากที่ธนาคารเอปียีนำ RPA มาใช้ในสายงานปฏิบัติการ คาดว่าจะทำให้ธนาคารเอปียีจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้นทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ด้านการสร้างคุณภาพ ด้านนวัตกรรมการปฏิบัติงาน และด้านความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า โดยคาดว่าระบบซอฟต์แวร์อัตโนมัติจะช่วยลดต้นทุน ลดข้อผิดพลาด สร้างนวัตกรรม และสร้างความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า ได้ทันต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้ เนื่องจากการนำ RPA มาใช้ในธนาคารเอปียี ถือเป็นการสร้างความสามารถทางเทคโนโลยี หากธนาคารเอปียีสามารถวางตำแหน่งของ RPA ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับกลยุทธ์ในระดับธุรกิจขององค์กร จะยิ่งส่งผลให้ธนาคารเอปียีมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้ แต่ไม่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดจากเทคโนโลยีทางกายภาพที่ซับซ้อนไม่ได้รวมอยู่ในคุณสมบัติของทรัพยากรที่มีค่า หายาก ลอกเลียนแบบได้ยาก และทดแทนได้ยาก ตามทฤษฎีฐานทรัพยากร

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ธนาคารเอปียีสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการเป็นธนาคารพาณิชย์ของรัฐ ดำเนินธุรกิจสนองนโยบายของรัฐบาล ร่วมกับโอกาสจากการดำเนินธุรกิจลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) รวมทั้งลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและความปลอดภัยให้มากขึ้น เพื่อจะได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และป้องกันปัญหาเรื่องมิฉฉาชีพ รวมถึงแก้ปัญหาด้านการใช้งานและการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ตลอดจนกำหนดนโยบายด้านจัดการการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรและโครงสร้างองค์กรใหม่ ให้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว ตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ธนาคารเอปียีควรให้ความสำคัญกับการดำเนินโครงการ RPA อย่างจริงจัง เพื่อให้โครงการ RPA ประสบความสำเร็จและสามารถกำจัดจุดอ่อนในเรื่องของความล่าช้าต่าง ๆ ที่เกิดจากระเบียบการปฏิบัติงานภายในที่เข้มงวด ระบบงานและโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่ไม่เพียงพอ และกระบวนการภายในที่ซับซ้อน

3. ธนาคารเอปียีควรวางตำแหน่งของการนำ RPA ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับกลยุทธ์ในระดับธุรกิจขององค์กร เนื่องจากการวางตำแหน่งของทรัพยากรที่ีจะช่วยสร้างอุปสรรคต่อการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ และหากสามารถนำ RPA ไปบูรณาการใช้ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่อื่น ๆ สร้างความซับซ้อนในการใช้งานและสอดผสานเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรได้อย่างลงตัว ก็จะทำให้ธนาคารเอปียีสามารถใช้ RPA ได้อย่างมีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบได้ยาก และทดแทนได้ยาก ภายใต้พื้นฐานของทฤษฎีฐานทรัพยากร อันจะนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนเหนือคู่แข่งได้ในอนาคต

4. นอกจากการลงทุนด้านเทคโนโลยีแล้ว สิ่งสำคัญที่สุดที่ธนาคารเอบีซีควรให้ความสำคัญ คือ ทุนมนุษย์ เนื่องจากผู้ที่สร้าง ควบคุม เรียนรู้ ตลอดจนคิดค้นวิธีการนำเทคโนโลยีไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดให้ธนาคารก็คือพนักงาน ธนาคารจึงควรส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาพนักงาน ให้มีความรู้ ความสามารถในการใช้ RPA รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่อื่น ๆ จึงจะทำให้ธนาคารมีความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารและพนักงานกลุ่มศักยภาพที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ RPA ของธนาคารเอบีซีเท่านั้น ผู้สนใจสามารถศึกษาในเชิงปริมาณ และใช้กลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ อาทิ พนักงานทั่วไป หรือผู้ที่มีส่วนได้เสียจากการใช้งาน RPA เป็นต้น
2. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบกรณีศึกษาเดียว ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์เท่านั้น ผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาแบบหลายกรณีศึกษา หรือในระดับอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำได้ข้อมูลเปรียบเทียบและได้ผลการศึกษาที่มีความชัดเจน น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น
3. งานวิจัยนี้ศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานขององค์กรและอุตสาหกรรมก่อนที่จะนำ RPA มาใช้ และประเมินความได้เปรียบทางการแข่งขันที่คาดว่าจะได้รับหลังจากใช้ RPA เพียง 4 ด้าน คือ ต้นทุนหรือประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาด้านอื่น ๆ อาทิ ด้านกลยุทธ์ในระดับธุรกิจ หรือ ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. (2562ข). รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยปี 2561 (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง. สืบค้น 7 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.etda.or.th/documents-for-download.html>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562, 27 กันยายน). ไทยพาณิชย์'กำไรขายหุ้น' SCB Life' 1.1 หมื่นล้าน. กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้น 7 เมษายน 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/848831>
- ธนาคารกรุงไทย. (2563). ผลสำรวจความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานของพนักงานปี พ.ศ.2558-2562. สืบค้น 7 เมษายน 2563, จาก <http://www.intranet.ktb/intranet/content.jsp?contentID=099b0f5a80f99ffd&ml1ID=099b0f5a8069aa7d&ml2ID=099b0f5a80c05772&ml3ID=099b0f5a80c0665f&ml4ID=-&isComment=0>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย, ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน. (2563). ข่าวภัยการเงิน: 3 ผลิตภัณฑ์ที่ถูกแอบอ้างเพื่อหลอกลวงมากที่สุด. สืบค้น 7 เมษายน 2563, จาก <https://www.1213.or.th>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย, ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน. (2563). สถิติระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขัดข้องที่กระทบต่อการให้บริการผ่านช่องทางที่สำคัญของธนาคารพาณิชย์ปี พ.ศ.2562. สืบค้น 7 เมษายน 2563, จาก https://www.1213.or.th/th/systemfailedisclosure/Banking%20Service%20Quality_Q4Y2562.pdf

-
- ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา. (2561). การจัดการเทคโนโลยีสะอาดที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนขององค์กรของธุรกิจอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(3), น. 184-196. สืบค้น 9 ธันวาคม 2562, จาก http://grad.vru.ac.th/pdf-journal/Journal%2012_3/14%20ศุภพงษ์%20%20%20ปิ่นเวหา%20184-196.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *การศึกษาแนวโน้มความต้องการตลาดแรงงานในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2560-2564*. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง. สืบค้น 24 มีนาคม 2563, จาก http://eng.rmutsv.ac.th/file/AC/2562_7.pdf
- วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล. (2560). *การพัฒนาทุนมนุษย์และความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจเอกชน* (รายงานผลงานวิจัย). สงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp. 99-120. doi: 10.1016/S0742-3322(00)17018-4
- Friesner, T. (2011, January). History of SWOT Analysis. *ResearchGate*. Retrieved October 27, 2019, from <https://www.researchgate.net/publication/288958760>
- Gurel, E. & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(5), 994-1006. doi: 10.17719/jisr.2017.1832
- Huang, K., Dyerson, R., Wu, L., & Harindranath, G. (2015). From Temporary Competitive Advantage to Sustainable Competitive Advantage. *British Journal of Management*, 26(-), pp. 617-636. doi: 10.1111/1467-8551.12104
- Lin, B. (2007). Information Technology Capability and Value Creation: Evidence from the US Banking Industry. *Technology in Society*, 29(-), pp. 93-106. doi: 10.1016/j.techsoc.2006.10.003
- Otieno, A. V. (2010). *Application of ICT Strategy in Enhancing Competitive Advantage among Commercial Banks in Kenya* (Unpublished master's thesis). School of Business University of Nairobi, Nairobi. Retrieved May 11, 2020, from <https://pdfs.semanticscholar.org/2d19/bbc897475dd3c7e91bf7f7bc7ec64a0ce995.pdf>
- Porter, M. E. (2008, January). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, pp. 24-41. Retrieved October 26, 2019, from www.hbr.org
- Ringim, K. J., Rizalli, M. R., & Hasnan, N. (2012). Moderating effect of Information technology (IT) capability on the relationship between business process reengineering factors and organizational performance of Bank. *African Journal of Business Management*, 6(16), pp. 5551-5567. doi: 10.5897/AJBM11.2792

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(-), pp. 171-180. doi: 10.1002/smj.4250050207

Willcocks, L., Lacity, M., & Craig, A. (2015). The IT Function and Robotic Process Automation. *The Outsourcing Unit Working Research Paper Series*, pp. 1-39. Retrieved May 30, 2019, from http://eprints.lse.ac.uk/64519/1/OUWRPS_15_05_published.pdf

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของพนักงาน สายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา

The Relationships between Learning Organization and Job Satisfaction of Academic Staff: University of Phayao

ชาญชัย พรหมมี

Chanchai Pommi¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับขององค์การเพื่อการเรียนรู้ และ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานสายวิชาการ จำนวน 113 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) ในภาพรวมระดับความคิดเห็นขององค์การเพื่อการเรียนรู้อยู่ในระดับปานกลาง การเรียนรู้เป็นทีมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.18 รองลงมาคือ การมีแบบแผนความคิด วิสัยทัศน์ร่วมขององค์การ การคิดอย่างเป็นระบบ และ ความรอบรู้แห่งบุคคล ตามลำดับ และ (2) การมีแบบแผนความคิด การเรียนรู้เป็นทีม และการคิดอย่างเป็นระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: องค์การเพื่อการเรียนรู้ ความพึงพอใจในงาน พนักงานสายวิชาการ

Abstract

The purpose of quantitative research is to study (1) the level of learning organization and (2) the relationships between learning organization and job satisfaction of academic staff: University of Phayao. Samples are 113 working academic staff by using the stratified random sampling method. Questionnaires used to collect data. Data are analyzed by percentage, average, standard deviation, and multiple linear regression analysis. The results revealed (1) the overall of a learning organization opinion is medium level, team learning had the highest average (4.18), followed by mental model, shared vision, system thinking, and personal mastery, respectively. and (2) mental model, team learning and system thinking had a relationship with overall job satisfaction of academic staff: University of Phayao at statistically significant level 0.05.

Keywords: Learning Organization, Job Satisfaction, Academic Staff

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

E-mail: Chanchai5363@gmail.com

บทนำ

ศตวรรษที่ 21 เป็นศตวรรษแห่งสังคมฐานความรู้ (Knowledge Based Society) เป็นการผสมผสานองค์ความรู้ของพนักงานและความรู้ขององค์กรในการขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้าเพื่อรองรับกับความท้าทายอันยิ่งใหญ่ (สุदारัตน์ ตันติวิวัฒน์, 2556) เช่น การผันผวนของระบบเศรษฐกิจ การขาดเสถียรภาพทางการเมืองและโรคระบาด อีกทั้งระบบการศึกษาในประเทศที่ล้าสมัยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ ดังนั้นสถาบันการศึกษาเป็นองค์การที่มีความสำคัญในการผลิตบุคลากรเพื่อรับใช้สังคมและเป็นแหล่งผลิตองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น การค้นคว้าวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการเรียนรู้ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนทั้งในระดับประเทศและในระดับโลก จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสถาบันการศึกษาที่เป็นแหล่งบ่มเพาะบุคลากรกำลังสำคัญของชาติและเป็นองค์การที่ได้รับการยอมรับนับถืออย่างกว้างขวาง

มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มีอำนาจในการบริหารจัดการอย่างเป็นอิสระจากระบบราชการ เป็นแหล่งรวมสรรพวิชาในด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาศาสตร์กายภาพ และสังคมศาสตร์ เป็นองค์การที่มุ่งเน้นสู่การเป็นมหาวิทยาลัยที่สมบูรณ์แบบ (Comprehensive University) รับผิดชอบต่อสังคมและมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ สมดังปณิธานของมหาวิทยาลัยที่ว่า “ปัญญา เพื่อความเข้มแข็งของชุมชน (Wisdom for Community Empowerment)” การก้าวไปสู่จุดดังกล่าวได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่องค์การจะต้องพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรให้สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สร้างกระบวนการพัฒนาองค์การโดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อประโยชน์ของบุคลากร นิสิตและองค์กรในยุคที่มีการแข่งขันกันด้วยความรู้และปัญญา ปัจจุบันมหาวิทยาลัยพะเยาได้ออกข้อกำหนดค่านิยมร่วมขององค์กร (Organization Core Value) ซึ่งปัจจัยสำคัญของค่านิยมร่วมดังกล่าวคือ การสร้างองค์การให้เป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ (Learning Organization) มีการแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคลากร อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการทำงานเป็นทีม (Team Working) เกิดปัญญารวมหมู่ และคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม สร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร ชุมชนและประเทศชาติ (มหาวิทยาลัยพะเยา, 2555)

การพัฒนาองค์การให้เกิดประสิทธิภาพนั้น บุคลากรและนิสิต นักศึกษา ควรได้รับการพัฒนาไปพร้อมกัน ซึ่งในสถาบันอุดมศึกษา คุณภาพของบัณฑิตจะเป็นปัจจัยที่บ่งชี้ว่าสถาบันศึกษานั้นให้ความสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนทั้งในด้านองค์ความรู้และด้านกระบวนการยกระดับคุณภาพชีวิตหรือไม่ การที่นิสิต นักศึกษาจะมีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการประกอบกิจการงานที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนได้นั้น บุคลากรที่เป็นผู้ประสาทวิชาจำต้องได้รับการส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดความสุข ความพึงพอใจต่องานที่ได้รับมอบหมาย และมีอิสระทางวิชาการ มีการพัฒนาตนเองและเกิดการรวมกลุ่ม บูรณาการศาสตร์ที่หลากหลายเพื่อให้เกิดองค์ความรู้และนวัตกรรม ซึ่งปัจจัยที่กล่าวข้างต้นเป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้องค์การเกิดการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ ที่พร้อมสรรพด้วยรากฐานความรู้ที่มีคุณค่าและเหมาะสมกับสภาพสังคมวัฒนธรรม

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อนำผลการวิจัยเป็นแนวทางการในการพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรเกิดการพัฒนาตนเองและ

องค์การให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถบรรลุเป้าประสงค์ของมหาวิทยาลัยเพื่อยกระดับสู่การเป็นองค์การ
เพื่อการเรียนรู้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับขององค์การเพื่อการเรียนรู้ของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของ
พนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา

การทบทวนวรรณกรรม

องค์การเพื่อการเรียนรู้ (Learning Organization)

Argyris and Schön (1978) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ขององค์การ (Organizational Learning) กล่าวว่า การเรียนรู้ขององค์การเป็นการกระทำเพื่อการเรียนรู้ของปัจเจกบุคคล และ/หรือ กลุ่มบุคคลที่มีความตั้งใจให้การกระทำนั้นมีประสิทธิผล โดยนำเสนอในรูปของทฤษฎีการกระทำ (Theory of Action) ต่อมาในปี ค.ศ. 2000 Senge ได้เขียนหนังสือชื่อว่า “The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization” กล่าวว่า การเรียนรู้ คือ การที่บุคคลกระทำ ในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน ซึ่งการเรียนรู้นี้จะก่อให้เกิดการพัฒนาไปสู่ความรู้ใหม่ (Senge, 2000, ยूरพร ศุทธรัตน์, 2553) นอกจากนี้คำจำกัดความขององค์การเพื่อการเรียนรู้ว่า เป็นองค์การซึ่งคนใน องค์การสามารถขยายขอบเขตความสามารถของเขาเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ต้องการได้อย่างแท้จริง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายแนวคิดสามารถแสดงความคิดได้อย่างอิสระและเป็นการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Senge, 2000, กฤษณะ ดาราเรือง, 2558)

Senge (2000) กล่าวว่าองค์การเพื่อการเรียนรู้เป็นองค์การที่บุคลากรต้องการพัฒนา ความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดคุณสมบัติของการเป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ 5 ประการ คือ

1. ความรอบรู้ส่วนบุคคล (Personal Mastery) คือ ความตั้งใจมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเอง บุคลากรเพื่อนำไปสู่ความเป็นเลิศและบรรลุเป้าหมายของตนเองอย่างแท้จริง การเรียนรู้ในระดับปัจเจกบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่การเป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ โดยอาจอาศัยการเรียนรู้ จากการทำงานหรือการเรียนรู้จากสถาบันการศึกษา โดยความเชี่ยวชาญส่วนบุคคลนั้นประกอบด้วย องค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ 1) วิสัยทัศน์ส่วนบุคคล 2) ความตั้งใจมั่น และ 3) จิตสำนึกในการ ปฏิบัติงาน

2. การมีแบบแผนความคิด (Mental Model) คือ ฐานคติ ความเชื่อที่ปลูกฝังในความคิดของ บุคคลที่มีต่อโลก ก่อให้เกิดการคิด การทำงานอย่างเป็นระบบสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและ สนับสนุนกระบวนการเรียนรู้

3. วิสัยทัศน์ร่วมขององค์การ (Shared Vision) คือ การสร้างวิสัยทัศน์ที่โน้มน้าวให้บุคลากร สามารถดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน บุคลากรรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในความสำเร็จและบรรลุตาม เป้าหมายขององค์การ

4. การเรียนรู้เป็นทีม (Team Learning) คือ การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของบุคลากรและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถขององค์การ

5. การคิดอย่างเป็นระบบ (System Thinking) คือ ความสามารถคิดและเข้าใจสถานการณ์อย่างเป็นระบบ มององค์ประกอบภายนอกแบบภาพรวมและมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน

ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)

ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) หมายถึง สภาวะของการตอบสนองทางอารมณ์หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานหรือองค์ประกอบของงานในทางที่ดี การมีทัศนคติทางบวกต่องานที่ทำ และสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านลักษณะของงาน การบังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน การเลื่อนตำแหน่งและรายได้ (ศิริมา ตันติธำรงวุฒิ, 2559)

ปรภรณ์ ลิ้มโยธิน (2555) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานของพนักงาน หมายถึง ความรู้สึกชอบและพอใจในงานที่รับผิดชอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน โดยได้จำแนกปัจจัยด้านความพึงพอใจในงานเป็น 2 ด้านคือ (1) ความพึงพอใจภายในลักษณะงาน (Intrinsic Job Satisfaction) ประกอบด้วย การใช้ความสามารถในการปฏิบัติงาน ความสำเร็จในงาน ความเป็นอิสระ โอกาสในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และ (2) ความพึงพอใจภายนอกงาน (Extrinsic Job Satisfaction) ประกอบด้วย นโยบายขององค์การ หัวหน้างาน รายได้ ปริมาณงานและโอกาสในการก้าวหน้าสายอาชีพ

ทั้งนี้งานวิจัยของ Locke (1976) ได้ทำการสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวกับลักษณะของความพึงพอใจในงาน ประกอบด้วย งานหรือลักษณะของงาน ค่าจ้าง โอกาสที่จะได้เลื่อนตำแหน่ง การได้รับการยอมรับนับถือ ผลประโยชน์หรือสิ่งตอบแทน สภาพการทำงาน/สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน องค์กรและการบริหารจัดการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Chang and Lee (2007) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ การดำเนินการขององค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของพนักงาน กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทท้องถิ่นชั้นนำ 1,000 บริษัท แนะนำโดยนิตยสาร Common Wealth แต่มีบริษัทที่ตอบแบบสอบถามและมีความสมบูรณ์ 134 บริษัท สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์การมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อการดำเนินการขององค์การเพื่อการเรียนรู้ และการดำเนินการขององค์การเพื่อการเรียนรู้มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในงานของพนักงาน

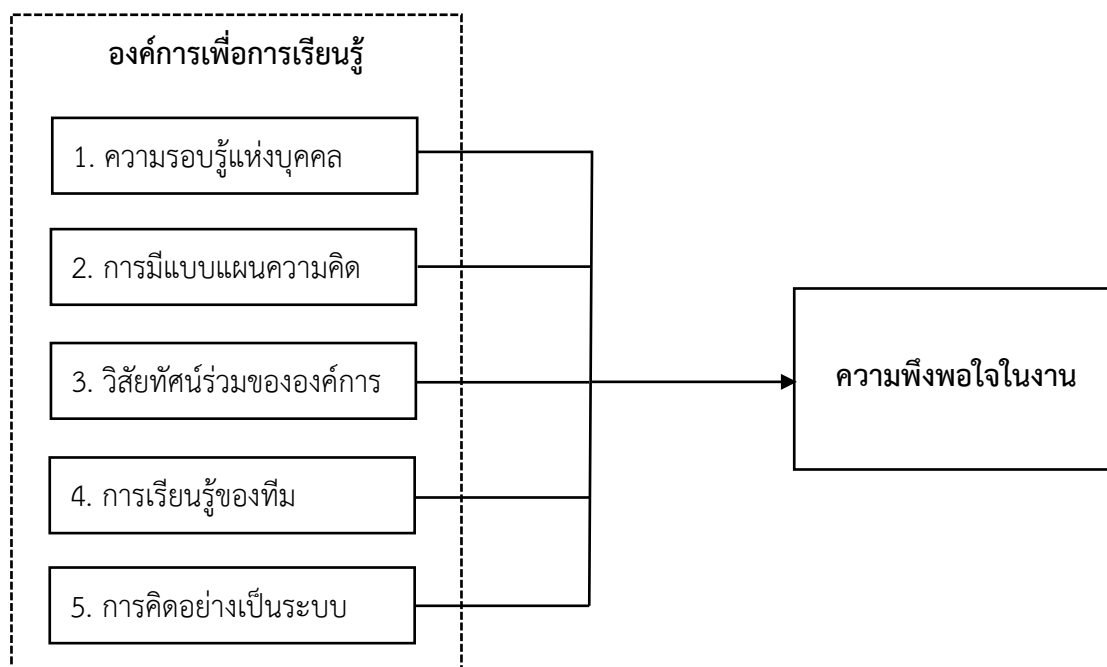
Savas (2013) ศึกษาผลกระทบการรับรู้องค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของครูวิทยาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูวิทยาศาสตร์ในโรงเรียนประถมศึกษาภายในเมือง Gaziantep ประเทศตุรกี ที่ปฏิบัติงานระหว่างปี 2012-2013 จำนวน 99 คน สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบลำดับขั้น ผลการศึกษา พบว่า องค์การเพื่อการเรียนรู้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในงานของครูวิทยาศาสตร์ โดยมีมิติของการเรียนรู้เป็นทีมและการคิดอย่างเป็นระบบเป็นมิติที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญและเป็นตัวพยากรณ์ความพึงพอใจในงานได้มากที่สุด

Erdem, İlğan and Uçar (2014) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของครูโรงเรียนประถมศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัด Van ประเทศตุรกี จำนวน 450 คน สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า มิติขององค์การเพื่อการเรียนรู้ด้านวิสัยทัศน์ร่วมขององค์การและการเรียนรู้เป็นทีมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสามารถอธิบายความผันแปรของความ

พึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 36.3 ทั้งนี้เพื่อให้ครูมีระดับความพึงพอใจที่มากขึ้น องค์กรควรเพิ่มระดับและสร้างบรรยากาศของการเป็นองค์กรเพื่อการเรียนรู้

Nyukorong (2016) ศึกษาภาวะผู้นำ องค์กรเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของบริษัทโทรคมนาคม ประเทศกานา กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในบริษัทโทรคมนาคมชั้นนำในประเทศกานา ซึ่งมีผู้ตอบกลับแบบสอบถามจำนวน 500 คน สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยองค์การเพื่อการเรียนรู้มีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน มิติวิสัยทัศน์ร่วมขององค์กรและความรอบรู้แห่งบุคคลเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อความพึงพอใจในงาน ทั้งนี้การจัดพื้นที่ขององค์กรที่เอื้อสำหรับการเรียนรู้คือปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเติมเต็มให้สมาชิกของแสดงท่าทีต่อการสร้างผลงานและพฤติกรรมภาวะผู้นำเป็นมูลเหตุที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อการเป็นองค์กรเพื่อการเรียนรู้

หอมจันทร์ คงชนะ (2547) ศึกษาการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ในมิติต่าง ๆ ของการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอ่างทอง กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูผู้สอนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอ่างทอง จำนวน 369 คน สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบขององค์กรเพื่อการเรียนรู้ในภาพรวมทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 98 โดยตัวแปรการมีแบบแผนความคิดและวิสัยทัศน์ร่วมขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากที่สุด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้ คือ พนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 758 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 262 คน จากนั้นจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบชั้นภูมิ โดยมีผู้ส่งคืนแบบสอบถามและมีความถูกต้องสมบูรณ์ จำนวน 113 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การเพื่อการเรียนรู้ของ Senge (2000) จำนวน 5 มิติ ประกอบด้วย 1) ความรอบรู้แห่งบุคคล จำนวน 4 ข้อ 2) การมีแบบแผนความคิด จำนวน 4 ข้อ 3) วิสัยทัศน์ร่วมขององค์การ จำนวน 4 ข้อ 4) การเรียนรู้เป็นทีม จำนวน 4 ข้อ และ 5) การคิดอย่างเป็นระบบ จำนวน 4 ข้อ และความพึงพอใจในงาน ของ Locke (1976) จำนวน 12 ข้อ และนำมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสม โดยใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) ปลายปิด ประเมินค่าระดับความคิดเห็น 7 ระดับ (7 Point Scale) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 7 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

แบบสอบถามผ่านการทดสอบความตรง (Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของแต่ละข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผลการทดสอบพบว่าทุกข้อคำถามมีค่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.5 ทุกข้อ (ประสพชัย พสุนนท์, 2558) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบพบว่าแบบสอบถามมีค่าเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.700 ถึง 0.956

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 62.83 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 63.72 และตำแหน่งทางวิชาการ ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นอาจารย์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 84.07

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ระดับขององค์การเพื่อการเรียนรู้ของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา

ตารางที่ 1

ผลวิเคราะห์ระดับขององค์การเพื่อการเรียนรู้ของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา

องค์การเพื่อการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. ความรอบรู้แห่งบุคคล	3.09	1.67	ต่ำ
2. การมีแบบแผนความคิด	4.10	1.84	ปานกลาง

ตารางที่ 1

ผลวิเคราะห์ระดับขององค์การเพื่อการเรียนรู้ของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา (ต่อ)

องค์การเพื่อการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	แปลผล
3. วิสัยทัศน์ร่วมขององค์การ	3.91	1.83	ปานกลาง
4. การเรียนรู้เป็นทีม	4.18	1.69	ปานกลาง
5. การคิดอย่างเป็นระบบ	3.61	1.68	ปานกลาง
ภาพรวมขององค์การเพื่อการเรียนรู้	3.78	1.74	ปานกลาง

ตารางที่ 1 ในภาพรวมระดับขององค์การเพื่อการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 (S.D. = 1.74) เมื่อพิจารณารายมิติพบว่า การเรียนรู้เป็นทีม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.18 (S.D. = 1.69) รองลงมาคือ การมีแบบแผนความคิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 1.84) รองลงมาคือ วิสัยทัศน์ร่วมขององค์การ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D. = 1.83) รองลงมาคือ การคิดอย่างเป็นระบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (S.D. = 1.68) และน้อยที่สุดคือ ความรอบรู้แห่งบุคคล มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.09 (S.D. = 1.67) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา

ตารางที่ 2

ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงาน

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	101.507	3	33.836	33.840	0.000*
Residual	108.988	109	1.000		
Total	210.495	112			

a. Predictors: (Constant): การมีแบบแผนความคิด การเรียนรู้เป็นทีม และการคิดอย่างเป็นระบบ

b. Dependent Variable: องค์การเพื่อการเรียนรู้

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตาม สถิติที่ทดสอบคือค่า F มีค่าเท่ากับ 33.840 ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 แสดงว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 3

ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงพหุคูณความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงาน

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients	Std. Error	Coefficients		
	β		Beta		
(ค่าคงที่)	0.819	0.356		2.300	0.023
การมีแบบแผนความคิด	0.244	0.074	0.274	3.318	0.001*
การเรียนรู้เป็นทีม	0.384	0.093	0.376	4.124	0.001*
การคิดอย่างเป็นระบบ	0.222	0.092	0.196	2.409	0.018*

R = 0.694, R² = 0.482, Adjust R² = 0.468, F = 33.840, N = 113

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในงาน

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงพหุคูณความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงาน ผลการศึกษา พบว่า ความรอบรู้แห่งบุคคลและวิสัยทัศน์ร่วมขององค์การไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน แต่การมีแบบแผนความคิด การเรียนรู้เป็นทีมและการคิดอย่างเป็นระบบมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 48.2 (R² = 0.482) สามารถเขียนแสดงสมการความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ ดังนี้

$$\text{ความพึงพอใจในงาน} = 0.819 + 0.244 (\text{การมีแบบแผนความคิด}) + 0.384 (\text{การเรียนรู้เป็นทีม}) + 0.222 (\text{การคิดอย่างเป็นระบบ})$$

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยจะดำเนินการสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย รายละเอียดดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับขององค์การเพื่อการเรียนรู้ของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมองค์การเพื่อการเรียนรู้ มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) โดยการเรียนรู้เป็นทีม มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18) รองลงมาคือ การมีแบบแผนความคิด วิสัยทัศน์ร่วมขององค์การ การคิดอย่างเป็นระบบ และ

น้อยที่สุดคือ ความรอบรู้แห่งบุคคล สอดคล้องกับ นุช สัทธาฉัตรมงคล และอรรรณพล ธรรมไพบุลย์ (2558) อัมพร ปัญญา (2557) และฐานันท์ เบริญกุล (2556) พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์การเพื่อการเรียนรู้ของสถาบันการศึกษาและส่วนราชการมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับ Senge (2000) และวิชิต แสงสว่าง (2555) การเรียนรู้เป็นทีมคือการทำงานที่สมาชิกทุกคนในทีมมีส่วนร่วมช่วยพัฒนางาน เพิ่มคุณค่าให้แก่องค์กร มีการประสานการเรียนรู้ของสมาชิกในทีมให้เกิดจิตสำนึกและเกิดการเรียนรู้ไปพร้อมกัน ทั้งนี้โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาในปัจจุบันที่ต้องมุ่งเน้นการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อพัฒนาสังคมและประเทศชาติ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงานของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา ผลการวิจัยพบว่า มิติขององค์การเพื่อการเรียนรู้ด้านการมีแบบแผนความคิด การเรียนรู้เป็นทีมและการคิดอย่างเป็นระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nyukorong (2016) Allouzi, Suifan and Alnuaimi (2018) และ Shalihin, Kamaluddin, Iru and Husain (2018) พบว่าในภาพรวมองค์การเพื่อการเรียนรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยของ Erdem, İlğün and Uçar (2014) พบว่าองค์การเพื่อการเรียนรู้ในมิติด้านการเรียนรู้เป็นทีมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา และงานวิจัยของ Savas (2013) ที่พบว่ามิติของการเรียนรู้เป็นทีมและการคิดอย่างเป็นระบบเป็นมิติที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญและเป็นตัวพยากรณ์ความพึงพอใจในงานได้มากที่สุด เนื่องจากความพึงพอใจในงานของพนักงานสายวิชาการมีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น เงินเดือน ความเป็นอิสระทางวิชาการ ความก้าวหน้าในตำแหน่งทางวิชาการ และการได้รับโอกาสเพิ่มพูนทักษะความรู้ ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสายวิชาการบรรลุในความต้องการ โดยพัฒนารูปแบบการเป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้พนักงานออกแบบการเรียนการสอนอย่างมีแบบแผน การวิจัยแบบบูรณาการศาสตร์ ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและสร้างเสริมกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ แต่ทั้งนี้มิติความรอบรู้แห่งบุคคลและวิสัยทัศน์ร่วมขององค์การ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงาน อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดของพื้นที่และการเข้าถึงฐานข้อมูลที่ขาดการสนับสนุนอย่างเพียงพอและขาดการเปิดโอกาสให้พนักงานสายวิชาการได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์การ จึงทำให้พนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยารับรู้ว่าการดำเนินงานต่าง ๆ นั้นไม่สอดคล้องกันระหว่างวิสัยทัศน์ขององค์การและแนวทางการปฏิบัติงานซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมและพัฒนาการบริหารมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับปณิธาน ยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์การดำเนินงานของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะในมิติของการสร้างการทำงานเป็นทีม การสร้างรูปแบบหรือแบบแผนความคิดที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์การ อีกทั้งต้องส่งเสริมให้พนักงานพัฒนากระบวนการคิดอย่างเป็นระบบเพื่อประสิทธิผลการดำเนินงานและความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน

2. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาผลกระทบของปัจจัยในมิติอื่น เช่น บรรยากาศองค์การ ภาวะผู้นำ และการสนับสนุนจากผู้บริหาร ต่อความพึงพอใจของพนักงานทั้งสายวิชาการและ

สายสนับสนุน เพื่อให้เข้าใจในปรากฏการณ์ที่แท้จริงของพนักงานและนำไปกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณสนับสนุนการวิจัยนี้

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ ดาราเรือง. (2558). ตัวแบบองค์การแห่งการเรียนรู้และการจัดการความรู้สู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 21(2), 133-145.
- ฐาปนีย์ เปรียญกุล. (2556). *องค์กรแห่งการเรียนรู้ในตำบลโคกสะอาด*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นุช สัทธานัตถมงคล และอรรรณพล ธรรมไพบูลย์. (2558). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 7(1), 167-185
- ปกรณ์ ลิ้มโยธิน. (2555). *ตัวแบบสมการโครงสร้างขององค์กรประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจจะลาออกจากงานของพนักงานโรงแรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18, 375-396.
- มหาวิทยาลัยพะเยา. (2555). *แผนพัฒนามหาวิทยาลัยพะเยาในช่วงแผนพัฒนาการศึกษา ระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2559, จาก https://www.up.ac.th/th/Intro_Strategic.aspx
- ยุรพร ศุภรัตน์. (2553). *องค์กรเพื่อการเรียนรู้* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิต แสงสว่าง. (2555). การพัฒนารูปแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบโครงสร้างเชิงเส้น. *สุทธิปริทัศน์*, 26(79), 131-149.
- สุดารัตน์ ตันติวิวัฒน์. (2556). *ตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างของความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรวิจัยและพัฒนาเพื่อสาธารณะประโยชน์ในประเทศไทย*. ดุษฎีนิพนธ์ บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริมา ตันติธำรงวุฒิ. (2559). *อิทธิพลตัวแปรคั่นกลางพหุขานของความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร และความพึงพอใจในงานที่ถ่ายทอดอิทธิพลของการรับรู้ภาวะผู้นำให้บริการสู่พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีต่อบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชน*. ดุษฎีนิพนธ์ บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- หอมจันทร์ คงชนะ. (2547). *การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ในมิติต่าง ๆ ของการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- อัมพร ปัญญา. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อลักษณะการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในวิทยาลัยราชพฤกษ์. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 5(2), 180-190.
- Allouzi, R. A. R., Suifan, T. S., and Alnuaimi, M. (2018). Learning organizations and innovation mediated by job satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 7(1), 7-19.
- Argyris, C. and Schön, D. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Chang, S. C. and L, M. S. (2007). A study on relationship among leadership, organizational culture, the operation of learning organization and employees' job satisfaction. *The Learning Organization*, 14(2), 155-185.
- Erdem, M., İlğan, A., and Uçar, H. İ. (2014). Relationship between learning organization and job satisfaction of primary school teachers. *International Online Journal of Educational Sciences*, 6(1), 8-20.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 26, 1297-1349.
- Nyukorong, R. (2016). Leadership, learning organization and job satisfaction in Ghanaian telecommunications companies. *European Scientific Journal*, 12(29), 29-61.
- Savas, A. C. (2013). The effects of science teachers' perception of learning organization on job satisfaction. *Anthropologist*, 16(1-2), 395-404.
- Senge, P. M. (2000). *A fifth discipline resource schools that learn*. New York: Doubleday Dell Publishing Group, Inc.
- Shalihin, L. O. M., Kamaluddin, M., Iru, L., and Husain, S. N. (2018). The effect of learning organization, organizational climate, and work motivation on work satisfaction and teacher's performance of teachers of the state high schools in Kendari city, Indonesia. *International Journal of Education, Learning and Development*, 6(12), 92-103.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row Publications.

การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุหระำ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส The Management Of Dukusurau HouseWife Group, Tambol Bacho, Bacho District, Narathiwat Province

สุมาลี กรดกางัน Sumalee Grodgangunt¹
บงกช กมลเปรม Bongkoch Kamolprem²
รอยฮาน สะอารี Roihan Saaree³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุหระำ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส (2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุหระำ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตกระเป๋าถักโครเชต์ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส จำนวน 26 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุหระำ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ด้านการวางแผน มีการวางแผนผลิตกระเป๋าถักโครเชต์ในรูปแบบต่าง ๆ และมีการสอนวิธีการถักกระเป๋าถักโครเชต์ให้กับสมาชิก ด้านการจัดองค์กร มีการกำหนดหน้าที่ของแต่ละคนเป็นโครงสร้างองค์กรไว้ มีการกำหนดกฎระเบียบกันภายในกลุ่ม ด้านการบังคับบัญชา มีการประชุมปรึกษากันภายในกลุ่ม ระดมความคิดจากสมาชิกโดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้บังคับบัญชา ด้านการติดต่อประสานงาน มีการอบรมถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกของกลุ่ม โดยเชิญวิทยากร จากมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ให้ความรู้เรื่องการออกแบบลวดลายกระเป๋าแบบใหม่ ๆ และการขยายช่องทางทางตลาด (2) ปัญหา และอุปสรรคของการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุหระำ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส คือ วัตถุดิบมีราคาสูง การตลาดยังไม่กว้างขวางพอจึงทำให้กลุ่มไม่สามารถขยายตลาดสู่ภายนอกได้ และต้องการให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือในเรื่องการสนับสนุนงบประมาณที่ต่อเนื่อง และช่วยในเรื่องการตลาด

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ กลุ่มแม่บ้าน ปัญหา อุปสรรค

Abstract

This research aims to study the management of Dukusurau Housewife Group, Tambol Bacho, Bacho District, Narathiwat Province, and the problems and obstacles of the management of Dukusurau Housewife Group, Tambol Bacho, Bacho District,

¹ อาจารย์สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

E-mail: sumalee.grodgangunt@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

E-mail: Bongkoch.pnu@gmail.com

³ อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

E-mail: roi_saaree@hotmail.com

Narathiwat Province. The populations of this research are 26 members of the housewife group who manufacture the crochet bag in Tambol Bacho, Bacho District, Narathiwat Province. An interview is used as a tool for data collection. The result of this research are as follows (1) the management of Dukusurau Housewife Group, Bacho Sub-District, Bacho District, Narathiwat Province, in provides planning of various types of the crochet bag designs and teaches how to crochet the bag to their members. The organizational structure assigns the work to every single member direct from the organizational structure as well as specifying the set of regulations within the group. Controlling, the group leader acts as the controller who sets the meeting for discussions within the group and brainstorming ideas from the members. The coordination allows plans to provide training for the members by inviting resource person from Princess of Naradhiwas University to provide and share the new pattern of bag designs and the how to expand market channels. (2) To study the problems and obstacles of the management of Dukusurau Housewife Group, Tambol Bacho, Bacho District, Narathiwat Province, such as the high cost of raw materials, the market which is not broad enough as a result of the group that unable to expand the market, and the requirement of support from the government sector in terms of ongoing budgets and marketing.

Keywords: Management, Housewife Group, Problem, Obstacle

บทนำ

ประเทศไทยได้มีการดำเนินงานตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่เน้นภูมิคุ้มกันที่มีอยู่ พร้อมทั้งเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นเพื่อเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคล สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศ ให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบ จากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมอย่างเป็นธรรม ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมให้ประชาชนมีการพัฒนาความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น โดยเฉพาะในชุมชน โดยสนับสนุนให้แต่ละชุมชนมีการรวมกลุ่มในลักษณะของ “กลุ่มอาชีพ” และส่งเสริมให้มีการนำภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้า หรือบริการเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน (เยาว์ธิดา รัตนพลแสน, 2559)

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ที่ดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาในการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อให้แต่ละชุมชนใช้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นการพัฒนาสินค้าและบริการโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน หน่วยงานภาครัฐพร้อมสร้างความแข็งแกร่งให้ผู้ประกอบการ OTOP ไทยก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น ในการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) การดำเนินงานตามแนวนโยบายประชารัฐด้วยเป้าหมายการสร้างเศรษฐกิจ

ฐานราก คือ การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สร้างความเป็นอยู่ที่ดี สามารถประกอบอาชีพและผลิตสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าเพิ่มก่อให้เกิดรายได้ที่มั่นคง (กิตติ ลิ้มสกุล, 2555) และเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายที่รัฐบาลให้ความสำคัญในการผลักดันผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีศักยภาพ สามารถเข้าสู่ตลาดได้ในเชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน โดยเริ่มตั้งแต่การพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด และพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการที่เข้าใจตลาด เรียนรู้การทำธุรกิจ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า รวมถึงนำการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจ รวมถึงการทำตลาดออนไลน์ เพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการตลาดออนไลน์ถือเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน (smethailandclub, 2561)

ปัจจุบันสินค้า OTOP เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศไทย ในปี 2562 มีรายได้กว่า 100,000 ล้านบาท (ประชาชาติ, 2563) ทำให้รัฐบาลและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เร่งผลักดันให้ผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs ได้เห็นถึงช่องทางในการพัฒนาระดับสินค้าให้มีคุณภาพ และอรรถประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยการใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาด รวมถึงเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค เพิ่มรายได้แก่ชุมชนเนื่องจากสินค้า OTOP เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีความโดดเด่นแตกต่างกันไป การพัฒนาคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานจึงต้องมีการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์การตลาดในการขยายโอกาสทางธุรกิจให้กับสินค้า OTOP มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ต้องเร่งดำเนินการ ในด้านการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (กองส่งเสริมธุรกิจชุมชน, 2560)

กลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส เกิดจากการรวมตัวของชาวบ้านในชุมชนหรือครอบครัว เพื่อประกอบกิจกรรมของชุมชน รวมถึงกระบวนการคิดการจัดการผลผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอน แต่เนื่องจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนที่ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ ขาดศักยภาพในการบริหารจัดการกลุ่ม ส่งผลให้กลุ่มดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จ เพราะขาดการนำหลักการด้านการบริหารจัดการกลุ่ม (POSDCORB) จากเดิมสมาชิกส่วนใหญ่เริ่มจากการประกอบอาชีพเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง อาทิ เลี้ยงเป็ด, ไก่ และสัตว์อื่น ๆ แต่ด้วยสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงทางด้านภูมิอากาศ รวมถึงโรคระบาด เป็นเหตุให้สัตว์ที่เลี้ยงตาย ดังนั้น ทางกลุ่มจึงคิดธุรกิจใหม่ที่สามารถตอบโจทย์และความต้องการของลูกค้าให้สอดคล้องกับความสามารถของกลุ่มจึงมีการลงความเห็นของสมาชิกที่จะสร้างธุรกิจกระเป่าถักโครเชต์ขึ้น เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว จึงทำให้เกิดการรวมกลุ่มและสร้างรายได้เสริม ให้กลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراءมีรายได้เฉลี่ย 4,000 - 5,000 บาทต่อเดือน หรือไม่ต่ำกว่า 48,000 บาท ต่อปี

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงด้านการบริหารจัดการ ของกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ให้มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างศักยภาพ สร้างความเข้มแข็ง และพึ่งพาตนเองได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการบริหารจัดการกลุ่มการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนากลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลปัญหา และอุปสรรคที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงเพื่อช่วยเสริมสร้างการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ให้มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างศักยภาพ สร้างความเข้มแข็ง และพึ่งพาตนเองได้

ทบทวนวรรณกรรม

การบริหารจัดการ

การบริหาร (Administration) จะใช้ในภาครัฐราชการ และคำว่า การจัดการ (Management) มักใช้ในภาคเอกชน ซึ่งทั้งสองคำนี้มีความหมายและคำนิยามไม่ต่างกัน โดย มัลลิกา ต้นสอน (2554) มีความเห็นว่า หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการบริหาร หมายถึง การกำหนดแนวทางหรือนโยบาย การสั่งการ การอำนวยการ การสนับสนุน และการตรวจสอบให้ผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ส่วน นุรักษ์ คุณชล และคณะ (2553) มีความเห็นว่า การบริหารจัดการ คือ กระบวนการในการดำเนินงานของบุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันแต่กิจกรรมนั้นจะเป็นไปในลักษณะที่แตกต่างกัน คือ มีฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่ตัดสินใจสั่งการ อีกฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่ปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่บุคคลในองค์การร่วมกันวางไว้โดยมีระเบียบแบบธรรมเนียมหลักปฏิบัติมีการใช้ทรัพยากรและเทคนิคต่าง ๆ อย่างเหมาะสม และ Hayes (2012) มองว่าผู้บริหารมีหน้าที่ที่สำคัญต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษอยู่ 3 ประการ คือ หน้าที่ในการตัดสินใจว่าอะไรคือสิ่งที่จำเป็นต้องทำ โดยผ่านกระบวนการจัดทำแผน และการจัดทำงบประมาณ ต่อมาคือหน้าที่ในการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงาน โดยการจัดการองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน และประการสุดท้ายหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมั่นในผลการปฏิบัติงานด้วยการควบคุม

กระบวนการบริหารจัดการ

กระบวนการบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินการตามขั้นตอนที่จะนำไปสู่เป้าหมายขององค์การที่กำหนดไว้โดยการดำเนินการจะมีลักษณะต่อเนื่องเป็นวัฏจักร (Cycle) และไม่มีการสิ้นสุด (Management is a Never-Ending Process) ดังที่ Luther Gulick & Lyndal Urwick (1973) ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารไว้ 7 ประการ หรือที่รู้จักกันในนามว่า (POSDCoRB) โดยสาระสำคัญของแนวคิดก็คือ ประสิทธิภาพอันเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดของการบริหารและเพื่อให้การบริหารงานในทุก

หน่วยงานมีประสิทธิภาพ จะต้องมีการแบ่งงานกันทำตามความเหมาะสมและความจำเป็นหรือความถนัดของคนงาน โดยแบ่งหน่วยงานออกตามกระบวนการวัตถุประสงค์ลูกค้าและพื้นที่โดยทุกหน่วยงานจะต้องจัดรูปแบบ องค์การเป็นรูปสามเหลี่ยมพีระมิดมีสายการบังคับบัญชาตามลำดับการบริหาร (อัมพร อารงลักษณ์, 2553) โดยคำย่อนี้ได้มาจากตัวอักษรตัวต้นของแต่ละขั้นตอน ดังนี้ (วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2551)

1. การวางแผน (P= Planning) หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์และปัญหา กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและวิธีการตลอดจนระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในอนาคต ดังนั้นการวางแผนจึงเป็นการแสวงหาทางเลือกที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานโดยใช้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้เกิดผลตามเป้าหมายมากที่สุด การคาดการณ์ในอนาคตซึ่งจะต้องคำนึงถึงนโยบาย (Policy) ทั้งนี้เพื่อให้แผนงานที่กำหนดขึ้นมีความสอดคล้องต้องกันในการดำเนินงาน การวางแผน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความรู้ในทางวิทยาการ และวิจารณ์ญาณ วิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคต แล้วกำหนดวิธีการโดยถูกต้องอย่างมีเหตุผล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปโดยถูกต้อง และสมบูรณ์

2. การจัดองค์การหรือการจัดส่วนราชการ (O-Organizing) หมายถึง การกำหนดโครงสร้างของการบริหารโดยกำหนดอำนาจหน้าที่ การแบ่งส่วนงาน การจัดสายงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3. การจัดหาคูคนเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงาน (S-Staffing) หมายถึง การบริหารงานบุคลากรของหน่วยงานตั้งแต่การจัดอัตรากำลัง การสรรหา การสัมภาษณ์ การทดสอบ การปฐมนิเทศ การฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร การเลื่อนตำแหน่ง และการเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานให้ดีอยู่เสมอ

4. การอำนวยการ (D-Directing) หมายถึง การวินิจฉัยสั่งการ การควบคุม บังคับบัญชา และการควบคุมการปฏิบัติงานในฐานะที่ผู้บริหารเป็นหัวหน้าหน่วยงาน

5. การประสานงาน (Co- Coordinating) หมายถึง การร่วมมือ ประสานงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยราบรื่นเพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวความคืบหน้าของกิจการให้ เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

6. การรายงาน (R-Reporting) หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน เพื่อให้ผู้บริหารและสมาชิกของหน่วยงานได้ทราบความเคลื่อนไหว ความคืบหน้าของกิจการให้ เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

7. การจัดงบประมาณ (B-Budgeting) หมายถึง การจัดทำงบประมาณ การจัดทำบัญชีการใช้จ่ายเงิน และการควบคุมตรวจสอบทางการเงินและทรัพย์สิน นอกจากการงบประมาณจะเป็นแผนงานชนิดหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นถึงการใช้จ่ายเงินจำนวนหนึ่ง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้แล้ว ยังเป็นแนวทางที่ร่อนนำไปใช้ในการควบคุมด้วย

การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้าน

การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูถูกสุเหร่า พบปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่มและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เป็นที่น่าสนใจของตลาด งบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการกลุ่ม มีไม่เพียงพอสำหรับต้นทุนที่สูงขึ้นของวัสดุและอุปกรณ์การปักโครเชต์ การตลาดไม่กว้างพอที่จะทำให้กลุ่มเติบโต เพราะรับทำตามคำสั่งซื้อ ไม่มีการวางจำหน่ายตามร้านค้าหรือร้านของฝากของที่ระลึก ซึ่งปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว กลุ่มแม่บ้านและเจ้าหน้าที่ได้ร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

โดยการจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินการกลุ่มที่เป็นระบบชัดเจน และทำการวิเคราะห์ตลาด เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและเอกลักษณ์น่าสนใจเป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านกลุ่มอื่น ๆ อาทิ กลุ่มแม่บ้าน ตำบลนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ที่ประสบ คือปัญหาด้านการตลาดในการรองรับสินค้า ปัญหาด้านคุณภาพของสินค้าตามที่คุณบริโภคต้องการ และปัญหาด้านการขาดเงินทุนในการผลิตสินค้าใหม่ ในส่วนของความต้องการที่กลุ่ม ต้องการมากที่สุด คือความต้องการด้านการสนับสนุนงบประมาณ ความต้องการด้านสถานที่ในการจำหน่ายสินค้า และความต้องการด้านเครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ภูตรา ออแล และคณะ, 2562)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตกระเป๋าถักโครเชต์ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส จำนวน 26 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) สำหรับสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตกระเป๋าถักโครเชต์ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ซึ่งได้กำหนดโครงสร้างเรื่องที่ต้องการทราบไว้ล่วงหน้าในแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้าน

2. เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูปสำหรับบันทึกภาพกิจกรรมในการลงพื้นที่

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากเอกสาร บทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเนื้อหาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือการวิจัย

2. นำเครื่องมือการวิจัยมากำหนดเป็นแบบสัมภาษณ์ แล้วนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบให้คำแนะนำและแก้ไขปรับปรุง

3. สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตกระเป๋าถักโครเชต์ ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส จำนวน 26 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี คือ

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ วารสาร และปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหรา ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส เพื่อนำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปต่อไป

2. การเก็บข้อมูลจากภาคสนาม เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการลงพื้นที่ ภาคสนามของกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหรา ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เลือกใช้วิธีสัมภาษณ์บุคคลตัวต่อตัว และจะสัมภาษณ์ข้อมูล

ตามแบบสัมภาษณ์ที่กำหนดหรือออกแบบไว้อย่างครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาตามกระบวนการบริหารจัดการของกลุ่มพร้อม ๆ กับการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบปลายเปิดและเทปบันทึกเสียง เรื่องราวต่าง ๆ ตามสภาพแวดล้อม และความเป็นจริงที่เกิดขึ้น จากการดำเนินงาน และรายงานผลการวิจัยในรูปของการบรรยายเชิงพรรณนา การตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด โดยผ่านการตรวจสอบเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิจัย

1. การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านคูสุเหร่า ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส สรุปแยกเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1.1 การบริหารจัดการด้านการวางแผน พบว่า ประธานกลุ่มมีการวางแผนระบบการทำงาน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายของกลุ่ม คือ ต้องการให้สมาชิกในกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการคิด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งกิจกรรมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยวิทยากรจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ส่งเสริมและสนับสนุน ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกลุ่ม ก่อให้เกิดความรักและความสามัคคีในหมู่คณะ และมีรูปแบบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่สมบูรณ์ ก่อนดำเนินงานทุกครั้ง โดยจะวางแผนการแบ่งงานตามรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย เพื่อกำหนดเป็นเงื่อนไขหรือแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน

1.2 การบริหารจัดการด้านการจัดองค์กร จัดการของกลุ่มแม่บ้านคูสุเหร่า ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส พบว่า การบริหารจัดการในเรื่องโครงสร้างองค์กรยังขาดการแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบที่ชัดเจน โดยประธานกลุ่มจะเป็นผู้กระจายความรับผิดชอบในหน้าที่ให้ตามความเหมาะสมในแต่ละเรื่อง ๆ ไป หลังจากการลงพื้นที่เพื่อการวิจัย ได้มีการจัดทำโครงสร้างเพื่อกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้อย่างชัดเจน โดยแบ่งออกเป็นฝ่าย ๆ เช่น ฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ ฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายการตลาด

1.3 การบริหารจัดการด้านการบังคับบัญชา พบว่า มีการประชุมปรึกษากันภายในกลุ่มระดมความคิดจากสมาชิกภายในกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ตามภารกิจของตารางงานกลุ่ม โดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้บังคับบัญชา จัดโครงสร้างการทำงานให้เห็นสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน เห็นลำดับความสำคัญ ตลอดจนอำนาจหน้าที่ในการสั่งการ เพราะการทำงานหมู่มาจจำเป็นต้องมีผู้บังคับบัญชา เพื่อให้การทำงานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น มีคนคอยควบคุม สั่งการ ดูแลพร้อม ตลอดจนสอดส่องปัญหาเพื่อหาทางแก้ไขให้ไวที่สุด ประธานกลุ่มซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาสามารถที่จะสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เข้าใจและเอาใจใส่ผู้ใต้บังคับบัญชา ให้กำลังใจ รวมถึงอยู่ข้างๆ ในยามที่เกิดปัญหา

1.4 การบริหารจัดการด้านการติดต่อประสานงาน พบว่า มีประธานกลุ่มคอยดำเนินการและบริหารจัดการกลุ่มให้สมาชิกของกลุ่มมีความเข้มแข็ง มียอดการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง โดยจัดให้มี

การอบรมถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกของกลุ่ม โดยประธานกลุ่มได้เชิญวิทยากร จากวิทยาลัยชุมชน จังหวัดนราธิวาส ให้ความรู้เรื่องการถักและการขึ้นแบบโครงของกระเป๋า และคณาจารย์จาก มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ให้ความรู้เรื่องการออกแบบลวดลายกระเป๋าแบบใหม่ ๆ และการขยายช่องทางทางตลาด

2. ปัญหา และอุปสรรคของการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส การขาดการพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่มและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เป็นที่น่าสนใจของตลาด งบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการกลุ่ม มีไม่เพียงพอสำหรับต้นทุนที่สูงขึ้นของวัสดุและอุปกรณ์การถักโครเชต์ การตลาดไม่กว้างพอที่จะทำให้กลุ่มเติบโต เพราะรับทำตามคำสั่งซื้อ ไม่มีการวางจำหน่ายตามร้านค้าหรือร้านของฝากของที่ระลึก ซึ่งปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว กลุ่มแม่บ้านและเจ้าหน้าที่ได้ร่วมกันหาแนวทางแก้ไขโดยการจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินการกลุ่มที่เป็นระบบชัดเจน และทำการวิเคราะห์ตลาด เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและเอกลักษณ์น่าสนใจเป็นที่ต้องการของตลาด

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม และสมาชิกภายในกลุ่มนั้นต้องการให้หน่วยงานของรัฐให้ความช่วยเหลือใน 2 เรื่อง ดังนี้

1. ต้องการให้หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนงบประมาณแก่กลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือชาวบ้านและสมาชิกกลุ่มให้มีรายได้และสามารถพึ่งพาตนเองได้

2. ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น โครงการพระราชริฏีกาส้มคี้ สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และหาตลาดให้แก่กลุ่มโดยการออกบูธ ร่วมจัดแสดงสินค้ากับจังหวัดในเทศกาลต่าง ๆ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส แบ่งออกเป็น 4 ด้านดังต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการด้านการวางแผน

การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ประธานกลุ่ม มีการวางแผนระบบการทำงาน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายของกลุ่ม คือ ต้องการให้สมาชิกในกลุ่มคนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการคิด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งกิจกรรมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยมีวิทยากรจากหน่วยงานต่าง ๆ คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ส่งเสริมและสนับสนุน ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกลุ่มก่อให้เกิดความรักและความสามัคคีในหมู่คณะ และมีรูปแบบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่สมบูรณ์ก่อนดำเนินงานทุกครั้ง โดยจะวางแผนการแบ่งงานตามรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย เพื่อกำหนดเป็นเงื่อนไขหรือแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน สอดคล้องกับ นิศารัตน์ สังข์เสื่อ (2560) กล่าวว่า การวางแผนนับได้ว่าเป็นหัวใจของการบริหารจัดการขั้นตอนแรกของกลุ่มฯ ซึ่งตั้งแต่เริ่มมีการก่อตั้งกลุ่ม ล้วนต้องอาศัยกลไกการวางแผนเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่องโดย ประเด็นการวางแผนของกลุ่มขึ้นอยู่กับข้อกำหนดและจัดการภายในกลุ่ม การวางแผนสามารถอธิบายได้ 2 ประเด็น ได้แก่ การวางแผนการผลิต และการวางแผนการตลาด

2. การบริหารจัดการด้านการจัดองค์กร

จัดการของกลุ่มแม่บ้านดุกูสุเหร่า ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส พบว่าการบริหารจัดการในเรื่องโครงสร้างองค์กรยังขาดการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน โดยประธานกลุ่มจะเป็นผู้กระจายความรับผิดชอบในหน้าที่ให้ตามความเหมาะสมในแต่ละเรื่อง ๆ ไป หลังจากการลงพื้นที่เพื่อการวิจัย ได้มีการจัดทำโครงสร้างเพื่อกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้อย่างชัดเจน โดยแบ่งออกเป็นฝ่าย ๆ เช่น ฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ ฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายการตลาด สอดคล้องกับ เอกชัย เอี่ยมสกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนขนมแปलगริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี พบว่า ด้านการจัดการองค์กร ชุมชนมีประธานและคณะกรรมการ ตามโครงสร้างประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหาร ด้านการจัดการความรู้ ด้านการบริหารสมาชิกและสวัสดิการด้านการตลาด และสอดคล้องกับ จิราภรณ์ เอื้อศิริพรฤทธิ์ และพวงาจันทร์ภาส (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การปฏิบัติงานตามกระบวนการบริหารจัดการ ในการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กระบวนการบริหารจัดการ ด้านการจัดองค์กร อยู่ในระดับมาก โดยมีการตรวจสอบการนำแผนงานไปใช้ดำเนินการให้มีการจัดกิจกรรมตามแผนงานและให้ พนักงานมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานและนำผลมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน



ภาพที่ 1 การประชุมกลุ่มการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดุกูสุเหร่า เพื่อวางแผนการบริหารจัดการกลุ่มร่วมกับกรมทหารพรานหน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน กองทัพเรือ ค่ายจุฬารัตน์ บ้านทอน ตำบลโคกเคียน อำเภอมือ จังหวัดนราธิวาส

3. การบริหารจัดการด้านการบังคับบัญชา

มีการประชุมปรึกษากันภายในกลุ่มระดมความคิดจากสมาชิกภายในกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ตามภารกิจของตารางงานกลุ่ม โดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้บังคับบัญชา จัดโครงสร้างการทำงานให้เห็นสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน เห็นลำดับความสำคัญ ตลอดจนอำนาจหน้าที่ในการสั่งการ เพราะการทำงานหม่อมมากจำเป็นต้องมีผู้บังคับบัญชาเพื่อให้การทำงานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น มีคนคอยควบคุมสั่งการ ดูแลพร้อม ตลอดจนสอดส่องปัญหาเพื่อหาทางแก้ไขให้ไวที่สุด ประธานกลุ่มซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชา

สามารถที่จะสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เข้าใจและเอาใจใส่ผู้ใต้บังคับบัญชา ให้กำลังใจ รวมถึงอยู่ข้าง ๆ ในยามที่เกิดปัญหา สอดคล้องกับ จักรพงษ์ นวลชื่น (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืนด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ศึกษากรณี วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครพนม และจังหวัดสกลนคร พบว่า สมาชิกที่ได้เข้ามาร่วมในสายการบังคับบัญชาสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความเห็นหรือร่วมตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ กลุ่มที่ประสบความสำเร็จมักมีการจัดแบ่งอำนาจหน้าที่ ตลอดจนความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนที่เข้าเก็บข้อมูลพบว่ามีกำหนดแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน

4. การบริหารจัดการด้านการติดต่อประสานงาน

มีประธานกลุ่มคอยดำเนินการและบริหารจัดการกลุ่มให้สมาชิกของกลุ่มมีความเข้มแข็ง มียอดการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง โดยจัดให้มีการอบรมถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกของกลุ่ม โดยประธานกลุ่มเชิญวิทยากร จากวิทยาลัยชุมชน จังหวัดนราธิวาส ให้ความรู้เรื่องการถักและการขึ้นแบบโครงของกระเป๋า และคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ให้ความรู้เรื่องการออกแบบลวดลายกระเป๋าแบบใหม่ ๆ และการขยายช่องทางทางตลาด สอดคล้องกับ นิตารัตน์ สังข์เสื่อ ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร อำเภอสรีนคร จังหวัดสุโขทัย พบว่า ภารกิจด้านการประสานงานกับหน่วยงานราชการ กลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ ก่อให้เกิดสภาพเครือข่ายเกษตรกรแบบไม่เป็นทางการ ประสานงานสนับสนุนให้เกษตรกรใช้กลไกความร่วมมือแบบเครือข่ายเพื่อสร้างความสามารถในการจัดการตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถพึ่งพาตนเองได้



ภาพที่ 2 การถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกของกลุ่ม เกี่ยวกับการถักและการออกแบบลวดลายกระเป๋า

5. การบริหารจัดการในภาพรวม การบริหารจัดการที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จและสามารถยืนหยัดต่อไปได้นั้น สมาชิกทุกคนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์ และร่วมกันเป็นเจ้าของ โดยมีรากฐานมาจากศักยภาพของชุมชน ภูมิปัญญาของชุมชน ความสามารถในการพึ่งตนเอง ตามแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ชุมชนเป็นตัวของตัวเอง สามารถที่จะอยู่รอดด้วยตัวเองได้ และกลุ่มแม่บ้านจะประสบความสำเร็จและสามารถยืนหยัดต่อไปได้จำเป็นจะต้องศึกษาบริบท จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรคที่เกิดขึ้นตลอดจนการศึกษาสภาพปัญหาและศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่ม สร้างเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งตลอดจนการพัฒนาภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของของในชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญ สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยดังนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. กลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراءต้องการให้หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดนราธิวาส และสำนักงานสภาเกษตร จังหวัดนราธิวาส สนับสนุนงบประมาณแก่กลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือชาวบ้านและสมาชิกกลุ่มให้มีรายได้และสามารถพึ่งพาตนเองได้

2. กลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراءต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดนราธิวาส สนับสนุนด้านการตลาด ช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่กลุ่ม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดนราธิวาส และสำนักงานสภาเกษตร จังหวัดนราธิวาส ควรจะให้ความสนใจแก่กลุ่มแม่บ้านดูกุสุเหراء โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งทุนที่สนับสนุนและงบประมาณสำหรับการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากมากขึ้น

2. สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดนราธิวาส และสำนักงานสภาเกษตร จังหวัดนราธิวาส สามารถช่วยเหลือกลุ่มแม่บ้าน โดยการหาตลาดหรือเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการออกบูธ ร่วมจัดแสดงสินค้ากับจังหวัดในเทศกาลต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

กองส่งเสริมธุรกิจชุมชน. (2560). *ยกระดับมาตรฐานสินค้าโอท็อปจากภูมิปัญญาไทยเชื่อมโยง*

การท่องเที่ยว หวังเพิ่มรายได้สู่ชุมชน. กรุงเทพฯ: กองส่งเสริมธุรกิจชุมชน.

กิตติ ลิ้มสกุล. (2555). *แนวทางการดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จักรพงษ์ นวลชื่น. (2561). *แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืนด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น*

ศึกษารณวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครพนม และจังหวัดสกลนคร. กรุงเทพฯ:

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

-
- จิราภรณ์ เอื้อศิริพรฤทธิ์ และพจนา จันทรภาส. (2558). *การปฏิบัติงานตามกระบวนการบริหารจัดการในการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- นิศารัตน์ สังข์เสื่อ. (2560). *การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร อำเภอศรีนคร จังหวัดสุโขทัย*. วารสารนเรศวรวิจัย, 13(7), 871.
- นุรักษ์ คุณชล และคณะ. (2553). *คู่มือเตรียมสอบเข้าศึกษาต่อปริญญาโท*. กรุงเทพฯ: ชมรมมหาดบัณฑิตราม.
- ประชาชาติ. (2563). *ยอดขาย OTOP ปี 62*. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2563. <https://www.prachachat.net/local-economy/news-415159>
- ภูตรา อาแล และคณะ. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน ตำบลนาเกตุ อำเภโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี*. วารสารวิชาการ วิทยาลัยนครราชสีมา, 6(2), 39.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2554). *พฤติกรรมองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- เยาว์จิตา รัตนพลแสน. (2559). *ขีดความสามารถการบริหารการจัดการวิสาหกิจชุมชน*. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. (2551). *การบริหารจัดการสมัยใหม่*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- อัมพร ชำรงลักษณ์. (2553). *องค์กร: ทฤษฎี โครงสร้าง และการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราและสิ่งพิมพ์ คณะรัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกชัย เอี่ยมสกุล. (2559). *การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนขนมแปลกริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Heyes, J. (2012). *The Theory and Practice of Change Management*. New York: Palgrave Macmillan.
- Luther, G. and Lyndall, U. (1973). *The Science of Administration*. New York: Columbia University.
- Smethailandclub. (2561). *ยกระดับ OTOP สู่ตลาดโลก*. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2561. <http://www.smethailandclub.com/entrepreneur-2195-id.html>

แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยনারายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย

Management Guidelines for the Chai Narai Rice Growing Group in Large Agricultural Land Plots in Wiang Chai District Chiang Rai Province.

รภัทสรณ์ คงธนจารูอนันต์

Raphassorn Kongtanajaruanun¹

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำรวจสภาพการณ์ปัจจุบันในการบริหารจัดการของกลุ่มและศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยনারายณ์ ตำบลเวียงชัย อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มแบบการมีส่วนร่วม กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ ตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้นำ คณะกรรมการบริหารกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 17 ท่าน

ผลการศึกษาสภาพการณ์บริหารจัดการกลุ่มปัจจุบัน พบว่า ด้านการบริหารจัดการสมาชิกกลุ่ม พบว่า ไม่มีการวางแผนโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่ม ด้านการบริหารจัดการเงินทุน พบว่า ไม่มีหลักเกณฑ์ในการจัดสรรเงินให้แก่สมาชิก สมาชิกใช้เงินไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ขอส่งผลให้เกิดการขาดสภาพคล่อง ด้านการจัดการวัสดุอุปกรณ์ พบว่า ต่างคนต่างซื้อวัสดุอุปกรณ์จึงได้ในราคาแพง สุดท้ายด้านการบริหารจัดการ พบว่า คณะกรรมการบริหารขาดประสบการณ์ด้านการวางแผนการผลิตการตลาด และขาดความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

ผลการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่ม พบว่า ด้านการบริหารจัดการสมาชิก คณะกรรมการบริหารกลุ่มต้องกำหนดแนวทางที่ชัดเจน มีการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย กำหนดกฎ ระเบียบภายในกลุ่ม รวมทั้งมีการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ด้านการบริหารจัดการเงินทุน ควรมีการวางแผนรายละเอียดการใช้งบประมาณ รวมทั้งการจัดสวัสดิการต่างๆแก่สมาชิก มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ด้านการบริหารจัดการวัสดุอุปกรณ์ คณะกรรมการกลุ่มต้องสำรวจและจัดหาวัสดุอุปกรณ์ให้แก่สมาชิกได้ในราคาที่ต่ำสามารถลดต้นทุนปัจจัยการผลิตได้ และด้านการบริหารการจัดการ ควรใช้หลักการมีส่วนร่วม มีการวางแผนการผลิต การตลาด และการพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ ต้องมีการอบรมให้ความรู้แก่สมาชิก และมีการสร้างเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: แนวทางการบริหารจัดการ กลุ่มผู้ปลูกข้าว นาแปลงใหญ่

Abstract

The purpose of this research is to study the current situation in group rice management in order to complete this study of the Management Guidelines for the Chai Narai Rice Growing Group in Large Agricultural Land Plots in Wiang Chai District

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

E-mail: phassy77@gmail.com

Chiang Rai Province. Researcher interviewed target groups of experts and representatives from relevant departments. This included 17 members of the group management committee and focus group discussion. The instruments used in this study were interview forms and participatory action research. The current situation of group management practices demonstrates that (1) There is no clear division structure planning, (2) Members lack knowledge and understanding of funding group management rules and policies as there is no clear criteria for allocating funds to members. Specifically, as well as spending money that does not meet the group objectives resulting in the group lacking liquidity regarding the material handling, it was found that there was no consolidation in the purchase of equipment. In each case, members overpaid because they did not utilize group available group pricing and in the aspect of management, found that the group management committee lacked experience and knowledge. Furthermore, the lack of clear planning for production and marketing resulted in group goals not being monitored nor met. Management Committee actions are absolutely critical in establishing, setting up processes and monitoring goals. This must be followed up by strong communication and compliance checks by the committee leaders. Compliance checks should include strict oversight and, review and sending of budgets. There should be a clear budget plan for group management and operational budget. Including the allocation of benefits Welfare In material management. Whenever possible, the budget should be centrally controlled by the committee to ensure the best, most timely products are being procured. If these efforts are made in conjunction with planning, production, marketing, and developing of quality products, then profitability should rise at a significant rate. Moreover, significant efforts will also be needed to train and educate members along with continuous network building.

Keywords: Management Guidelines, Rice Farmers, Large Agricultural Land Plot

บทนำ

การขับเคลื่อนภาคเกษตรกรรมซึ่งถือเป็นรากฐานของการผลิตในสังคมไทยให้เดินหน้าไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ย่อมต้องได้รับพัฒนาให้ภาคการเกษตรมีมาตรฐานอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการนำองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ควบคู่กับเทคโนโลยี รวมถึงการต่อยอดไปสู่การทำเกษตรทฤษฎีใหม่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและชุมชน สามารถพึ่งพาวิถีหนึ่งที่น่าสนใจให้เกษตรกรและชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มความ สามารถจนนำไปสู่เป้าหมาย นั่นคือ การบริหารจัดการกลุ่มของเกษตรกร การมีส่วนร่วม รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายของเกษตรกร ดังนั้นในการดำเนินงานกลุ่มของเกษตรกรจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับคนในกลุ่มนั้นๆ เนื่องจากในแต่ละกลุ่มของเกษตรกรจะมีความแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละพื้นที่ ปัญหาที่เกิด

อาจมีความแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลุ่มที่มีลักษณะที่ต่างกัน มีการกำหนดโครงสร้าง การดำเนินงานที่ไม่เหมือนกัน รวมทั้งกฎระเบียบ เป็นต้น ดังนั้นหากกลุ่มเกษตรกรมีความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม และสมาชิกในกลุ่มให้เกิดความสามัคคีร่วมมือกัน ก็จะได้ก็จะส่งผลทำให้กลุ่มของเกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีการบริหารจัดการภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ในปัจจุบันระบบเกษตรแบบแปลงใหญ่เป็นนโยบายที่กำหนดมาจากภาครัฐโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งได้มีการประกาศและนำเสนอนโยบาย ควบคู่กับแผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ระหว่างปี 2560-2564 ที่มีเป้าหมายอยู่ที่การเร่งให้เกษตรกรทำเกษตรแปลงใหญ่ให้ได้ถึง 1.5 ล้านไร่ใน อนาคต ยุทธศาสตร์ที่ว่านี้ ในด้านหนึ่งเป็นการต่อยอดความสำเร็จของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หลักคิดของการส่งเสริมระบบเกษตรแบบแปลงใหญ่มีเป้าหมายเพื่อมุ่งปรับเปลี่ยนระบบการส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ขนาดใหญ่ เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรรายย่อยมาสู่การรวมกลุ่มที่สามารถใช้เครื่องมือเครื่องจักรกลมาช่วยในการผลิตเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากขึ้นมีความสามารถในการจัดการ การผลิตผลผลิตอย่างมืออาชีพ ทำให้คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานเท่าเทียมกัน สามารถเข้าถึงการตลาดและสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาดสูงขึ้น ดังนั้น ข้อได้เปรียบของเกษตรแปลงใหญ่จึงอยู่ที่การลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ การเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการผลิตของชุมชนแบบครบวงจร และการเชื่อมโยงตลาดระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ สหกรณ์การเกษตร เพื่อให้เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาที่เป็นธรรม

เชียงราย เป็นจังหวัดที่มีสภาพแวดล้อมทั่วไปมีอุดมสมบูรณ์มีศักยภาพในการเพาะปลูกพืชได้หลากหลายชนิด โดยเฉพาะข้าวถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญและมีความหลากหลายทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม โดยมีพื้นที่ปลูกข้าวรวมทั้งผลผลิตเพื่อธุรกิจการค้าและส่งออกอีกนับพันๆของประเทศไทย ปัจจุบันมีเกษตรกรผู้ผลิตนาแปลงใหญ่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของระบบเกษตรแปลงใหญ่จำนวนมาก ในปี 2560 จังหวัดเชียงราย มีกลุ่มเกษตรกรจำนวน 26 กลุ่ม เกษตรกรที่เป็นสมาชิก 1,594 ราย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร,2560) ที่ขึ้นทะเบียนเข้าร่วมโครงการส่งเสริมระบบเกษตรแบบนาแปลงใหญ่ เพื่อเก็บข้อมูลการจัดทำทะเบียนสมาชิกและบันทึกข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก ปีที่ผ่านมาผลผลิตของเกษตรกรที่เข้าร่วมระบบเกษตรแปลงใหญ่ สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ร้อยละ 19 และสามารถผลิตข้าวที่มีคุณภาพได้ร้อยละ 13 (กรมส่งเสริมการเกษตร,2560) ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยনারายณ์ ตำบลเวียงชัย อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยনারายณ์ ยังพบปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการกลุ่มอย่างต่อเนื่อง (กรมการข้าว,2563) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยনারายณ์ที่เหมาะสมตามนโยบายของรัฐมนตรีนว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการบริหารจัดการกลุ่มที่เข้มแข็ง มีรายได้ที่มั่นคง เกิดความยั่งยืนในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยনারายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

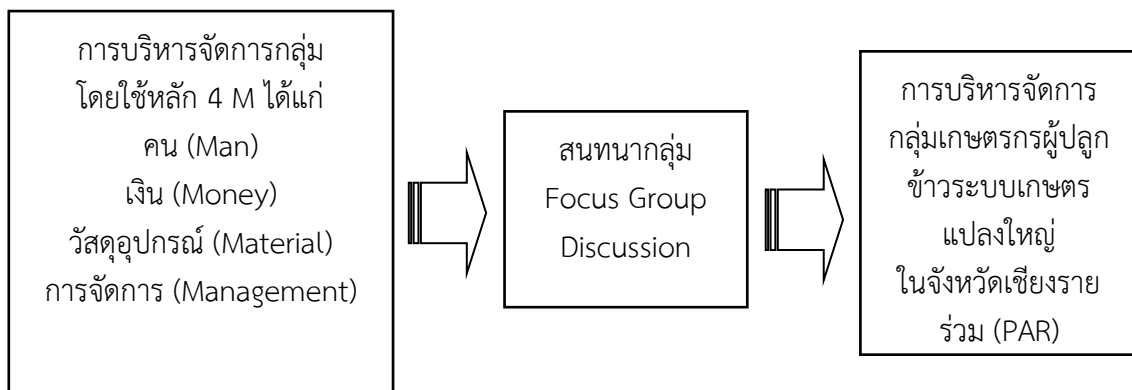
ทราบแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชนารายณ์ที่มีความเหมาะสม อีกทั้งยังส่งผลทำให้เกิดความเข้มแข็งแก่เกษตรกรในระยะยาว และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ตลอดจนการขยายเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตระบบเกษตรแบบนาแปลงใหญ่ให้มีศักยภาพที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านความมั่นคง เศรษฐกิจและสังคมในชุมชนให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริงภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในการแข่งขัน ทั้งระดับภูมิภาค ระดับประเทศในอนาคต อีกทั้งเป็นธุรกิจชุมชนต้นแบบสำหรับพื้นที่อื่นๆต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ในส่วนของการผลงานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วม ดังนี้ รุ่งทิพย์ ศุภย์ตรง (2546) ได้ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแหลมคุณ จังหวัดอุดรธานี พบว่า กลุ่มมีรูปแบบการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ มีการแบ่งหน้าที่ เช่น ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายจัดซื้อและจำหน่าย ฝ่ายผลิต ฝ่ายควบคุมตรวจสอบคุณภาพ และการตลาด โดยการบริหารจัดการกลุ่มมีประธานเป็นผู้กำกับดูแลและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมให้แก่กลุ่มใหญ่ และกิจกรรมกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่ม การผลิตเน้นใช้แรงงานในครอบครัว และบางกลุ่มมีการจ้างแรงงานจากสมาชิกในกลุ่มของตนเอง สะท้อนให้เห็นว่าศักยภาพของกลุ่มอยู่ในระดับที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มมีการระดมหุ้น การจัดหางบประมาณจากหน่วยงานมาสนับสนุน การทำกิจกรรม มีการจัดสรรผลประโยชน์ (การปันผล) แก่สมาชิก การคิดต้นทุนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ สินค้าอุปโภค-บริโภค บริการแก่สมาชิก สำหรับกระบวนการผลิตและเทคโนโลยี กลุ่มมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์หลายชนิด เช่น ปลาข้าวผัด สมุนไพรขิงขมิ้น น้ำพริกนรก ปลาข้าวทอดเครื่อง และข้าวเกรียบ บางผลิตภัณฑ์มีการผลิตซ้ำซ้อนกัน จึงเป็นปัญหาอุปสรรคในการใช้ผลผลิตที่มีมาตรฐานอาหารและยา (อย.) การตัดราคากันเอง และปัญหาการจัดหาบัญชีสรุปผลรายรับ รายจ่ายการทำกิจกรรม และมีข้อเสนอแนะเพื่อให้กลุ่มได้มีการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน ควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน การควบคุมการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาความรู้ การจัดหาบัญชี ก็จะทำให้กลุ่มเกิดความเชื่อมั่น การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เสาวดี ศรีฟ้า (2551) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการบริหารจัดการที่เป็นอยู่ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เพื่อพัฒนาแนวทางเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เพื่อศึกษาความร่วมมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่เป็นอยู่พัฒนาแนวทางความร่วมมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแนวทางเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เป็นวิธีวิทยาวิจัย พบว่า แนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในตำบลป่าสักมีขั้นตอน ดังนี้ (1) ศึกษาบริบทกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและค้นหาที่วิจัยหลัก (2) กำหนดทีมวิจัยร่วมและทำความเข้าใจเรื่องงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น (3) พัฒนาโจทย์วิจัย (4) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (5) ออกแบบกิจกรรมเพิ่มศักยภาพของกลุ่ม 4 ด้านพัฒนา ด้านการจัดการกลุ่ม

พัฒนาด้านคุณภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ พัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ และพัฒนาด้านการตลาด โดยใช้กระบวนการเสริมองค์ความรู้ใหม่ การจัดกิจกรรมเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นการฝึกปฏิบัติจริงเพื่อนำไปสู่การพัฒนา (6) ดำเนินการตามแผนกิจกรรม เช่น การศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรมตลาดนัด การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น (7) สรุปบทเรียนการดำเนินงานและ (8) วิเคราะห์ปัจจัยที่เอื้อต่อ การเพิ่มศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร พบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในตำบลป่าสัก อำเภอมือง จังหวัดลำพูน มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการที่เป็นอยู่ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเป็นอย่างดี รวมถึงเมื่อมีการนำกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) มาใช้ในการวิจัย ทำให้แม่บ้านตระหนักถึงความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในกลุ่มมากขึ้น การศึกษาวิจัยในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรภาคเหนือในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านจึงมีความสำคัญต่อพัฒนาการการบริหารจัดการของกลุ่มแม่บ้านให้ เป็นไปด้วยความร่วมมือร่วมใจและละเอียดรอบคอบในการจัดการผลิตภัณฑ์มากขึ้น

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชนารายณ์แบบการมีส่วนร่วมโดยการสนทนากลุ่ม เน้นสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ตลอดจนการขยายเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตระบบเกษตรนาแปลงใหญ่ให้มีศักยภาพที่ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านความมั่นคง เศรษฐกิจและสังคมในชุมชนให้เกิดความยั่งยืนในพื้นที่



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชนารายณ์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย โดยยึดหลักการการบริหารธุรกิจ 4 M ได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการจัดการ (Management) โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ตัวแทนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากภาครัฐ ผู้นำเกษตรกร คณะกรรมการบริหารกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม จำนวน 17 ท่าน ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบล 1 ท่าน ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล 1 ท่าน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนระดับอำเภอ 2 ท่าน เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานส่งเสริมกลุ่มอาชีพ 2 ท่าน เจ้าหน้าที่จากสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ 2 ท่าน เจ้าหน้าที่จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 1 ท่าน เจ้าหน้าที่จากกรมการข้าว 1 ท่าน นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ 1 ท่าน คณะกรรมการกลุ่ม 3 ท่าน และสมาชิก

กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าว 3 ท่าน โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการและสมาชิก กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวระบบเกษตรแปลงใหญ่ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพการณ์ปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรค และร่วมค้นหาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มจัดประชุมเพื่อระดมสมอง โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นำข้อมูลที่ได้มารวบรวม และวิเคราะห์เนื้อหา โดยนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

การบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวแปลงใหญ่ไชยนารายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย ศึกษาวิจัยโดยยึดหลักการการบริหาร 4 M ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการจัดการ (Management) สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพการณ์ปัจจุบันในการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวแปลงใหญ่ไชยนารายณ์ ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการคน สมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวแปลงใหญ่ไชยนารายณ์ สภาพการณ์ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มในลักษณะตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ไม่ได้เป็นการรวมกลุ่มโดยธรรมชาติ ทำให้สมาชิกกลุ่มบางคนไม่ทราบวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการรวมกลุ่ม ขาดความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่ม ไม่มีการวางแผนในการกำหนดโครงสร้างการแบ่งงานการมอบหมายงานในกลุ่มไม่มีความชัดเจน ส่งผลทำให้สมาชิกไม่ทราบบทบาทและหน้าที่ของตนเองที่ต้องรับผิดชอบ อีกทั้งสมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ ตลอดจนการร่วมแก้ไขปัญหาต่างๆของกลุ่มน้อยมาก

2. ด้านการบริหารจัดการเงินทุน กลุ่มได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และจากการสมทบโดยการลงหุ้นของสมาชิกกลุ่มจำนวนหนึ่ง ปัญหาที่ผ่านมาและเป็นปัญหาต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันคือ ไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการพิจารณาจัดสรรเงินทุนให้แก่สมาชิก เนื่องจากคณะกรรมการบริหารกลุ่มนำเงินไปจัดซื้อคอมพิวเตอร์ วัสดุอุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ ตู้จัดเก็บเอกสาร เป็นต้น ซึ่งในระยะเริ่มต้น ในการจัดตั้งกลุ่มยังไม่มีเงินจำเป็นสำหรับอุปกรณ์สำนักงานดังกล่าวมากนัก อีกทั้งให้สมาชิกกลุ่มบางคนกู้ยืมเงินส่วนกลางของกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนมาโดยกลุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเงินไปซื้อปุ๋ย ยาและเมล็ดพันธุ์ข้าวในการประกอบอาชีพ แต่ปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มบางคนได้เงินส่วนนั้นนำไปใช้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ เช่น นำไปซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดปัญหาตามมา รวมทั้งกลุ่มเกษตรกรไม่มีการออมเงินไว้เป็นกองทุนหรือทุนสำรองส่วนกลางของกลุ่ม ส่งผลทำให้การบริหารจัดการด้านเงินทุนของกลุ่มเกิดการขาดสภาพคล่องได้ง่าย

3. ด้านการบริหารจัดการวัสดุอุปกรณ์ ปัจจุบันสมาชิกกลุ่มต่างคนต่างหาซื้อวัสดุอุปกรณ์กันเอง เช่น เมล็ดพันธุ์ข้าว ปุ๋ย ยา เป็นต้น เนื่องจากเข้าใจว่าได้รับการจัดสรรปันส่วนเงินทุนจากคณะกรรมการบริหารกลุ่มโดยการกู้เงินจากเงินส่วนกลางของกลุ่มไปแล้วนั้นทำให้สมาชิกกลุ่มต่างคนต่างซื้อในราคาที่แพง ส่งผลทำให้มีต้นทุนสูง และได้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่มีคุณภาพ เนื่องจากเกษตรกรบางคนเป็นผู้สูงอายุ ไม่ได้ทำการสำรวจและเปรียบเทียบราคาในแต่ละห้างร้านจึงง่ายต่อการโดนเอาเปรียบ

4. ด้านการบริหารจัดการ สภาพการณ์ปัจจุบันการบริหารจัดการ ประชาน และคณะกรรมการบริหารกลุ่ม มีการแบ่งอำนาจหน้าที่กันในการทำงานยังไม่มีมีความชัดเจน คณะกรรมการกลุ่มบางคนไม่มีความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการการดำเนินงานของกลุ่ม ยังขาดการกำหนดโครงสร้าง

การวางแผนระบบการทำงาน และการแบ่งงานความรับผิดชอบที่ชัดเจน ไม่มีการวางแผนด้านการผลิต และแผนการตลาด ปัจจุบันสมาชิกกลุ่มต่างคนต่างผลิตส่งผลให้ปริมาณและคุณภาพผลผลิตไม่คงที่ บางช่วงมีผลผลิตมากจนล้นตลาด แต่บางช่วงผลผลิตไม่เพียงพอ ประกอบกับยังขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านธุรกิจ ด้านการทำบัญชี จึงไม่สามารถจัดทำบัญชีได้ อีกทั้งยังขาดการประสานระหว่างงานหน่วยงานภาคีเครือข่ายสนับสนุนที่จะสามารถช่วยพัฒนาส่งเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการกลุ่มของคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม

แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยนารายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย

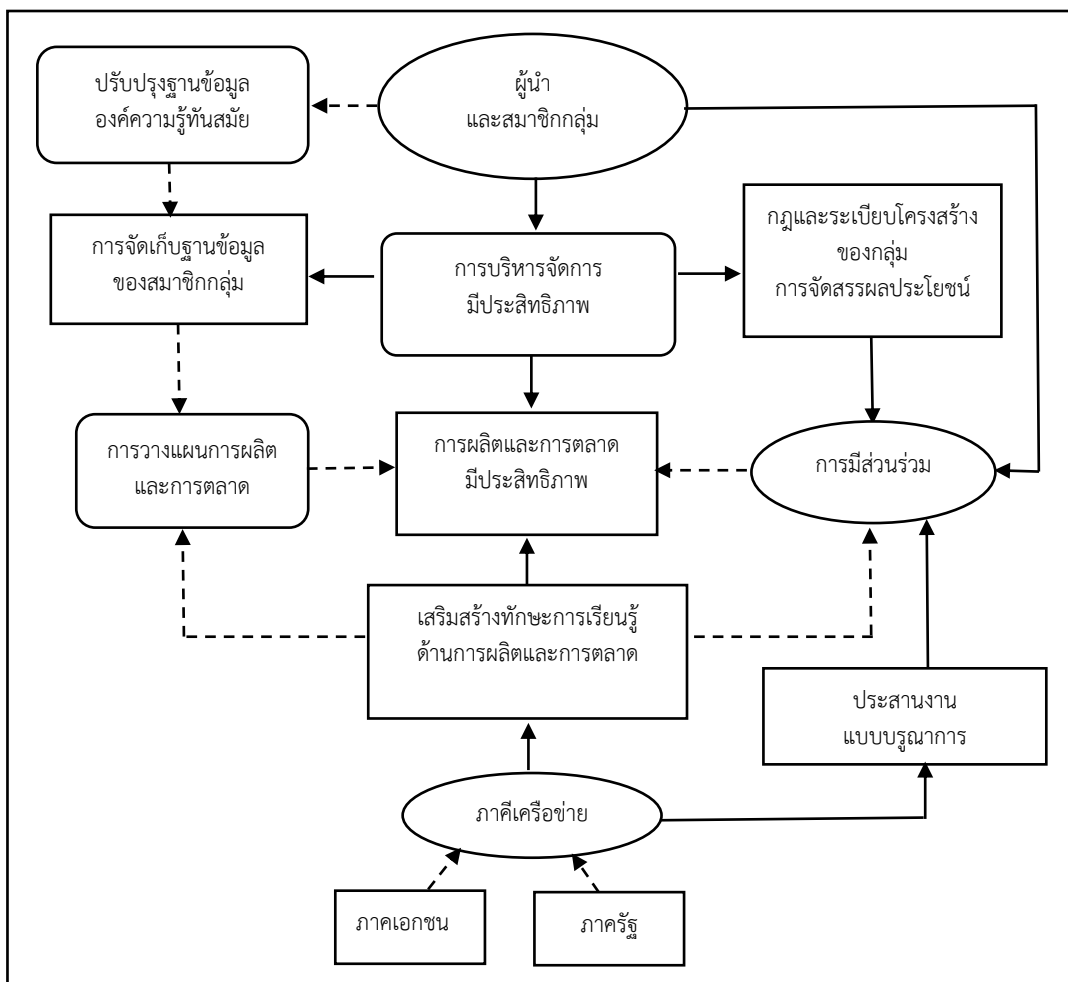
1. ด้านการบริหารจัดการสมาชิกกลุ่ม ผู้นำ คณะกรรมการบริหารจะต้องมีการจัดเก็บรายละเอียดฐานข้อมูลของสมาชิกกลุ่มที่เป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนการผลิตและการตลาด ทั้งนี้จะต้องมีจิตอาสาในการทำงานเพื่อส่วนรวม เป็นผู้ที่เสียสละ และต้องใช้ทักษะความรู้ความสามารถในการสื่อสารแบบบูรณาการ เพื่อเป็นตัวกลางในการประสานงานกับสมาชิกในกลุ่ม และหน่วยภาคีเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องได้รับการยอมรับจากสมาชิกกลุ่มเพื่อให้เกิดความเคารพนับถือ ทีมคณะกรรมการบริหารกลุ่มจะต้องกล้าคิด กล้าตัดสินใจ และสามารถสร้างความเชื่อใจให้แก่สมาชิกกลุ่มได้ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านจัดการสมาชิกกลุ่มที่ชัดเจนมีการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย และด้านหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มต้องให้ความร่วมมือในการดำเนินงานภายในกลุ่ม โดยสามารถไว้ใจซึ่งกันและกันสามารถตรวจสอบความโปร่งใสในการทำงาน และควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามโครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่ม และกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับภายในกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลทำให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยนารายณ์มีความเข้มแข็ง มีรายได้ และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2. ด้านการบริหารจัดการเงินทุน ในการบริหารจัดการกลุ่มด้านเงินทุนคณะกรรมการบริหารกลุ่มต้องมีการติดตาม ตรวจสอบเงินที่จัดสรรให้แก่สมาชิกว่าสามารถนำไปใช้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ขอหรือไม่ นอกจากนี้ควรจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิก เรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีการบริหารจัดการการเงิน บัญชีที่โปร่งใส อีกทั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่มต้องมีการระดมทุนจากสมาชิก เพื่อนำมาเป็นเงินทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม ทั้งนี้ควรส่งเสริมให้สมาชิกมีการออมเงินกับกลุ่มเพื่อเป็นการเพิ่มเงินทุน และช่วยเพิ่มสภาพคล่องของกลุ่มได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ต้องมีการกำหนดการจัดสรรผลประโยชน์เมื่อกลุ่มสามารถทำกำไรได้จากการรวมขายผลผลิตอาจจะเป็นในรูปแบบของเงินเฉลี่ยคืน และเงินปันผลรวมทั้งคณะกรรมการกลุ่มจะต้อง มีการกำหนดด้านสวัสดิการต่างๆแก่สมาชิกกลุ่มอย่างเป็นธรรมเสมอภาค และเท่าเทียม

3. ด้านการบริหารจัดการวัสดุอุปกรณ์ คณะกรรมการบริหารกลุ่มต้องการวางแผนการผลิต โดยทำการสำรวจปัจจัยในการผลิตของสมาชิกเกษตรกรในกลุ่มว่าต้องการปัจจัยในการผลิตอะไรบ้าง ไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ เมล็ดพันธุ์ข้าว ปุ๋ย และยา หลังจากนั้นคณะกรรมการจัดหาโดยซื้อวัสดุอุปกรณ์เหล่านั้นให้แก่สมาชิก จะได้ในราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาด เนื่องจากซื้อในปริมาณที่มากขึ้น และมีคุณภาพที่ดีกว่า

4. ด้านการบริหารจัดการ ในบริหารการจัดการภายในกลุ่มนั้นจะต้องใช้หลักการมีส่วนร่วม โดยมีการกำหนดกฎ ระเบียบและข้อบังคับของกลุ่ม โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม ซึ่ง

จะส่งผลต่อการยอมรับและปฏิบัติตามของสมาชิกกลุ่ม อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการของผู้นำกลุ่มในการควบคุมสมาชิกกลุ่ม โดยการดำเนินงานของกลุ่มจะอยู่บนพื้นฐานของหลักกรรมภิบาล สามารถตรวจสอบ ติดตาม รายงานผลการบริหารจัดการของคณะกรรมการบริหารกลุ่มได้ มีการฝึกอบรมให้ความรู้เพื่อเกิดการพัฒนาทักษะแก่ผู้นำ และคณะกรรมการบริหารกลุ่มให้ความรู้มากยิ่งขึ้น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำและกลุ่มสมาชิกของกลุ่มในเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งมีการสร้างเครือข่ายร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในประเด็นด้านการบริหารจัดการกลุ่มแก่ผู้นำ คณะกรรมการบริหารอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเข้ามามีบทบาทและหน้าที่ในการสนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มเกษตรกรเกิดการเรียนรู้และมีทักษะในการเข้าร่วมกระบวนการกลุ่ม โดยเฉพาะด้านการวางแผนการผลิตและการตลาด ได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาด้านการผลิต ด้านการตลาด รวมไปถึงส่งเสริมให้ผลผลิตของกลุ่มมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยจากข้อเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มดังกล่าวสามารถแสดงภาพรวมการเชื่อมโยงแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยনারายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยনারายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจุบันการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ไชยนาทรายณ์ ประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการคน สมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่ม สอดคล้องกับขจรศักดิ์ วงศ์วิราช (2552) กล่าวว่า สมาชิกในกลุ่มขาดความเข้าใจในการรวมกลุ่ม และไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ที่แท้จริงในการรวมกลุ่มอาชีพ รวมทั้งผู้นำกลุ่มเป็นเพียงผู้นำในนามธรรมนั้น นอกจากนี้โครงสร้างการรวมกลุ่มยังไม่เป็นในลักษณะที่เป็นรูปธรรมไม่มีผังโครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่ม ไม่มีกิจกรรมในการดำเนินงานของกลุ่ม และขาดความร่วมมือ อีกทั้งสมาชิกไม่ค่อยแสดงความคิดเห็น ซึ่งสอดคล้องกับสาคร สุขศรีวงศ์ (2551) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของกลุ่มจะเกิดขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและทัศนคติของสมาชิกกลุ่ม หากสมาชิกมีความคล้ายคลึงกันโดยให้ความร่วมมือ การบริหารจัดการกลุ่มก็จะเป็นไปด้วยความราบรื่น แต่ถ้าสมาชิกมีความคล้ายคลึงกันมากเกินไปจะทำให้ขาดมุมมองในการทำงานที่มีความหลากหลาย ด้านการบริหารจัดการเงินทุนพบว่า ไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการจัดสรรเงินทุนให้แก่สมาชิก อีกทั้งใช้เงินไม่ตรงวัตถุประสงค์ที่ขอ ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2560) ส่งผลทำให้กลุ่มขาดสภาพคล่อง มีงบประมาณในการดำเนินงานไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ประยุทธ์ แก้วน้อย (2551: บทคัดย่อ, อ่างในสุนทร ช่างถม, 2553: 34) กล่าวว่า เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มนำเงินไปใช้ผิดประเภทนั่นเอง ด้านวัสดุอุปกรณ์ พบว่า ไม่มีการรวมซื้อวัสดุอุปกรณ์การเกษตร ต่างคนต่างซื้อจึงได้ในราคาที่แพง แต่หากมีการรวมกันซื้อปุ๋ย ยา จะทำให้มีอำนาจต่อรองกับร้านค้า ได้ส่วนลดจากร้านค้าช่วยลดต้นทุนในการผลิต สอดคล้องกับที่ศศิภัทร พงษ์ กษัตริย์ (2549: 5-7) กล่าวว่า ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด คือ กลุ่มอาจซื้อวัสดุอุปกรณ์บางอย่างรวมกันได้จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง ด้านการจัดการ คณะกรรมการบริหารกลุ่ม ขาดประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจ ไม่มีการกำหนดเป้าหมาย การวางแผนการดำเนินงานด้านการผลิตและการตลาด ทำให้กลุ่มขาดประสิทธิภาพในการทำงาน สอดคล้องกับ รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2549: 219) กล่าวว่า ผู้นำจะเป็นผู้กำหนดปัญหา วางแผน ตัดสินใจ และรับผิดชอบต่อการดำเนินงาน ในองค์การของกลุ่ม ทีมแผนกงาน หรือองค์การโดยรวมจะขึ้นอยู่กับผู้นำเป็นบุคคลที่ได้รับความคาดหวังว่าเป็นบุคคลที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ ผลการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ด้านคณะกรรมการบริหารกลุ่มจะต้องมีการกำหนดแนวทางที่ชัดเจนเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย มีการสื่อสาร กำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับอย่างเป็นรูปธรรม ด้านเงินทุน จะต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการเงินที่ชัดเจน บริหารเงินทุนให้เกิดดอกออกผล และมีการกำหนดการจัดสรรผลประโยชน์ สวัสดิการต่างๆ แก่สมาชิก ด้านวัสดุอุปกรณ์ ควรมีการรวมซื้อโดยการสำรวจความต้องการจากสมาชิกกลุ่มเพื่อให้ได้ในราคาที่ต่ำลง สุดท้ายด้านการจัดการ การดำเนินงานบริหารจัดการของกลุ่มจะต้องยึดหลักการมีส่วนร่วม และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการในกลุ่ม พัฒนาด้านการวางแผนการผลิต การตลาด และการพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ อีกทั้งมีการอบรมเสริมสร้างทักษะให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม ด้วยการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอกที่ให้การสนับสนุนด้านต่างๆแก่กลุ่มอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานต่างๆของภาครัฐในพื้นที่ ควรส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มและการพัฒนา กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวระบบเกษตรแปลงใหญ่ในจังหวัดเชียงรายแบบบูรณาการร่วมกัน

เช่น ด้านส่งเสริมอาชีพ ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้านเงินทุน และการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มากขึ้น เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาโดยการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนและสภาพการผลิต การตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อนำ มาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการและพัฒนากลุ่มสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการข้าว. (2563). ติดตามงานผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว 1 ศูนย์ 100 ตำบล ต้นแบบกลุ่มเกษตรกรโครงการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวของศูนย์ข้าวชุมชนในพื้นที่โครงการระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ จังหวัดเชียงราย. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2563, จาก <http://www.ricethailand.go.th/web/index.php/mactivities/7617-2020-02-06-10-06-05>

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2560). รายงานการจัดสรรงบประมาณโครงการส่งเสริมระบบเกษตรแบบแปลงใหญ่. สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2563, จาก https://ssnet.doae.go.th/wp-content/uploads/2017/08/scan_0030.PDF

ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2552). การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพเกษตรกรผักปลอดสารพิษบ้านจำ หมู่ที่ 6 ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2563, จาก <http://www.oknation.net/blog/koorpai/2009/06/12/entry-4>

รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2549). การจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

รุ่งทิพย์ ศูนย์ตรง. (2546). รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแหลมคูณ หมู่ 5 อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี. กรมส่งเสริมการเกษตร.

ศศิภัทร พงษ์กษัตริย์. (2549). การส่งเสริมการรับงานไปทำที่บ้าน. กรุงเทพฯ: กรมการจัดหางาน.

สาคร สุขศรีวงศ์. (2551). การจัดการ: จากมุมมองนักบริหาร. กรุงเทพฯ: จี.พี.ไฮเบอร์พริ้นท์.

สุนทร ช่างถม. (2553). การประเมินโครงการส่งเสริมกลุ่มอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองพลวง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐ

ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิตวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เสาวดี ศรีฟ้า. (2551). แนวทางการเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดนครราชสีมา. (2560). การเข้าถึงกองทุนส่งเสริมการจัดสวัสดิการขององค์กรสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา: รายงานผลการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2563, จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER18/DRAWER003/GENERAL/DATA0000/00000251.PDF>

ช่องว่างของแนวคิดคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม Service Quality Gaps of the Thai Hotel Business

สุพิเชษฐ์ ทองอ่อน Supichet Tong-on¹
เกศศิริ เจริญวิศาล Kaedsiri Jaroenwisan²

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการเสนอเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อหาช่องว่างของแนวคิดคุณภาพการบริการ 5 ด้านของ Parasuraman, Zeithaml & Berry, (1990) ในธุรกิจโรงแรมเนื่องจากแนวคิดนี้มีมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985 และยังคงมีการศึกษาที่อ้างอิงแนวคิดดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการมากขึ้น อาทิ ด้านเทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านความรู้ของผู้บริโภค ด้านช่วงวัย ด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าประเด็นในการอ้างแนวคิดคุณภาพการบริการในการอธิบายปรากฏการณ์นั้นยังไม่เพียงพอในปัจจุบันนี้ เพราะคุณภาพการบริการมีบทบาท และเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการนั้นคือ ธุรกิจโรงแรม

คำสำคัญ: ช่องว่าง แนวคิด คุณภาพการบริการ โรงแรม

Abstract

This article is a study of the gap between the 5 quality service concepts of Parasuraman, Zeithaml & Berry, (1990) in the hotel business. This concept has been around since 1985 and is still being investigated. Studies consistently refer to these concepts while there are currently changes in various factors that have an influence on the quality of service, such as technology, consumer behavior, consumer knowledge, generation, economics, society and environment, etc. Therefore, it can be concluded that the point of the concept of service quality in explaining phenomena as the quality of service plays a role and is an important strategy for business competition especially businesses that have to focus on service quality, the hotel business.

Keywords: Gap, Concept, Service Quality, Hotel

บทนำ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: supichett@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิทยาการจัดการงานนิเทศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) มีกรอบแนวคิดด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น เป็นช่วงของการฟื้นฟูเศรษฐกิจให้กลับมาขยายตัวโดยการเร่งลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ตามแผนที่วางไว้ สร้างบรรยากาศการลงทุนที่จูงใจให้ภาคเอกชนขยายการลงทุนรวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน สนับสนุนคนไทยให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น มีการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงกันปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ทันสมัย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2559) เมื่อพิจารณาจากธุรกิจโรงแรมจะได้ประโยชน์ คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางได้สะดวกมากขึ้น เพราะรัฐบาลมีการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงจากเมืองหลักไปสู่เมืองรอง มีการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีการส่งเสริมความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงได้รับผลประโยชน์ในการท่องเที่ยวมากขึ้นในการสนับสนุนของภาครัฐบาล หากธุรกิจโรงแรมมีความสามารถในการปรับตัว ปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่รองรับนโยบายของรัฐบาล จึงจะอยู่รอดในการแข่งขันที่สูงตามขึ้นด้วย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญให้แก่ประเทศ แต่ปัจจุบันมีเหตุการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ต้นปี 2563 ที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างรุนแรง จากการสำรวจความผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไตรมาส 1/2563 พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวลดลงเท่ากับ 57 ซึ่งต่ำกว่าไตรมาส 4/2562 ที่ระดับ 88 (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) ส่งผลให้เศรษฐกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายตามที่ต้องการ ดังที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางไว้ ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในความปลอดภัย และหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่ธุรกิจโรงแรมต้องมี คือ คุณภาพการให้บริการ เนื่องจากพิจารณาแล้วจะเห็นว่าในปัจจุบันได้มีสิ่งต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งไม่เพียงพอต่อการกำหนดคุณภาพการบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรม ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาความต้องการคุณภาพการบริการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อสามารถนำไปประยุกต์ในส่วนคุณภาพการบริการต่อไป ดังนั้นบทความนี้ต้องการนำเสนอช่องว่างของคุณภาพการบริการเพื่อหาความต้องการของลูกค้าที่ยังไม่ได้ค้นพบ และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการบริการต่อไป

แนวคิดการบริการ

การบริการ คือ การกระทำ ความพยายามหรือประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ทางกายภาพ รวมถึงสินค้า วัตถุ และสิ่งของ บริการจะเป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอของผู้ผลิตสินค้า (Zeithaml & Bitner, 1996) การบริการในฐานะที่เป็นวัตถุแลกเปลี่ยนมีมูลค่าตลาดไม่เพียงแต่สำหรับผู้ให้บริการเท่านั้น แต่สำหรับลูกค้าซึ่งเป็นผู้ใช้บริการ (Eiglier & Langeard, 1999) สามารถรับรู้ภายใต้เงื่อนไข 2 ประการในการใช้บริการ คือ ประการแรกเกี่ยวข้องกับทรัพยากร วัสดุ และพนักงานบริการ และประการที่สองกับผู้ใช้ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า Gronroos (2000) ให้คำนิยามของการบริการว่า ความปรารถนาขององค์กรที่จะส่งมอบบริการแก่ลูกค้า ความพร้อมที่จะแก้ไขปัญหา มีการรวบรวม

ข้อมูลข่าวสาร และใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม รวมถึงมีวิธีปฏิบัติที่มีความแตกต่างกันตามความหลากหลายของลูกค้า ในขณะที่ Holloway (2002) เห็นว่า การบริการมี 2 มิติ ได้แก่ 1) การเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้า 2) การสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า โดยหากทำการเชื่อมโยง 2 มิตินี้เข้าไว้ด้วยกันลูกค้าจะได้รับประโยชน์ทั้งทางสังคมและทางจิตวิทยา ดังนั้นคุณค่าบริการจึงขึ้นอยู่กับคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ แนวคิดการบริการจึงเป็นแนวคิดที่กว้างและบ่งบอกถึงวิธีการรับ และวิธีการให้บริการโดยการออกแบบรูปแบบการบริการเพื่อบ่งบอกถึงการให้การสนับสนุนภายในองค์กร โดยมีการระบุปัญหาของลูกค้าอย่างชัดเจน รวมถึงมีความเข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้าที่ต้องการจะได้รับการแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม

กล่าวโดยสรุปการบริการ หมายถึง กระบวนการนำเสนออรรถประโยชน์หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคต้องการ โดยผู้ให้บริการจะเป็นผู้ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ ทั้งนี้อาจมีการใช้อุปกรณ์หรือมีเฉพาะการกระทำเท่านั้นก็ได้ อีกนัยหนึ่งการบริการ หมายถึง การกระทำที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่มีวัสดุสิ่งของหรือสินค้าเป็นส่วนประกอบของการกระทำนั้น ๆ แต่ปรากฏผลออกมาในเชิงรูปธรรม โดยนัยของความหมายการให้บริการดังกล่าว เมื่อสภาพแวดล้อมในธุรกิจปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนให้ต้องมีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ทำให้การให้บริการต้องเน้นการสร้างความเป็นที่หนึ่งหรือความเป็นเลิศเพื่อให้สามารถอยู่เหนือคู่แข่ง ความเป็นเลิศในการบริการ (Service Excellence) เป็นความผูกพันที่องค์กรมุ่งเน้นที่การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Focus) ซึ่งมาตรฐานการบริการและการวัดผลการดำเนินงานสามารถทำได้โดยการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ตามข้อกำหนดของ ISO 9000 นอกเหนือจากเกณฑ์การวัดผลข้างต้น การวัดผลความเป็นเลิศสามารถพิจารณาเพิ่มเติมได้จากการได้รับการยอมรับ การยกย่อง และให้รางวัล ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า การเพิ่มยอดขาย และส่วนแบ่งตลาดด้วย

หากมองการบริการเพียงอย่างเดียว จะทำให้ลูกค้าได้รับการตอบสนองเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น จึงจำเป็นต้องมีคุณภาพเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้อง เพราะคุณภาพจะเกี่ยวข้องในด้านการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีการตอบสนองทั้งสองฝ่าย คือฝ่ายผู้รับบริการ และฝ่ายผู้ให้บริการ หากลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ลูกค้าก็จะเกิดความคาดหวังในการใช้บริการครั้งต่อไปและกลับมาใช้บริการอีก

แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ

หนึ่งในผลงานคุณภาพการบริการที่เสนอโดย Parasuraman et al., (1990) เป็นรูปแบบการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นช่องว่างระหว่างการบริการที่คาดหวัง และการรับรู้การบริการที่สามารถอธิบายองค์ประกอบของ SERVQUAL ดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibility) หมายถึง การมองเห็นได้ถึงลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ด้านอุปกรณ์และลักษณะของบุคลากร ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์ต่าง ๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่ให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้ได้รับความสะดวกสบาย และมีการดูแลเอาใจใส่ด้วยความตั้งใจจากผู้ให้บริการ ซึ่งจากสิ่งที่รับรู้ได้ดังกล่าวนี้จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจนเพิ่มขึ้น
2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่เชื่อถือได้ และความสามารถในการให้บริการตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่รับบริการได้อย่างทันที่

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีความมุ่งมั่น และมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้ารวมถึงให้บริการที่รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

4. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความสามารถที่ผู้ให้บริการแสดงออกถึงทักษะ ความรู้ ความอนุเคราะห์จากพนักงาน และความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจให้มีความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ

5. ความเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างต่อเนื่อง และได้รับความสนใจจากผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

SERVQUAL เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยจะตั้งอยู่ของการยืนยันความคาดหวัง และอาศัยช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่ได้รับ และการประเมินการรับรู้เกี่ยวกับการบริการ และจะมีแนวทางของ SERVPERF (Cronin & Taylor, (1992) อ้างอิงจาก Miranda, Tavares & Queiro, 2018) ซึ่งจะกล่าวถึงว่าคุณภาพการให้บริการจะต้องมีการวัดโดยใช้การรับรู้คุณภาพของลูกค้า ซึ่งแนวคิดทั้งสองจะยืนยันการมีอยู่ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า แต่ SERVPERF จะเป็นสเกลที่เลือกปฏิบัติและเป็นการอธิบายความหลากหลายในการบริการโดยรวม และยังเป็นเครื่องมือที่น่าเชื่อถือ ส่วน SERVQUAL จะเด่นในเรื่องการสร้างความสามารถในการวินิจฉัยที่เหนือกว่าเพื่อระบุพื้นที่สำหรับการแทรกแซงการจัดการที่ชัดเจน (Jain & Gupta, 2004)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler (2003) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็น ระดับความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลที่ได้รับ หรือประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับของความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความ คาดหวัง (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ

ทฤษฎีลำดับฐานความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs Theory) ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์เป็นทฤษฎีแรงจูงในยุคต้นๆ ของวิวัฒนาการด้านนี้ เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1950 โดยนักจิตวิทยาชาวอเมริกันชื่อ อับบราฮัม มัสโลว์ (Abraham Maslow) โดยมีสมมติฐานว่าความต้องการของมนุษย์แบ่งได้เป็น 5 ระดับ คือ (สมาน อัครภูมิ, 2551)

1. ความต้องการพื้นฐาน (Physiological Needs) ประกอบด้วยความหิว ความกระหาย ที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ และความต้องการทางร่างกายต่าง ๆ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ได้แก่ ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย และการได้รับการปกป้องจากภัยทั้งด้านกายภาพและด้านจิตใจ

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการด้านความรัก การเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม การยอมรับ และมิตรไมตรีจากเพื่อน

4. ความต้องการยอมรับนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกของบุคคล สำหรับปัจจัยภายในที่สำคัญ ได้แก่ การยอมรับนับถือตนเอง ความเป็นตัวของตัวเอง ความสำเร็จ ส่วนปัจจัยภายนอกได้แก่ สถานภาพ การยอมรับนับถือ และการได้รับความสนใจจากผู้อื่น เป็นต้น

5. ความต้องการการบรรลุศักยภาพของตนเอง (Self-actualization Needs) เป็นแรงขับที่ไขว่คว้าในการเป็นตัวตนของบุคคลตามศักยภาพแห่งตน เป็นความต้องการที่ก้าวไปสู่จุดสูงสุดที่ตนเองทำได้ตามเป้าหมายและความสามารถของตน และการเติมเต็มความเป็นตัวของตนเอง หรืออาจเรียกว่า สัจการแห่งตน นั่นเอง

ซึ่งหากมองในด้านคุณภาพการบริการ คุณภาพการบริการต้องให้ลูกค้าพึงพอใจ ซึ่งในความพึงพอใจของลูกค้านั้นก็มาจากการต้องการของมนุษย์นั่นเอง

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

ความคาดหวัง คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากการได้รับบริการ โดยมีตัวกำหนดหลากหลายปัจจัยที่มีอิทธิพล เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสถานการณ์ และประสบการณ์ ทฤษฎีความคาดหวังได้กำหนดกรอบของปัจจัยด้านเครื่องมือวัดความคาดหวัง (Expectancy Instrumentality and Valence) โดยทฤษฎีความคาดหวังของ Victor Vroom (1964) สรุปได้ 5 ข้อ คือ

1. การกำหนดความพยายามเป็นพื้นฐานความคิดของทฤษฎีความคาดหวัง กล่าวคือ แรงจูงใจเป็นปัจจัยที่เกิดโดยผลที่ได้รับมาจากความคาดหวังของคนในเหตุการณ์ตามเหตุผลของการกระทำนั้น ๆ

2. ความคาดหวัง หมายถึง ความเป็นไปได้ถึงความพยายามที่ทำให้เกิดการกระทำที่บุคคล ผลจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับความพยายามและการกระทำ

3. ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น

4. คุณค่า ค่าของผลลัพธ์เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจหรือไม่ดึงดูด

5. ความพยายาม เป็นผลรวมของความคาดหวัง

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้ยอมรับว่าไม่มีหลักสากลใดที่จะสามารถอธิบายแรงจูงใจของปัจเจกบุคคลได้ทั้งหมด เนื่องจากจะต้องเข้าใจความต้องการของคนว่ามักที่จะแสวงหาความพึงพอใจตลอดเวลา ซึ่งความคาดหวังจะเป็นความเชื่อที่นิยมว่าเป็นการจัดประสิทธิภาพที่จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในทฤษฎีความคาดหวัง โดยผลตอบแทนที่ได้รับจะเป็นผลมาจากการบรรลุเป้าหมายด้านประสิทธิภาพ (Lee, 2018)

โรงแรม

ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ได้ให้มาตรฐานการท่องเที่ยวสำหรับที่พักที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม โดยครอบคลุมประเภทต่าง ๆ ทั้ง 4 ประเภท ดังนี้ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยนี้ใช้สำหรับสถานที่พักที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม ทั้ง 4 ประเภท ดังนี้

1. โรงแรมประเภท 1 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก

2. โรงแรมประเภท 2 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก และห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร

3. โรงแรมประเภท 3 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการหรือห้องประชุมสัมมนา

4. โรงแรมประเภท 4 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ได้ให้มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

1. โรงแรม (Hotel Standard) หมายถึง สถานที่พักจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

1.1 สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราว ซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้ โดยมิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน

1.2 สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไป

1.3 สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

หากมองคุณภาพการบริการของโรงแรม โรงแรมจะมีระดับคุณภาพ มาตรฐานที่แตกต่างกัน คุณภาพการบริการก็จะแตกต่างกันในระดับของมาตรฐานของโรงแรมเช่นเดียวกัน

แนวคิดเกี่ยวกับช่วงวัย

การศึกษาในเรื่องช่วงวัย นักการตลาดและนักวิจัยได้แบ่งประชากรออกเป็นช่วงวัยต่าง ๆ ตามช่วงอายุที่แตกต่างกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสื่อ สังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การศึกษา และประสบการณ์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อแนวคิดของคนแต่ละช่วงวัย ทำให้เกิดความคิด ค่านิยม ทักษะคติ มุมมองทางสังคม พฤติกรรมต่าง ๆ โดยจะเกิดขึ้นอย่างถาวร และเติบโตไปพร้อมช่วงวัยนั้น (Bergh & Behrer, 2011 อ้างใน เกริดา โคตรชาวี, 2555)

ลักษณะของช่วงวัยต่าง ๆ

ได้มีการแบ่งกลุ่มตามเกณฑ์ช่วงอายุ โดยได้ศึกษาวิเคราะห์ความแตกต่าง ความคิด และพฤติกรรมในการใช้ชีวิต ประกอบด้วย 4 กลุ่ม ดังนี้ (โพสท์ทูเดย์, 2562)

1. ช่วงวัยเบบี้บูมเมอร์ส (Baby Boomer) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2507 ในยุคสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้ประเทศต่าง ๆ มีนโยบายส่งเสริมให้ประชากรมีทายาทมากขึ้น ส่งผลให้มีการเกิดประชากรในอัตราที่สูงมาก และประชากรกลุ่มนี้มาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงยุคเศรษฐกิจที่ตกต่ำไปสู่ยุคอุตสาหกรรม มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจจึงส่งผลให้ลักษณะของคนกลุ่มนี้เป็นคนที่มีความอดทน ยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ดี เป็นคนจริงจังเคร่งครัดขนบธรรมเนียมประเพณี จะถูกจัดเป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม

2. ช่วงวัยเอ็กซ์ (Generation X) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508 – 2523 ลักษณะเด่นของประชากรกลุ่มนี้มีอุปนิสัยชอบความเสี่ยง ความอิสระ สนใจเทคโนโลยี ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดี เป็นตัวของตัวเองสูง ทำทุกอย่างได้ตามลำพัง ไม่พึ่งพาใคร

3. ช่วงวัยวาย (Generation Y) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 – 2538 กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกิดมาในช่วงการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน และใช้ชีวิตอยู่ในยุคที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ไม่ว่าจะการสื่อสารโทรคมนาคม การเข้าถึงข้อมูล

ข่าวสารได้ตลอดเวลา จึงให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีมากกว่าสังคมนอบข้าง ลักษณะเด่นของคนกลุ่มนี้ จะมีความมั่นใจในตัวเองสูง เน้นการทำงานเพื่อหวังผล มีความทะเยอทะยานสูง ต้องการความสำเร็จ

4. ช่วงวัยแซด (Generation Z) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นไป กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกรอบด้าน เรียนรู้การดำเนินชีวิตในสังคมแบบดิจิทัล การติดต่อสื่อสารไร้สาย เป็นกลุ่มที่เปิดกว้างทางความคิด วัฒนธรรมที่แตกต่าง ยอมรับความแตกต่าง แต่มีความอดทนต่ำ ต้องการคำอธิบายมากขึ้น ต้องมีเหตุผล ต้องรู้สึกได้ว่าได้เข้าใจกับทุกเรื่องในชีวิต

ซึ่งแต่ละช่วงวัยจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน คุณภาพการบริการต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ลูกค้าแต่ละช่วงวัยเกิดความพึงพอใจสูงสุดนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาการศึกษาพฤติกรรม

จิตวิทยา (Psychology) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ Psyche หมายถึง จิตหรือวิญญาณ และ Logos หมายถึง การศึกษาหรือศาสตร์วิชา วิทยาการ จิตวิทยาจึงหมายถึงวิชาที่ว่าด้วยจิตวิญญาณหรือการศึกษาค้นคว้าในด้านพฤติกรรมหรือการกระทำของมนุษย์และสัตว์ เพื่อค้นหาสาเหตุสำคัญอันเกิดจากร่างกายและจิตใจ ส่วนพฤติกรรม (Behavior) เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ของสิ่งมีชีวิตที่บุคคลกระทำ และบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้หรือใช้เครื่องมือทดสอบได้ เช่น การหัวเราะ ร้องไห้ กินนอน เล่น อากักรกระทำเหล่านี้เป็นลักษณะของพฤติกรรม (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2551) จิตวิทยาเป็นวิชาที่ศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักที่จะสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในการกระทำของตนเองและการกระทำของผู้อื่นโดยเฉพาะจุดมุ่งหมายที่จะหาคำตอบว่าเหตุใดคนจึงกระทำเช่นนั้น (understanding the behavior) และสามารถนำความรู้ความเข้าใจไปศึกษาวิเคราะห์ต่อเนื่องไปจนถึงระดับการคาดคะเนว่าพฤติกรรมดังกล่าวจะเกิดขึ้นอีกหรือไม่ และจะเกิดในสถานการณ์ใดบ้าง (prediction the behavior) ต่อจากนั้นหากศึกษาถึงขั้นที่จะควบคุมการกระทำให้เกิดขึ้นหรือไม่ให้เกิดขึ้นอย่างไร (controlling the behavior) ก็สามารถทราบได้ว่าเป็นการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ได้อย่างสมบูรณ์

กระบวนการเกิดพฤติกรรม

เมื่อบุคคลกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดขึ้นมา การแสดงออกเช่นนั้นได้ย่อมต้องอาศัยขั้นตอนของการเกิดอย่างเป็นกระบวนการมาก่อนทั้งสิ้น และในกระบวนการเกิดพฤติกรรมทั้งหมดนี้ เราอาจแยกออกเป็นกระบวนการย่อยได้อีกอย่างน้อย 3 กระบวนการ คือ (สุรางค์ ไคว์ตระกูล, 2553)

1. กระบวนการรับรู้ (perception process) กระบวนการรับรู้เป็นกระบวนการเบื้องต้นที่เริ่มจากการที่บุคคลได้รับสัมผัสหรือรับข่าวสารสัมผัสจากสิ่งเร้าต่างๆ โดยผ่านระบบประสาทสัมผัส ซึ่งรวมถึงการที่รู้สึก (sensation) กับสิ่งเร้าที่รับสัมผัสนั้น ๆ ด้วย

2. กระบวนการคิดและเข้าใจ (cognition process) กระบวนการนี้อาจเรียกได้ว่า กระบวนการทางปัญญา ซึ่งเป็นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยการเรียนรู้ การคิด และการจำตลอดจนการนำไปใช้หรือเกิดพัฒนาการจากการเรียนรู้ นั้น ๆ ด้วยการรับสัมผัส การรู้สึก ที่นำมาสู่การคิดและเข้าใจนี้ เป็นระบบการทำงานที่มีความละเอียดซับซ้อนมาก และเป็นกระบวนการภายในทางจิตใจ

3. กระบวนการแสดงออก (spatial behavior process) หลังจากผ่านขั้นตอนของการรับรู้และการคิดและเข้าใจแล้ว บุคคลจะมีอารมณ์ตอบสนองต่อสิ่งที่ได้รับรู้ นั้น ๆ แต่ยังมีได้แสดงออกให้ผู้อื่นได้รับรู้ ยังคงเป็นพฤติกรรมที่อยู่ภายใน (covert behavior) แต่เมื่อได้คิดและเลือกที่จะแสดงการ

ตอบสนองให้บุคคลอื่นสังเกตได้ เราจะเรียกว่าพฤติกรรมภายนอก (overt behavior) ซึ่งพฤติกรรมภายนอกนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่มีอยู่ทั้งหมดภายในตัวบุคคลนั้น เมื่อมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่ง การแสดงออกมาเพียงบางส่วนของที่มีอยู่จริงเช่นนี้ จึงเรียกว่า (spatial behavior) โดยแท้ที่จริงแล้วกระบวนการย่อยทั้ง 3 ขั้นตอนนี้ ไม่สามารถแยกเป็นขั้นตอนต่างหากหรือเป็นอิสระจากกัน เพราะการเกิดพฤติกรรมในแต่ละครั้งนั้นจะมีความต่อเนื่องสัมพันธ์กันอย่างมาก

การสังเคราะห์องค์ความรู้และข้อเสนอแนะ

ประเด็นในของการสังเคราะห์บทความนี้เป็นการคาดเดาว่า กรอบแนวคิดคุณภาพการบริการ 5 ด้านของ Parasuraman, Zeithaml & Berry, (1990) จะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการที่มากกว่า 5 ด้าน เนื่องจากการบริการถือเป็นหัวใจที่สำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้และความคาดหวังกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งมีงานวิจัยทั้งประเทศไทย และต่างประเทศได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจ วรรณกรรมปัจจุบันเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในโรงแรมได้ใช้รูปแบบของ SERVQUAL เท่านั้น และไม่ได้พยายามทดสอบขนาดของคุณภาพการบริการจากแบบจำลองคู่แข่ง (Padma & Ahn, 2020) ซึ่งแนวคิดของ Parasuraman et. al. เป็นแนวคิดที่ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985 และยังคงมีงานวิจัยที่ใช้แนวคิดนี้อยู่จนถึงปัจจุบัน จึงควรจะมีการหาแนวคิดขึ้นมาใหม่ เพราะในปัจจุบันนี้ได้มีปัจจัยต่าง ๆ ส่งผลต่อการเกิดคุณภาพการบริการ เช่น กฎหมาย เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต สิ่งแวดล้อม การเมือง ช่างวัย เป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งคุณภาพการบริการ 5 ด้านของ Parasuraman et. al. (1990) ไม่เพียงพอในสิ่งที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน ได้แก่

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangible) หมายถึง การมองเห็นได้ถึงลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ด้านอุปกรณ์และลักษณะของบุคลากร แต่ในปัจจุบันลูกค้าได้มองคุณภาพการบริการในสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ด้วย เช่น ชื่อเสียง (Reputation) เพราะชื่อเสียงเป็นการประเมินความน่าเชื่อถือขององค์กรและความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Lallement, Dejean, Euzéby & Martinez, 2019) เพราะลูกค้าได้รับข้อมูล ข่าวสาร จำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับชื่อเสียงของธุรกิจต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ต ทำให้ลูกค้าสร้างมาตรฐานก่อนจะตัดสินใจในการใช้บริการในสถานที่ใด (Shareef, Mukerji, Alrylat, Wright & Dwivedi, 2018) ซึ่งชื่อเสียงเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ แต่ลูกค้ามองว่าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพการบริการด้วย

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่เชื่อถือได้และความสามารถในการให้บริการตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่รับบริการได้อย่างทันท่วงที ในการที่ลูกค้าจะให้ความเชื่อถือของโรงแรมได้นั้น ลูกค้าจะหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และสร้างมาตรฐานก่อนจะตัดสินใจในการใช้บริการในสถานที่ใด (Shareef et. al., 2018)

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีความมุ่งมั่น และมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้ารวมถึงให้บริการที่รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ โดยในด้านนี้ จะต้องมีการใช้การตลาด 7 P's สำหรับการบริการ (Juneja, 2016) เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) การกำหนดราคา 3) สถานที่ 4) การส่งเสริมการขาย 5) คน 6) กระบวนการ 7) หลักฐานทางกายภาพ โดยในด้าน คน กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ เป็นเอกลักษณ์ของการตลาด

บริการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจจะตอบสนองคุณภาพการบริการได้นั้น จะต้องมีการใช้แนวคิดการตลาด 7 P's เข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องด้วย และในการตอบสนองต่อลูกค้าในปัจจุบันนี้ ต้องเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าของแต่ละช่วงวัยด้วย เพราะพฤติกรรมของแต่ละช่วงวัยจะมี ความแตกต่างทั้งในด้านความคิดและพฤติกรรมในการใช้ชีวิตอีกด้วย

4. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความสามารถที่ผู้ให้บริการแสดงออกถึงทักษะ ความรู้ ความอนุเคราะห์จากพนักงาน และความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจให้มีความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ โดยในด้านนี้จะใช้ในด้านคน กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ เป็นเอกลักษณ์ของการตลาดบริการ (Juneja, 2016) โดยเฉพาะทรัพยากรบุคคลเพราะพนักงานจะต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน (Noknoi, 2011) ซึ่งหากพนักงานไม่มีการอบรม ไม่มีความรู้ ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมที่ไม่ดีได้ คุณภาพการบริการที่ออกมาทำให้ลูกค้า ไม่ไว้วางใจ ซึ่งหากลูกค้าไม่ไว้วางใจในคุณภาพการบริการแล้ว ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพการบริการตามมาในการใช้บริการครั้งต่อไป

5. ความเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการเอาใจใส่ผู้รับบริการ อย่างต่อเนื่อง และได้รับความสนใจจากผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ซึ่งในการเอาใจใส่ลูกค้านั้นลูกค้าแต่ละช่วงวัยมีความต้องการ และต้องการความเอาใจใส่คนละอย่างแตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ivanova & Ryabinina (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินค่าการทำงานของตัวแทนช่วงวัยแซด และผลกระทบต่อพฤติกรรมขององค์กรของบุคคล พบว่าการทำงานเป็นตัวบ่งชี้ที่โดดเด่นของช่วงวัยแซดของประเทศรัสเซีย ประสิทธิภาพการพัฒนาจะพิจารณาจากระดับกิจกรรมการทำงาน การตอบสนองในสถานะที่มีความไม่แน่นอน การทำงานที่สมดุลกับชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น เป็นรูปแบบพฤติกรรมที่คาดหวังของช่วงวัยแซด เป็นต้น

บทสรุป

ในปัจจุบันนี้พฤติกรรมลูกค้าได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเนื่องจากมีปัจจัยต่าง ๆ กระตุ้นให้ผู้ลูกค้าเกิดการรับรู้ในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งจากการหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ทั้งลูกค้ามีการศึกษาที่สูงขึ้น เป็นต้น ทำให้ลูกค้าสามารถหาโรงแรมที่มีคุณภาพการบริการที่ดี แนวคิดคุณภาพการบริการที่เสนอโดย Parasuraman, et al., (1990) ต้องมีแนวคิดเพิ่มเติมหรือมีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้แนวคิดด้านคุณภาพการบริการมีความทันสมัยทันกับสิ่งต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลง ในการหาแนวคิดใหม่ ๆ ของคุณภาพการบริการต้องพิจารณาในด้าน ช่วงวัย ด้านการบริการ ด้านความพึงพอใจ ด้านความคาดหวัง ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น องค์ประกอบที่สำคัญ คือ จิตวิทยาพฤติกรรม เพราะการกระทำของตนเองและการกระทำของผู้อื่นโดยเฉพาะจุดมุ่งหมายที่จะหาคำตอบว่า คุณภาพการบริการที่ดีเป็นอย่างไร เพื่อให้การบริการเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด

ซึ่งจากแนวคิดความพึงพอใจ ความคาดหวัง ช่วงวัย และพฤติกรรมนั้น คุณภาพการบริการจะต้องมีความเกี่ยวข้องกันเพราะลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ก็จะมี ความคาดหวังในการใช้บริการในครั้งต่อ เนื่องจากความพอใจ ความคาดหวัง ก็มาจากพฤติกรรมของลูกค้าที่แสดงออกในแต่ละช่วงวัย หากผู้ธุรกิจโรงแรมเข้าใจสิ่งเหล่านี้ ก็จะประสบความสำเร็จในการสร้างคุณภาพการบริการให้กับธุรกิจของตนเองนั่นเอง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). *มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (เล่มที่ 2) ประเภทโรงแรม ระดับ 1-4 ดาว*. กรุงเทพฯ: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- เกริดา โคตรชาลี. (2555). *ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชาชาติธุรกิจ, (2563). *ดัชนีท่องเที่ยว Q1/63 โควิด ทูบเชื่อมั่นต่ำสุดในรอบ 9 ปี*. สืบค้น 29 เมษายน 2563, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-444466>
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, (2551). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพฯ.
- โพสต์ทูเดย์. (2562). *เข้าใจความต่างคน 4 เจเนอเรชั่น ทลายช่องว่างเพื่อการทำงานที่แฮปปี้*. สืบค้น 13 มีนาคม 2563, จาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/587633>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564*. สืบค้น 13 มีนาคม 2563, จาก <http://plan.bru.ac.th/wp-content/uploads/2018/12/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2-12-pdf?fbclid=IwAR3uw1KjLyXvHVPFvxMRna7yT3rIM86cnmo1YnldBfc8UJYBtbxHzLICgXU>
- สมาน อัครภูมิ. (2551). *การบริหารจัดการศึกษาศูนย์ใหม่ (แนวคิด ทฤษฎีและการปฏิบัติ)*. อุบลราชธานี: อุบลกิจออฟเซทการพิมพ์.
- สุรางค์ ไคว้ตระกูล, (2553). *จิตวิทยาการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Eiglier, P. & Langeard, E., (1999). *Marketing Services: Strategy and Management*. Vitagraf Ltd., Rijeka.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship*. (2th ed.). Management Approach. Wiley Chichester.
- Holloway, Stephen. (2002). *Airlines: Managing to Make Mooney*. England: Ashgate.
- Hyung-Woo Lee. (2018). Moderators of the motivational effects of performance management: A comprehensive exploration based on expectancy theory. *Public Personnel Management*. 48(1). pp. 27-55.
- Lallement, J., Dejean, S., Euzeby, F., & Martinez, C. (2020). The interaction between reputation and information search: Evidence of information avoidance and confirmation bias. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 53(2020). pp. 1-10.
- Ivanova, O. E., & Ryabinina, E. V., (2019). Assessing work values of Generation Z representatives and their impact on a person's organizational behavior. *Espacios*. 40(18), pp. 29-38.
- Noknoi, C. (2011). A human resource management model for equality for people of diverse sexual identity: A case study of an organizational strategy for diversity

- management. *NIDA Development Journal*. 51(4), 43-64.
- Jain, S. K. & Gupta, G., (2004). Measuring service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF scales. *ResearchGate*. 29(2). pp. 25- 37.
- Juneja, P. (2016). *The 7 Ps Of Services Marketing: A traditional and the unique marketing mix*. English: HR.com.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. (11 h ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2010). *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Miranda, S., Tavares, P., & Queiro, R. (2018). Perceived service quality and customer satisfaction: A fuzzy set QCA approach in the railway sector. *Journal of Business Research*. 89(2018), pp. 371-377.
- Padma, P., & Ahn, P., (2020). Guest satisfaction & dissatisfaction in luxury hotels: An application of big data. *International Journal of Hospitality Management*. 84(2020), pp. 1-8.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L., (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49(4), pp.41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L., (1988). Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retail*. 64(1), pp. 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The free press.
- Shareef, M. A., Mukerji, B., Alrylat, M.A., Wright, A., Dwivedi, Y., K., (2018). Advertisements on Facebook: Identifying the persuasive elements in the development of positive attitudes in consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 43(2018). pp. 258-268.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J., (1996). *Service Marketing*. United States of America: McGraw Hill.

ผลกระทบของเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

The Effects of the Unrest Situation on the Hotel Industry in the Three Southern Border Provinces.

เปรมภาวี้ ด้วงทอง Prempa Duangtong¹

ฟาตอนะห์ โตะนาฮุง Fatornah Toanahung²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบในชายแดนใต้ (2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากปัญหาความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (3) เปรียบเทียบผลกระทบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 63 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test และการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 51,644 บาท สถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดปัตตานี และเป็นธุรกิจโรงแรมที่บริหารงานด้วยระบบครอบครัว ส่วนใหญ่มีเงินทุนมากกว่า 1 ล้านบาท มีระยะเวลาการดำเนินงานไม่เกิน 5 ปี ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นนาน ๆ ครั้ง และมีผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในระดับปานกลาง ในส่วนของผลการเปรียบเทียบผลกระทบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ พบว่า ประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบด้านแหล่งเงินทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ อาจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

E-mail: prempaduangtong@gmail.com

² ผู้ร่วมวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

E-mail: 594601058@skru.ac.th

คำสำคัญ: สถานการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลกระทบ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรม

Abstract

The purposes of this study were (1) to study general information of hotel business under the unrest situation in the three southern border provinces: Pattani, Narathiwat and Yala (2) to examine effects of the situation on the hotel industry and (3) to compare the effects among the businesses. There were 63 hotel businesses which were selected as samples in this study. The hotel business owners were then asked by using a questionnaire as a main tool. The data were analyzed by using Frequency, Percentage, Average, Standard Deviation, t-test and One-way ANOVA. The findings showed that most of representative samples were female with a Bachelor's Degree. They earned approximately 51,644 baht per month. Most hotels were in Pattani. They have been running a family business with more than 1-million-baht fund and have been doing the business less than 5 years. Most of them have experienced the effects of the unrest situation, occasionally. The comparison of the impacts of the unrest situation on their hotel business indicated that the various experiences of the situation correlated with different financial sources at significance level 0.05.

Keywords: South Thailand Unrest Situation, Three Southern Border Provinces, Effect, Hotel Entrepreneurships

บทนำ

หากกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มักกล่าวถึงส่วนใหญ่อยู่ในฝั่งอันดามัน หากแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งดินแดนที่เรียกว่าสามจังหวัดชายแดนใต้เป็นแหล่งรวบรวมแหล่งอาหารการกิน แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากมายที่น่าประทับใจ อาทิเช่น วัดช้างให้ มัสยิดกลางปัตตานี ศาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง ทะเลหมอกชุนงู ซีลีปัต อุโมงค์ปิยะมิตร สตรีทอาร์ตเบตง เป็นต้น รวมถึงมัสยิดกรือเซะซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความขัดแย้งในอดีต แต่มีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่ยังคงเดินทางมาชื่นชมกับความงามและมนต์เสน่ห์ของชายแดนใต้แห่งนี้ เนื่องจากการได้รับข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดจากปัญหาความไม่สงบชายแดนใต้มาอย่างยาวนาน นับตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2547 ที่สถานการณ์ความรุนแรงทวีมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ต่อมาเริ่มมีการปรับเปลี่ยนขึ้นและลงตามกระแสการเมืองและแรงจูงใจที่กระตุ้นขบวนการก่อการร้าย เหตุผลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น

เป้าหมายการแบ่งแยกดินแดนหรือความเชื่อทางศาสนา หรือแม้แต่ผลประโยชน์ส่วนตัว ทำให้เหตุการณ์วางเพลิง วางระเบิด ลอบทำร้าย และก่อการร้าย ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังเกิดการยุบจากผู้ไม่หวังดีแต่หวังผลประโยชน์จากเรื่องนี้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งแม้ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีจำนวนน้อยลงจากในอดีต (สุทิน สนองผัน, 2555) เห็นได้จากแนวโน้มโดยรวมของเหตุการณ์ความไม่สงบมีจำนวนเหตุการณ์เกิดขึ้นลดลง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - 2560 โดยเฉพาะในปี 2551 มีจำนวนเหตุการณ์ลดลงอย่างชัดเจน โดยมีจำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นจำนวน 821 ครั้ง ลดลงจากปีก่อนหน้าคือปี 2550 ที่มีเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นถึง 1,850 ครั้ง และในปี 2560 มีจำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นจำนวน 545 ครั้ง และรวมถึงยอดผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้มีแนวโน้มโดยรวมที่ลดลง (ศุภชัย ใฝ่ระวังสถานการณ์ภาคใต้, 2561) แม้ว่าแนวโน้มเหตุการณ์จะลดลง แต่เหตุการณ์ความไม่สงบยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีผู้ได้รับบาดเจ็บและผู้เสียชีวิต ซึ่งกระทบต่อเศรษฐกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งนี้เนื่องจากความไม่สงบที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทำให้การอุปโภคบริโภคลดลง เนื่องจากรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยในการประกอบอาชีพและการใช้ชีวิตประจำวัน ส่งผลให้นักธุรกิจขาดความเชื่อมั่นในการลงทุนหรือนักธุรกิจเดิมตัดสินใจย้ายไปลงทุนที่อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวมีความกังวลใจเมื่อต้องเดินทางมายังสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีการชะลอตัวของการเดินทางไปเที่ยว นักท่องเที่ยวลดลงส่งผลให้ธุรกิจอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวลดลง ดังนั้นปัญหาดังกล่าวทำให้ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับอุตสาหกรรมโรงแรม เพราะการท่องเที่ยวในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ซบเซา ทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศลดลง ทำให้ยอดเข้าพักและรายได้รวมของอุตสาหกรรมโรงแรมย่อมลดลง หากผู้ประกอบการประสบกับภาวะขาดทุนอาจส่งผลให้การเจริญเติบโตเศรษฐกิจค่อย ๆ ลดลง จนนำไปสู่การจ้างงานในพื้นที่ลดลง การกระจายรายได้ของประชาชนในพื้นที่ลดลง

จากปัญหาสถานการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา เรื่องผลกระทบของเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์ดังกล่าว และผู้วิจัยมุ่งหวังให้ผลที่ได้จากการศึกษาจะสามารถเป็นส่วนในการประกอบการตัดสินใจวางแผนพัฒนาและปรับตัวกับสถานการณ์ความไม่สงบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบในชายแดนใต้

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากปัญหาความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

3. เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ จำแนกตามลักษณะอุตสาหกรรมโรงแรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ภาครัฐกิจท่องเที่ยวสามารถนำผลการศึกษาไปวางแผนเพื่อปรับตัวกับเหตุความไม่สงบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และประยุกต์ระบบกิจการของโรงแรมให้สามารถรองรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ รวมถึงเป็นแนวทางในการวางแผนของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว หรือส่งเสริมให้อุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้สามารถดำเนินการอยู่รอดในสถานการณ์ความไม่สงบได้

การทบทวนวรรณกรรม

อุปสงค์การท่องเที่ยว

พัชรศร กนิษฐสุนทร (2559) ได้สรุปว่า อุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ปริมาณความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและเดินทางไปท่องเที่ยวโดยผู้ที่เลือกเดินทางหรือเป็นนักท่องเที่ยวนั้นต้องมีอำนาจซื้อ ทั้งมีความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยมีค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้มากกว่าหนึ่ง ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน แบ่งแยกได้จากปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ในส่วนของชลดดา แส่นคำเรื่อง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ได้อธิบายถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้คล้ายคลึงกัน แต่มีปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ฤดูกาลท่องเที่ยว ระยะเวลาพัก การเปลี่ยนทางเศรษฐกิจความรู้สึกระหัดใจ สมัยนิยม และรูปแบบของพาหนะเดินทาง ทั้งนี้ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, อัครพงศ์ อ้นทอง, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ, และนุกูล เครือฟู (2556) ได้แบ่งการวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวออกเป็นการวิเคราะห์ในระดับบุคคล (Individual) และการวิเคราะห์ในภาพรวม (Aggregate)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อและอำนาจซื้อสินค้า รวมถึงบริการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปใช้จ่ายใช้สอยในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ ใช้จ่ายส่วนบุคคล รสนิยม การโฆษณา ฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ ความปลอดภัย สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และสามารถวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวได้ในระดับบุคคลและภาพรวม

อุปทานการท่องเที่ยว

อุปทานการท่องเที่ยว คือ ปริมาณผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งมีพร้อมที่จะเสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว โดยสามารถทำการขายได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับอัตรา

ค่าบริการต่าง ๆ กัน ความสัมพันธ์ของอัตราค่าบริการกับปริมาณผลิตภัณฑ์และบริการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้อุปทานการท่องเที่ยวควรมีศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ข้อเสนอที่ตั้งกล่าวได้จากแนวคิดของอนันต์ เชื้อชาญกิจการ (2553) ซึ่งได้อธิบายถึงอุปทานการท่องเที่ยว และกฎแห่งอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยปริมาณบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะเสนอขายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราค่าบริการ ซึ่งเป็นไปตามกฎแห่งอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายความว่า ถ้าอัตราค่าบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ปริมาณบริการที่ผู้ประกอบการจะนำออกขายย่อมเพิ่มขึ้นด้วย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมและประเภทอุตสาหกรรมโรงแรม

ชัยวัฒน์ ตัญติฎาต (2559) ได้ให้ความหมายถึงอุตสาหกรรมโรงแรม (Hotel Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นกระบวนการทางธุรกิจเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น ซึ่งเป็นการประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ต้องใช้แรงงานจำนวนมากและเงินทุนมาก เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักรักษาตัว อาหารและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักรักษาตัว และเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้องติดต่อกันเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ซึ่งเป็นไปได้ทั้งบริการที่เกี่ยวข้อง และไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าผลิตภัณฑ์ในทางธุรกิจถือเป็นประเภทอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวมาก และมีการแข่งขันสูง สามารถแบ่งประเภทอุตสาหกรรมโรงแรมได้ 5 ประเภท คือ (1) โรงแรม (Hotel) มีบริการหลายรูปแบบแก่ผู้มาพัก ขึ้นอยู่กับระดับของการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก (2) เกสต์เฮาส์ (Guest House) จัดเป็นที่พักรักษาตัวขนาดเล็ก ราคาถูก ในประเทศไทยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนหรือเมืองท่องเที่ยว เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่ใช้สำหรับพักผ่อนในเวลาว่าง (3) บังกะโล (Bungalow) เป็นธุรกิจที่พักแบบบ้านเป็นหลัง ๆ มักตั้งอยู่ในบริเวณใกล้แหล่งท่องเที่ยว (4) รีสอร์ท (Resort) เป็นแหล่งที่พักตากอากาศ รูปแบบการออกแบบอาคารจะดูเข้ากับธรรมชาติ (5) โมเต็ล (Motel) เป็นธุรกิจที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ ตั้งอยู่ริมถนนตามชานเมืองเพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวที่ขับรถไปเองสามารถเข้าจอดถึงหน้าห้องพัก ดังนั้นสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรม คือ บุคคลที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงแรม โดยเผชิญกับความเสี่ยงทางธุรกิจสูง เนื่องจากใช้เงินทุนจำนวนมาก เพื่อแสวงหาผลกำไรและความเติบโต พัฒนาธุรกิจบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการนักท่องเที่ยว เช่น ที่พักอาศัย อาหารและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักรักษาตัว และเดินทาง มีสถานที่พักสะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย และมีราคาที่เหมาะสมกับสภาพที่พักแต่ละประเภท ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกะโล รีสอร์ท และโมเต็ล

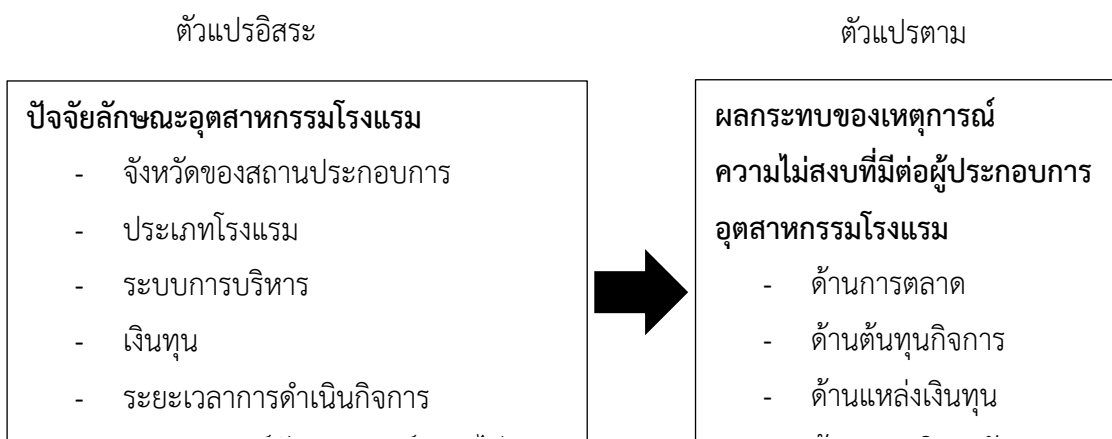
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รอชีติน หาบุญโชะ และดารีส เหลี่ยมปาน (2560) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของปัญหาอาชญากรรมและเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ต่อ SMEs ประเภทร้านค้าปลีกในจังหวัดปัตตานี โดยใช้แบบจำลองโพรบิต (Probit) และโลจิต (Logit) พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มปัจจัยด้านอาชญากรรม กลุ่มปัจจัยด้าน

เศรษฐกิจ กลุ่มปัจจัยด้านสังคม กลุ่มปัจจัยด้านการเมือง มีผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการ SMEs ประเภทร้านค้าปลีกในจังหวัดปัตตานี รวมถึง อักหนัหมณี ลียาชัย และณัฏช กุณิสร์ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยและผลกระทบของสถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ซึ่งพบว่าผลกระทบของสถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ด้านการเมือง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านราคาห้องพักที่ใช้บริการ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ทำให้ราคาห้องพักที่ใช้บริการลดลง งานวิจัยของ กรวรรณ ทองสว่าง และกฤษฎิ์ โตชัยวัฒน์ (2556) ได้ศึกษาผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ต่อโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลของโรงแรมประกอบด้วยจำนวนห้องพัก ประเภทห้องพัก ราคาห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ตั้ง ระบบการบริหารของโรงแรม ระดับของโรงแรมและวิสัยทัศน์ของโรงแรม ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและได้แนวทางในการส่งเสริมการตลาด (7 P's) ของธุรกิจโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ ดังนี้ (1) ควรจัดห้องพักให้มีความสะอาด เรียบร้อย ระบบปรับอากาศและอุปกรณ์เพียงพอและมีคุณภาพ มาตรฐานควรอยู่ในระดับ 3-4 ดาว (2) ควรลดราคาห้องพักเพื่อดึงดูดลูกค้าที่เข้าพักเป็นกลุ่มงานเลี้ยงแต่งงานหรืองานสัมมนา (3) ควรใช้ระบบออนไลน์มาใช้ในการจองห้องพัก รวมถึงการจองผ่านบริษัททัวร์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงได้สะดวกยิ่งขึ้น (4) ควรจัดหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น (5) ควรฝึกพนักงานให้มีความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ มีทัศนคติที่ดีตอบสนองต่อลูกค้าและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ (6) ผู้ประกอบการต้องมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สร้างบรรยากาศที่อบอุ่น (7) ต้องปรับกระบวนการจองห้องพัก การเพิ่มแพ็คเกจต่าง ๆ ที่มากขึ้น รวมถึงมีมาตรการรักษาความปลอดภัยให้มากขึ้น ประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อมาปรับปรุงการบริการ นอกจากนี้งานวิจัยในต่างประเทศยังพบว่าความขัดแย้งหรือภัยก่อการร้ายส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจส่วนรวม ผลกระทบเกิดขึ้นเป็นวงกว้างเห็นได้จากงานของ Rother, B., Pierre, G., Lombardo, D., Herrala, R., Toffano, P., Roos, E., Auclair, A., & Manasseh, K. (2016) ได้ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจจากความขัดแย้งและวิกฤตผู้ลี้ภัยในตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ พบว่าความขัดแย้งที่รุนแรงและการพลัดถิ่นมีต้นทุนทางเศรษฐกิจสูง การทำลายทางกายภาพทำให้เกิดภาวะถดถอยซึ่งผลักดันให้ภาวะเงินเฟ้อและสถานการณ์ทางการเงินแย่ลง นอกจากนี้ผลกระทบดังกล่าวยังส่งผลไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และแม้แต่ภูมิภาคอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุโรป ซึ่งปัญหาความขัดแย้งและการเผชิญกับผู้ลี้ภัยจำนวนมาก ทำให้ระดับความเชื่อมั่นและความมั่นคงลดลง ซึ่งเป็นการทำลายคุณภาพและความสามารถในการดำเนินการทางเศรษฐกิจอย่างมาก การแก้ปัญหาดังกล่าวต้องอาศัยนโยบายที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการปกป้องสถาบันทางเศรษฐกิจที่สำคัญ และมีกรอบเศรษฐกิจมหภาคที่แข็งแกร่ง แต่มีความยืดหยุ่นเพื่อดูดซับเงินทุนไหลเข้าและรักษาความยั่งยืนของหนี้สิน ประเทศที่แบกรับผู้ลี้ภัยจำเป็นต้องทบทวนการเข้าถึงตลาดแรงงาน โครงการทางสังคม และมาตรการสำหรับคนในชาติของตนเองที่ต้องเผชิญกับความยากจนและการว่างงาน นอกจากนี้ต้องอาศัยพันธมิตรภายนอก

อย่างเช่น กองทุนการเงินระหว่างประเทศ เพื่อได้รับการสนับสนุนและการช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมให้ครอบคลุมทั่วภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พบว่า จำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าว มีจำนวน 75 คน จากการคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ Krejcie and Morgan (1970 อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์, 2557) ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 63 คน โดยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ซึ่งมีองค์ประกอบแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และส่วนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจที่ผู้ประกอบการดำเนินการอยู่ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลกระทบของปัญหาสถานการณ์ความไม่สงบในชายแดนใต้ที่มีต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ซึ่งมี 5 ระดับ และได้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากการหาค่าความเที่ยงตรงด้วยวิธี Index of Item Objective Congruence (IOC) เท่ากับ 0.98 ซึ่งแสดงถึงคุณภาพเพียงพอที่สามารถนำไปใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการเก็บรวบรวมจากข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ อินเทอร์เน็ตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้วิจัยจึงจัดแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (1) การวิเคราะห์ลักษณะโดยทั่วไปของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ ใช้สถิติพรรณนาโดยขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของลักษณะข้อมูล ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา สามารถอธิบายด้วย ความถี่ และร้อยละ สำหรับข้อมูล อายุ และรายได้จากการประกอบธุรกิจ สามารถอธิบายด้วย ค่าเฉลี่ยและข้อมูลจังหวัดของสถานประกอบการ ประเภทโรงแรม ระบบการบริหาร เงินทุน ระยะเวลาการดำเนินงาน และประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบ สามารถอธิบายด้วย ความถี่ และร้อยละ (2) การวิเคราะห์ลักษณะผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรม ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านต้นทุนกิจการ ด้านแหล่งเงินทุน และด้านการบริหารจัดการ สามารถอธิบายด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (3) การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลกระทบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ จำแนกตามลักษณะอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งการวิเคราะห์ในส่วนของการศึกษาเปรียบเทียบผลกระทบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรม จำแนกตามลักษณะอุตสาหกรรมโรงแรม ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือทางสถิติอนุมานโดยการทดสอบ t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างระบบการบริหาร และประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบกับผลกระทบของเหตุการณ์ความไม่สงบที่มีต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรม 4 ด้าน รวมถึงวิเคราะห์โดยวิธี One-Way ANOVA ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างจังหวัดของสถานประกอบการ เงินทุน และระยะเวลาการดำเนินงานกับผลกระทบของเหตุการณ์ความไม่สงบที่มีต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรม 4 ด้าน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทั่วไปผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมและลักษณะอุตสาหกรรมโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ พบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 39 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 51,644 บาท สำหรับข้อมูลลักษณะอุตสาหกรรมโรงแรม พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดปัตตานี และผู้ประกอบการประกอบกิจการประเภทโรงแรม ซึ่งระบบการบริหารที่ผู้ประกอบการดำเนินอยู่นั้นส่วนใหญ่จะบริหารงานเองเป็นระบบครอบครัว ในด้านเงินทุนผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีเงินมากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท นอกจากนี้ยังพบว่า ระยะเวลาการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เกิน 5 ปี และมีประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นนาน ๆ ครั้ง ผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ในภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ผลกระทบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านต้นทุนกิจการ เมื่อพิจารณารายละเอียดของปัญหาทั้ง 4 ด้าน สำหรับปัญหาในด้านการตลาดภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับ

ปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานการณ์ความไม่สงบทำให้ลูกค้าที่เข้าใช้บริการรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัย และผลกระทบที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สถานการณ์ความไม่สงบมีการปรับราคาเนื่องจากต้นทุนสูงขึ้น สำหรับปัญหาในด้านต้นทุนกิจการภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานการณ์ความไม่สงบทำให้ต้นทุนการรักษาความปลอดภัยเพิ่มขึ้น และผลกระทบที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สถานการณ์ความไม่สงบทำให้ค่าใช้จ่ายดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น สำหรับปัญหาในด้านแหล่งเงินทุนภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานการณ์ความไม่สงบทำให้การบริหารเงินทุนมีประสิทธิภาพลดลง และผลกระทบที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สถานการณ์ความไม่สงบธุรกิจขาดแหล่งเงินทุนที่เข้าสนับสนุนภายในธุรกิจเนื่องจากมีความเสี่ยงสูง และสำหรับปัญหาด้านการบริหารจัดการภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานการณ์ความไม่สงบเป็นอุปสรรคในการวางแผนจัดการธุรกิจ และผลกระทบที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สถานการณ์ความไม่สงบทำให้ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษการเปรียบเทียบผลกระทบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1

การเปรียบเทียบผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรม จำแนกตามระบบการบริหาร

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้	ระบบการบริหาร				t	Sig.
	บริหารงานเองแบบครอบครัว (n=49)		มีหุ้นส่วน (n=14)			
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1. ด้านการตลาด	3.22	0.47	3.11	0.31	0.800	0.323
2. ด้านต้นทุนกิจการ	3.53	0.43	3.54	0.37	-0.130	0.719
3. ด้านแหล่งเงินทุน	3.14	0.48	3.00	0.53	0.952	0.995
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.46	0.53	3.46	0.61	0.025	0.532
ภาพรวม	3.34	0.34	3.28	0.28	0.604	0.308

จากตารางที่ 1 ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในภาพรวมทุกด้านที่จำแนกตามระบบการบริหาร พบว่า ระบบการบริหารที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 4 ด้าน พบว่า

ระบบการบริหารที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2

การเปรียบเทียบผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรม จำแนกตามประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบ

ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้	ประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบ				t	Sig.
	ไม่มีเหตุการณ์เลย (n=26)		นาน ๆ ครั้ง (n=37)			
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1. ด้านการตลาด	3.07	0.43	3.29	0.42	-1.992	0.505
2. ด้านต้นทุนกิจการ	3.51	0.42	3.55	0.41	-0.361	0.894
3. ด้านแหล่งเงินทุน	3.10	0.40	3.13	0.61	0.245	0.024*
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.44	0.59	3.48	0.52	-0.265	0.919
ภาพรวม	3.29	0.38	3.35	0.27	-0.785	0.281

หมายเหตุ * ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในภาพรวมทุกด้านที่จำแนกตามประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบ พบว่าประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านจะเห็นได้ว่า ประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมในด้านแหล่งเงินทุนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ มีผลกระทบไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3

การเปรียบเทียบผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรม จำแนกตามจังหวัดของสถานประกอบการ

ผลกระทบจากเหตุการณ์ ความไม่สงบในสาม จังหวัดชายแดนภาคใต้	จังหวัดของสถานประกอบการ			Sig.
	ปัตตานี (n=27)	ยะลา (n=25)	นราธิวาส (n=11)	
	Mean	Mean	Mean	
1. ด้านการตลาด	3.281	3.160	3.073	0.358
2. ด้านต้นทุนกิจการ	3.481	3.568	3.564	0.725
3. ด้านแหล่งเงินทุน	3.111	3.088	3.164	0.917
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.326	3.592	3.491	0.210
ภาพรวม	3.300	3.352	3.323	0.848

จากตารางที่ 3 ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในภาพรวมทุกด้านที่จำแนกตามจังหวัดของสถานประกอบการ พบว่า จังหวัดของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านทั้งด้านการตลาด ด้านต้นทุนกิจการ ด้านแหล่งเงินทุน และด้านการบริหารจัดการ พบว่า จังหวัดของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4

การเปรียบเทียบผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรม จำแนกตามเงินทุน

ผลกระทบจากเหตุการณ์ ความไม่สงบในสาม จังหวัดชายแดนภาคใต้	เงินทุน			Sig.
	≤ 1 ล้านบาท (n=8)	> 1-10 ล้านบาท (n=38)	> 10 ล้านบาท (n=17)	
	Mean	Mean	Mean	
1. ด้านการตลาด	3.325	3.195	3.141	0.624
2. ด้านต้นทุนกิจการ	3.450	3.558	3.506	0.771
3. ด้านแหล่งเงินทุน	2.925	3.158	3.094	0.482
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.100	3.574	3.376	0.060
ภาพรวม	3.200	3.371	3.279	0.317

จากตารางที่ 4 ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในภาพรวมทุกด้านที่จำแนกตามเงินทุน พบว่า เงินทุนที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 4 ด้าน พบว่า เงินทุนที่แตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมที่มีระบบการบริหาร จังหวัดของสถานประกอบการ ประเภทโรงแรม เงินทุน และระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมด้านการตลาดด้านต้นทุน กิจกรรม ด้านแหล่งเงินทุน และด้านการบริหารจัดการไม่แตกต่างกัน แต่หากมีประสบการณ์กับเหตุการณ์ความไม่สงบที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมด้านแหล่งเงินทุนแตกต่างกัน และการมีประเภทโรงแรมที่แตกต่างกัน จะได้รับผลกระทบด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน จากการเปรียบเทียบผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรม มีข้อสังเกตว่า ประสบการณ์ที่แตกต่างกันมีผลกระทบด้านแหล่งเงินทุนแตกต่างกัน โดยสถานประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมที่เคยเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงในพื้นที่ใกล้เคียงนาน ๆ ครั้ง มีค่าเฉลี่ยผลกระทบมากกว่าสถานประกอบการที่ไม่มีเหตุการณ์เลย เนื่องจากเมื่อเหตุการณ์เกิดขึ้นทำให้คนมาใช้บริการน้อยลงเพราะนักท่องเที่ยวกังวลถึงความไม่ปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นกับตัวเอง ส่งผลต่ออุตสาหกรรมโรงแรมสูญเสียรายได้จากส่วนนี้ไป ซึ่งแน่นอนว่ารายได้จากการขายห้องพักเป็นรายได้หลักที่สามารถเป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ จึงทำให้การบริหารเงินลงทุนมีประสิทธิภาพลดลง รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินยากขึ้น รวมถึงส่งผลให้ธุรกิจขาดแหล่งเงินทุนที่เข้าสนับสนุนภายในธุรกิจเนื่องจากมีความเสี่ยงสูง ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ อนุสรณ์ ธรรมใจ (2559) ที่พบว่า ผลกระทบของการก่อเหตุไม่สงบมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวความเชื่อมั่นของนักลงทุนโดยเฉพาะกองทุนต่างชาติในตลาดการเงินลดลง อาจเกิดการเทขายหุ้นกลุ่มโรงแรม หุ่นเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยว กิจกรรมที่มีธุรกรรมในภาคใต้ ทั้งนี้ เหตุระเบิดก่อความไม่สงบทำให้โรงแรมในพื้นที่ประกอบการมีการยกเลิกการจองห้องพัก รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยรายวันลดลง ความเสียหายทางเศรษฐกิจและรายได้ที่สูญเสียไปมาจากรายได้ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและในประเทศลดลง นอกจากนี้ยังเกิดการชะลอตัวของภาคการลงทุน ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ขาดแหล่งเงิน และภาคการจ้างงาน ต้นทุนการรักษาความปลอดภัยและต้นทุนการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินชีวิตเพิ่มขึ้น และปัจจุบันในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีเกสต์เฮาส์และบังกะโล่จำนวนน้อยและมีขนาดเล็ก และเป็นที่รู้จักน้อยกว่าโรงแรมหรือรีสอร์ท จึงเป็นสถานประกอบการที่ยากต่อการจดทะเบียน รวมไปถึงเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นกับสถาน

ประกอบการจนได้รับความเสียหาย จึงยากต่อการขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ส่งผลให้ธุรกิจมีอุปสรรคในการวางแผนบริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อนุชา กุลวิสุทธิ (2559) กล่าวว่า ผู้ประกอบการโรงแรมที่ไม่จดทะเบียน ชนิดไม่เลือกหน้า และไม่เลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์หรือโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่ไม่จดทะเบียนคาดกันว่าจะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุด

ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการที่สามารถช่วยเพิ่มความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมถึงควรมีมาตรการในการช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านแหล่งเงินทุนกับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากความไม่สงบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทเกสต์เฮาส์และบังกะโล เพราะได้รับผลกระทบและเป็นกลุ่มที่มักไม่ได้ขึ้นทะเบียนซึ่งเมื่อเกิดปัญหาอาจทำให้ไม่ได้รับความช่วยเหลือ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการที่เป็นอุตสาหกรรมโรงแรมขนาดใหญ่และมีประสบการณ์เพื่อจัดศูนย์ฝึกอบรมผู้ประกอบการและพนักงานให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมโรงแรมขนาดเล็กหรือรายใหม่ เพื่อให้การบริหารจัดการด้านต่าง ๆ เช่น ด้านต้นทุนกิจการ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการตลาด สามารถรองรับกับสถานการณ์ความไม่สงบต่าง ๆ ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมควรมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานและจัดการวางแผนในทุก ๆ ด้านให้ชัดเจนและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างเหมาะสม เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินการและอยู่รอดภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- กวรรณ ทองสว่าง และกนกคุณ โต้ชัยวัฒน์. (2556). ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ต่อโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่. เอกสารนำเสนอในการประชุมวิชาการประเพณี กองทัพเรือ-มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์-มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ -มหาวิทยาลัยมหิดล ครั้งที่ 16 “ความมั่นคงรูปแบบใหม่ของไทยในบริบทของประชาคมอาเซียน: กรณีศึกษาการสร้างสันติสุขจังหวัดชายแดนภาคใต้”. หอประชุมกองทัพเรือ กรุงเทพมหานคร.
- ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา การท่องเที่ยวในจังหวัดเลย. *การเงิน การลงทุน และการบริหารธุรกิจ*, 3 (4), 223 - 242.
- ชัยวัฒน์ ตัญติธูมาศ. (2559). *อุตสาหกรรมโรงแรม*. ค้นจาก <https://www.academia.edu/7367980/>.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2557). การกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทาง Krejcie and Morgan (1970) ใน การวิจัยเชิงปริมาณ. *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์*, 7 (2): 112-120.

-
- พัชรศร กนิษฐะสุนทร. (2559). การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวแบบ *Green Tourism* ของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มีงสรรพ์ ขาวสอาด, อัครพงศ์ อ้นทอง, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรุณ, และนุกุล เครือฟู. (2556). เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: ล็อกอินตีไซน์เวิร์ค.
- รอชิติน หาบยุโษะ และดาริส เหลี่ยมปาน. (2560). ผลกระทบของปัญหาอาชญากรรม และเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ต่อ SMEs ประเภทร้านค้าปลีก ในจังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้. (2560). เหตุการณ์ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้/ปาตานี ปี 2559: จังหวะในการเปลี่ยนผ่าน จากการต่อสู้ด้วย “อาวุธ” สู่แนวทาง “สันติวิธี”. ค้นจาก <http://www.deepsouthwatch.org/node/10037>.
- สุทิน สนองฝัน. (2555). กระบวนการแห่งความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 4 (2) : 31-45.
- อภิญญาณี ลียาชัย และณัฏช กุลสิสร. (2556). ปัจจัยและผลกระทบของสถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดยะลา. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 4 (2), 19-40.
- อนันต์ เขียวชาญกิจการ. (2553). หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อนุชา กุลวิสุทธิ. (2559). ผู้ประกอบการโรงแรมที่ไม่จดทะเบียน. ค้นจาก http://oknation.nationtv.tv/blog/plagud/2008/03/16/entry-17fbclid=IwAR3-gZ7r1CF8IYh0AaNf7gqBNRyn3_6tRMurYyBChvnDdsBvaPYvmu3FFU.
- อนุสรณ์ ธรรมใจ. (2559). ประเมินเหตุไม่สงบ 7 จังหวัดภาคใต้ ทำเศรษฐกิจเสียหาย 3.38 หมื่นล้านบาท. ค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/690142>.
- Rother, B., Pierre, G., Lombardo, D., Herrala, R., Toffano, P., Roos, E., Auclair, A., & Manasseh, K. (2016). *The Economic Impact of Conflicts and the Refugee Crisis in the Middle East and North Africa*. Staff Discussion Note: International Monetary Fund.

คุณลักษณะผู้ประกอบการและความสามารถทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย

The Influence of Entrepreneur Characteristics and Marketing Capabilities on Business Performance among Innovative Enterprise in Thailand

อนัญญา เชื้อทอง Anunya Chueatong¹

พัฒนิจ โกลจนารถ Pattanij Gonejanart²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบระดับผลการดำเนินงานของสินค้านวัตกรรมในประเทศไทยจำแนกตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการเข้ารับการฝึกอบรม และศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานสินค้านวัตกรรมของประเทศไทย โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Email ให้กับผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมที่ขึ้นทะเบียนสินค้าหรือมีโครงการสินค้านวัตกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) ซึ่งผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาจำนวนทั้งสิ้น 321 ฉบับและนำไปวิเคราะห์ผลต่อ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมไปถึงการใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test , F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีระดับผลการดำเนินงานต่างกัน ปัจจัยด้าน เพศ อายุ และประสบการณ์ในการทำงาน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการเข้ารับการฝึกอบรมมีระดับผลการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน และพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย คือ คุณลักษณะด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ($B = 0.236, t = 3.514$) และปัจจัยด้านความสามารถทางการตลาด ($B = 0.593, t = 9.141$) โดยทั้ง 2 ปัจจัย มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย และสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานของสินค้านวัตกรรมในประเทศไทยได้

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: top_dssd@hotmail.com

² ดร. อาจารย์ที่ปรึกษา ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: pattanij.g@psu.ac.th

ร้อยละ 49.80 ($R^2 = 0.498$) ดังนั้นผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมควรให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถทางการตลาดให้มากขึ้น เพราะจะมีส่วนช่วยให้ผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: คุณลักษณะผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางการตลาด สินค้านวัตกรรม ผลการดำเนินงาน

Abstract

The objectives of this study are to compare the performance of Thai innovation products, by entrepreneur characteristics e.g Gender, Ages, Educations, Works experience, and Training. To discover the influence of entrepreneur characteristics and market capability of Thai innovations products, the research utilizes online surveys, self-administered questionnaire on innovative enterprise whom registered or supported by the National Innovation Agency (Public Organization). A total of 321 respondents returned. These surveys proposed in this study are addressed by using several analytical procedures appropriate to addressing the specific hypotheses, descriptive Statistics (e.g. Frequency, Percentage, Mean, and Standard deviation), Inference Statistics in term of t-test F-test and Multiple Regression Analysis.

The findings indicate that the various 3 characteristics (Gender, Ages, working experience) of entrepreneur appear to contribute through innovation performance but the Education and Training experience do not contribute to any innovation performance. The results also show that the entrepreneur orientation ($B = 0.236$, $t = 3.514$) and market capability ($B = 0.593$, $t = 9.141$) statistically influence the innovation performance in Thailand. These factors can explain the Innovation products performance at 49.80 ($R^2 = 0.498$). Therefore, the entrepreneur should mainly focus on entrepreneur orientation and marketing capabilities in order to enhance performance results and this may lead to successful business outcomes.

Keywords: Entrepreneur characteristics, Entrepreneur Orientation, Marketing Capability, Innovative Products, Performance Outcome

บทนำ

ประเทศไทย 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายที่มีเป้าหมายสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศในด้านต่างๆเพื่อกำหนดทิศทาง จัดระบบ ปรับเปลี่ยนและสร้างสรรค์แนวทางใหม่ๆในการพัฒนาประเทศเพื่อเตรียมความพร้อม สร้างศักยภาพและความสามารถในการรับมือกับโอกาสหรือภัยคุกคามแบบใหม่ๆที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรมในทุกมิติ เนื่องจากนวัตกรรมถือว่าเป็นอีกเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้ประเทศก้าวข้ามปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ กล่าวคือ นวัตกรรมอาศัยการใช้ความรู้ในหลากหลายสาขาในการสร้างสรรค์ “สิ่งใหม่” เพื่อที่จะสร้างให้เกิดคุณค่าของสิ่งนั้นให้ดีกว่าเดิม และเกิดเป็นประโยชน์ทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมกำลังมีบทบาทที่สำคัญในประเทศไทยเป็นอย่างมาก เห็นได้จากอัตราการขยายตัวทั้งทางด้านจำนวนผู้ประกอบการและเงินลงทุนจากในและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเมื่อเปรียบเทียบกับ 2-3 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับการยอมรับด้านนวัตกรรมในระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง โดยที่อันดับความสามารถทางนวัตกรรมของประเทศไทยได้รับการเลื่อนจากอันดับ 51 ไปเป็นอันดับที่ 44 ในปี พ.ศ.2561 (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2561) ซึ่งถือว่าเป็นระบบนวัตกรรมที่มีการก้าวกระโดดมากที่สุดในโลก โดยดัชนีนวัตกรรมโลก (Global Innovation Index; GII) ที่มีการจัดอันดับ 126 ประเทศ ทั้งนี้ในประเทศไทยเริ่มมีการสร้างระบบสนับสนุนโครงการนวัตกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 เพื่อยกระดับนวัตกรรมของประเทศ หลังจากนั้นได้มีการส่งเสริมและให้การสนับสนุนจากทางภาครัฐโดยรายงานในปี 2561 สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้พัฒนาและให้การสนับสนุนโครงการ มีวงเงินสนับสนุนรวม 139,086,570 บาท ก่อให้เกิดการลงทุนรวมจากภาครัฐและเอกชนทั้งสิ้น 2,200,000,000 บาท (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2561) สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าองค์กรภาคเอกชนของไทยนั้นมีการตื่นตัวในการสร้างนวัตกรรมและมีความพยายามพัฒนานวัตกรรมของตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และสร้างผลการดำเนินงานตามที่ต้องการวางเอาไว้ แต่อย่างไรก็ตามยังมีจำนวนผู้ประกอบการที่สามารถดำเนินธุรกิจและประสบความสำเร็จอยู่เป็นจำนวนน้อย (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2561) เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีแต่ขาดองค์ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจ การตลาด ตลอดจนขาดความชำนาญในด้านการทำธุรกรรมต่างๆ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรม และจากการศึกษางานวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถทางการตลาดล้วนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน (วราวุธ ศิริพันธ์, 2562; Zheng & Cui, 2007; Li, Huang และ Tsai, 2009; กฤตกร จิรภาณุเมศ, 2553; Takata, 2016; Murray et al., 2011; Mu, 2015; Morgan et al., 2009; แคทรียา ซาปะวัง, 2549) แต่ยังไม่มี

งานวิจัยได้นำปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการและความสามารถทางการตลาดมาศึกษาร่วมกัน
บริบทของผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรมในประเทศไทย

จากข้อมูลและปัญหาดังกล่าวจึงนำไปสู่การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน
ของผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการและ
ความสามารถทางการตลาดเป็นหลัก ข้อค้นพบที่ได้จะสามารถเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์เพื่อ
เพิ่มผลการดำเนินงานและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรมไทย
ต่อไปได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบระดับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรมในประเทศไทย
จำแนกตามคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและ
ความสามารถทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรมในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน

คุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneur Characteristics)

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์กรหรือธุรกิจใหม่ขึ้นมา โดยใช้ทรัพยากรที่มีเพื่อ
ประคับประคอง และมุ่งหวังต้องการให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นเจริญเติบโตก้าวหน้า โดยต้องเผชิญกับความ
เสี่ยงที่จะเกิดขึ้น เพื่อแสวงหาโอกาสและหวังผลกำไรหรือผลประโยชน์จากการดำเนินงานของธุรกิจ
ดังนั้นคุณลักษณะผู้ประกอบการ ย่อมหมายถึงลักษณะประจำตัว ตัวบ่งชี้หรือสิ่งที่ปรากฏให้เห็นเกี่ยวกับ
ผู้ประกอบการ

ปณิศา มีจินดาและศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2554) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมด้านประชากรศาสตร์
เป็นการวิเคราะห์ลักษณะของประชากรในด้านต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะที่สำคัญและมีสถิติที่สามารถ
วัดได้ว่า คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่ต่างกันและเป็นปัจจัยที่
มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการบริโภค การดำรงชีวิต การทำงานและการผลิตของบุคคลนั้นๆ และจาก
งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะมีระดับผลการ
ดำเนินงานที่แตกต่างกัน (Sinha, 1996; Kristiansen et al., 2003; Mazzarol et al., 1999) ดังนั้น
ผู้วิจัยจึงเลือกปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านปัจจัยส่วนบุคคลมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยครั้งนี้
โดยจะศึกษา 5 คุณลักษณะ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และ
ประสบการณ์ในการเข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งสามารถตั้งสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ดังนี้

H₁ : ผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรมที่มีคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน
จะมีระดับผลการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

คุณลักษณะด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Orientation)

Lumpkin and Dess (1996) ให้ความหมายของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง หลักปฏิบัติที่ตัดสินใจ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการนำองค์กรไปสู่ องค์กรแห่งการประกอบการ (Entrepreneurial Firm) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะมีความ เกี่ยวข้องกันกับการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ Lumpkin and Dess (1996) ยัง กล่าวไว้ว่า คุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญสำหรับองค์กรที่ ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการที่โดดเด่นจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การเติบโตของยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด กำไร ผลประกอบการโดยรวมและความพึงพอใจของผู้ถือหุ้น โดยมีปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่เกี่ยวกับองค์กรที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของธุรกิจ เป็นไปทิศทางเดียวกับ Frese (2000) อธิบาย ว่าคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีส่วนช่วยให้บุคคลนั้นเกิดความสำเร็จในการดำเนิน ธุรกิจ และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อ การดำเนินงาน (Zheng & Cui, 2007; Li, Huang & Tsai, 2009; Awang, 2009) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือก ปัจจัยคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยครั้งนี้ โดยจะศึกษาภายใต้ 5 องค์ประกอบ (Lumpkin and Dess 1996) ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความก้าวร้าวในการแข่งขัน ซึ่งสามารถ ตั้งสมมติฐานข้อที่ 2 ได้ดังนี้

H₂ : คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย

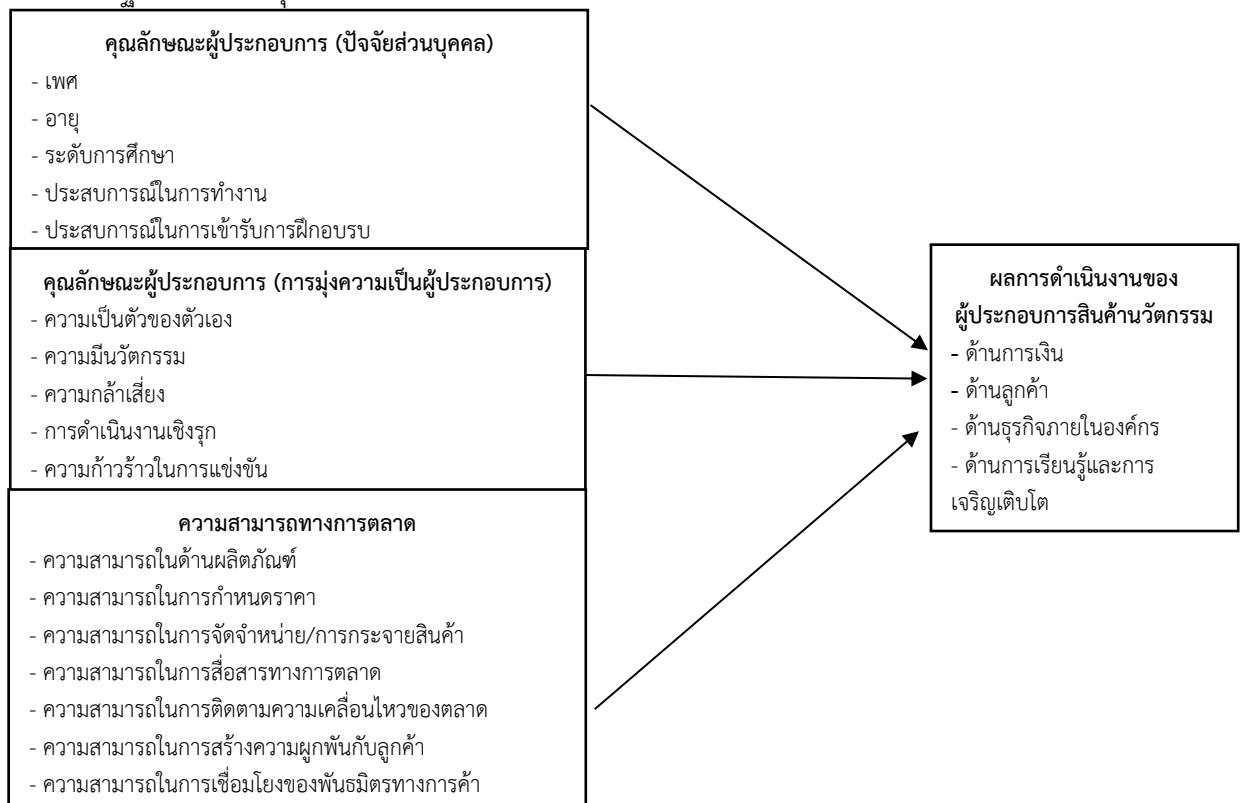
ความสามารถทางการตลาด (Marketing Capability)

ความสามารถทางการตลาด หมายถึง ความสามารถในการผสมผสานการใช้ทักษะ ความรู้ ทรัพยากรภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาด และเพิ่ม คุณค่าของสินค้าและบริการเพื่อให้องค์กรนั้นสามารถที่จะแข่งขันในทางการตลาดได้ (Day, 1994) อีกทั้ง Mu (2015) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของความสามารถทางการตลาดจากภายนอกสู่ ภายในที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่าประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ความสามารถทาง การตลาดจากภายนอกสู่ภายใน ความสามารถในการติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด และ ความสามารถในการสร้างความผูกพันกับลูกค้า นอกจากนี้ยังมีส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งหมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้โดยบริษัทมักจะนำมาใช้ประกอบร่วมกันเพื่อตอบสนองความ พึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (Takata, 2016; Murray et al., 2011; Mu, 2015; Morgan et al., 2009; แคทลียา ษาปะวัง, 2549) จะเห็นได้ว่าความสามารถทางการตลาดมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในประเภทของสินค้านวัตกรรมที่มีการพัฒนาสิ่ง

ใหม่ตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกปัจจัยด้านความสามารถทางการตลาดมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยครั้งนี้ โดยที่จะศึกษาภายใน 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในด้านผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการกำหนดราคา ความสามารถในการจัดจำหน่าย/กระจายสินค้า ความสามารถในการสื่อสารทางการตลาด ความสามารถทางการตลาดจากภายนอกสู่ภายใน ความสามารถในการติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด และความสามารถในการสร้างความผูกพันกับลูกค้าความสามารถในการติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด ซึ่งสามารถตั้งข้อสมมติฐานข้อที่ 3 ได้ดังนี้

H_3 : ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย

จากสมมติฐานสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนผลิตสินค้าหรือมีโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2562 จำนวนทั้งสิ้น 947 ผู้ประกอบการ สำหรับวิธีเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างทำได้โดยส่งแบบสอบถามผ่านทางระบบออนไลน์ออนไลน์ไปยังที่อยู่ Email ของผู้ประกอบการ และได้รับการตอบกลับ 332 ฉบับซึ่งเป็น

แบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำไปวิเคราะห์ผลต่อได้จำนวน 321 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 33.89 สำหรับสถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามปลายปิด แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านปัจจัยส่วนบุคคลจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) โดยมีการพัฒนามาจากแบบสอบถามงานวิจัยของ วราวุธ ศิริพันธ์ (2562) จำนวน 16 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยด้านความสามารถทางการตลาด (Marketing Capabilities) โดยพัฒนามาจากแบบสอบถามงานวิจัยของ Kayabasi & Mtetwa (2016) จำนวน 13 ข้อ และพัฒนาแบบสอบถามมาจากงานวิจัยของ Mu (2015) จำนวน 16 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้พัฒนามาจากแบบสอบถามในงานวิจัยของ วศิณี เทพรำพึง (2555) จำนวนทั้งสิ้น 13 ข้อ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยโดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) มีค่าดัชนี IOC มากกว่า 0.50 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้านคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางการตลาด และผลการดำเนินงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.941, 0.967 และ 0.954 ตามลำดับ โดยค่าความเชื่อมั่นรวมของแบบสอบถามเท่ากับ 0.978

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1

ลักษณะปัจจัยของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล/คุณลักษณะสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	168	52.3
หญิง	153	47.7
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	51	15.9
31 – 35 ปี	54	16.8
36 – 40 ปี	51	15.9
41 – 45 ปี	48	15.0
46 ปีขึ้นไป	117	36.4

ตารางที่ 1

ลักษณะปัจจัยของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ระดับการศึกษา		
อนุปริญญาตรี/ต่ำกว่าอนุปริญญา	27	8.4
ปริญญาตรี	183	57.0
ปริญญาโท	93	29.0
สูงกว่าปริญญาโท	18	5.6
ประสบการณ์ในการทำงาน		
ไม่มี	6	1.9
บริษัทในสังกัดรัฐ	39	12.1
บริษัทเอกชน	177	55.1
บริษัทของตนเอง	99	30.8
ประสบการณ์ในการเข้ารับการฝึกอบรม		
ไม่มี	51	15.9
1-2 ด้าน	147	45.8
3-4 ด้าน	75	23.4
5 ด้านขึ้นไป	48	15.0

ระดับความคิดเห็นคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D.=0.61) เมื่อพิจารณารายด้านสามารถเรียงลำดับในแต่ละด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ความมีนวัตกรรม ($\bar{X} = 4.12$, S.D.=0.67) ความเป็นตัวของตัวเอง ($\bar{X} = 4.08$, S.D.=0.61) การดำเนินงานเชิงรุก ($\bar{X} = 3.99$, S.D.=0.68) ความกล้าเสี่ยง ($\bar{X} = 3.93$, S.D.=0.79) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.57$, S.D.=0.81) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความสามารถทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D.=0.63) เมื่อพิจารณารายด้านสามารถเรียงลำดับในแต่ละด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความสามารถในการสร้างความผูกพันกับลูกค้า ($\bar{X} = 3.98$, S.D.=0.66) ด้าน

ความสามารถในด้านผลิตภัณท์ ($\bar{X} = 3.76$, S.D.=0.74) ด้านความสามารถในการจัดจำหน่าย/กระจายสินค้า ($\bar{X} = 3.70$, S.D.=0.95) ด้านความสามารถในการเชื่อมโยงพันธมิตรทางการค้า ($\bar{X} = 3.69$, S.D.=0.76) ด้านความสามารถในการกำหนดราคา ($\bar{X} = 3.60$, S.D.=0.65) ด้านความสามารถในการติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด ($\bar{X} = 3.55$, S.D.=0.70) และด้านความสามารถในการสื่อสารทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D.=1.04) ตามลำดับ

ระดับผลการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับผลการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.60$, S.D.=0.80) เมื่อพิจารณารายด้านสามารถเรียงลำดับในแต่ละด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.71$, S.D.=0.73) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.67$, S.D.=0.79) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ($\bar{X} = 3.67$, S.D.=0.75) และด้านการเงินอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D.=0.80) ตามลำดับ

ความแตกต่างของผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมจำแนกตามคุณลักษณะด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีระดับผลการดำเนินงานโดยรวมแตกต่างกัน มี 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) เพศ (t(ค่าองศาอิสระ) = ค่าt, p = .004) พบว่า เพศหญิงมีระดับผลการดำเนินงานที่สูงกว่าเพศชายในผลดำเนินงานด้านลูกค้าและด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร (2) อายุ (F(ค่าdfระหว่างกลุ่ม,dfภายในกลุ่ม) = ค่าF, p = .000) พบว่าอายุของผู้ประกอบการต่างกันมีผลการดำเนินงานในแต่ละด้านแตกต่างกัน โดยช่วงอายุผู้ประกอบการที่น้อยกว่า 30 ปี มีผลการดำเนินงานมากที่สุด (3) ประสบการณ์ในการทำงาน (F(ค่าdfระหว่างกลุ่ม,dfภายในกลุ่ม) = ค่าF, p = .000) พบว่าผู้ประกอบการที่เคยทำงานในสังกัดรัฐบาลจะมีผลการดำเนินงานมากที่สุดและแต่ละด้านแตกต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน ระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการเข้ารับการฝึกอบรมที่ต่างกันมีระดับผลการดำเนินงานสินค้านวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน (F (ค่าdfระหว่างกลุ่ม, df ภายในกลุ่ม) = ค่า F, p = .679)

อิทธิพลคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถทางการตลาดที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย คือ คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (B = 0.236, t = 3.514) และปัจจัยด้านความสามารถทางการตลาด (B = 0.593, t = 9.141) โดยทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย นั่นหมายความว่า ถ้าคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้ผลการดำเนินงานสินค้านวัตกรรมเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยปัจจัยด้านความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลต่อผล

การดำเนินงานของผู้ประกอบการมากกว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทยได้ร้อยละ 49.80 ($R^2 = 0.498$) แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลการดำเนินงานของสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.471	0.186		2.529*	0.012
คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (X_1)	0.236	0.067	0.207	3.514*	0.001
ความสามารถทางการตลาด (X_2)	0.593	0.065	0.539	9.141*	0.000

$R = 0.706$; $R^2 = 0.498$; $R^2_{adj} = 0.495$; $F = 157.776$

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

1. คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ และประสบการณ์ในการทำงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมที่ต่างกันมีผลการดำเนินงานที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ Islam et al. (2011) เป็นบางส่วน โดยเพศหญิงมีผลการดำเนินงานสูงกว่าเพศชาย ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Mazzarol, Volery, Doss & Thein (1999) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการก่อตั้งธุรกิจขนาดเล็กแล้วพบว่า ผู้ประกอบการเพศหญิงมีโอกาสก่อตั้งธุรกิจน้อยกว่าเพศชาย และผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการทำงานสังกัดรัฐบาลจะมีผลการดำเนินงานสูงสุด ขัดแย้งกับ Mazzarol et al. (1999) ที่พบว่า การจ้างงานจากหน่วยงานรัฐบาลมาก่อนจะมีโอกาสน้อยที่จะประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ก่อตั้งกิจการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยฉบับนี้เป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ซึ่งถือเป็นการสนับสนุนจากรัฐบาล ทำให้ผู้ประกอบการที่เคยทำงานในสังกัดรัฐบาลมาก่อนเข้าใจในกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินงานบางส่วนได้ดีกว่า จึงมีระดับผลการดำเนินงานที่ดีกว่า

2. คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า อิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตกร จิรภาณุเมศ (2553), Zheng & Cui (2007), Li, Huang & Tsai (2009) Awang (2009) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความสามารถทางนวัตกรรม

ความเป็นตัวของตัวเอง ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และการแข่งขันเชิงรุกมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร อีกทั้ง วราญุ ศิริรินทร์ (2562) ที่พบว่า การดำเนินงานเชิงรุกและควมมีนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในงานวิจัยนี้ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง การมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความก้าวร้าวในการแข่งขัน โดยคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่โดดเด่นของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรม คือ ความมีนวัตกรรม และความเป็นตัวของตัวเอง สามารถเห็นได้จากลักษณะของธุรกิจสินค้านวัตกรรมอย่างชัดเจน และด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะสินค้านวัตกรรมเป็นสินค้าที่มีการคิดค้นใหม่ หรือมีการพัฒนาจากของเดิมให้ดีขึ้น ทำให้มีคู่แข่งในตลาดน้อยจึงไม่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากนัก

3. ความสามารถทางการตลาด พบว่า มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมในประเทศไทย เป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Takata (2016) , Murray et al. (2011) พบว่า ความสามารถทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การกำหนดราคา การจัดการช่องทางจำหน่าย และความสามารถในการสื่อสารทางการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานมาก และ Mu (2015) พบว่า การติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด การสร้างความผูกพันกับลูกค้า และการเชื่อมโยงพันธมิตรทางการค้ามีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเช่นเดียวกับ Morgan et al. (2009) ที่พบว่า การติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด การบริหารตราสินค้า การสร้างความผูกพันกับลูกค้า ส่งผลเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ แคนรีชา ซาปะวัง (2549) พบว่า การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการตลาดและลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ทั้งนี้จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าความสามารถทางการตลาดคือกลยุทธ์ที่สำคัญของธุรกิจหลายแขนงสำหรับความได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างมูลค่าให้กับธุรกิจเพื่อสร้างผลการดำเนินงานที่ดีกว่าคู่แข่งในตลาดรวมถึงในบริบทของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมก็ส่งผลเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะและข้อจำกัดจากงานวิจัย

ผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมควรให้ความสำคัญและทบทวนในเรื่องของคุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยพบว่าเพศหญิงมีระดับผลการดำเนินงานสูงกว่าเพศชายในด้านของลูกค้าและกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร เพราะฉะนั้น ผู้ประกอบการสามารถมอบหมายตำแหน่งหน้าที่ให้ผู้ดูแลที่เป็นเพศหญิงในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่า อีกทั้งในส่วนของคุณลักษณะด้านมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นไปที่ด้านการทำงานเชิงรุกและความกล้าเสี่ยงให้มากขึ้น ผู้วิจัยเสนอให้ผู้ประกอบการติดตามแนวโน้มความนิยมของลูกค้า ความคิดเห็นข้อติชมและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมถึงเมื่อผู้ประกอบการเห็นโอกาสทางธุรกิจใดที่เกิดขึ้นแล้วควรเข้าไปทำให้เกิดประโยชน์ให้มากขึ้น อาทิเช่น นโยบายของ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติที่สนับสนุนให้เกิดการเชื่อมระบบนวัตกรรมโลก เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตลาดนานาชาติและสามารถหาหุ้นส่วนทางนวัตกรรมจากทั่วโลกเพื่อพัฒนาธุรกิจได้ เพราะฉะนั้นถือเป็นโอกาสในธุรกิจที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรเข้าร่วมอย่างยิ่ง และในส่วนของความสามารถทางการตลาด ผู้ประกอบการควรตรวจสอบและพัฒนาเพิ่มเติมในด้านการสื่อสารทางการตลาดให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสินค้านวัตกรรมอาจจะเป็นสิ่งใหม่ของตลาดที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักของกลุ่มลูกค้า ทั้งในด้านการออกแบบและดำเนินการโฆษณาในสื่อรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น สื่อออนไลน์ และติดตามดูทิศทางความเคลื่อนไหวของตลาดของสินค้าของธุรกิจเพื่อนำมาวางแผนการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจให้มากที่สุด นอกจากนี้ด้านผลการดำเนินงานควรมีการดูแล ตรวจสอบและควบคุมให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพราะผลการดำเนินงานด้านการเงินยังอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลการดำเนินงานด้านการเงิน โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มากขึ้น ผู้วิจัยแนะนำให้ทำบัญชีงบกำไรขาดทุนเพื่อจะได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยของต้นทุนที่แท้จริงของธุรกิจได้อย่างชัดเจน

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆเพิ่มขึ้น เช่น ปัจจัยด้านรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน หรือมีการจำกัดขนาดธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมให้อยู่ในระดับเดียวกัน เป็นต้น นอกจากนี้ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาในมุมมองของผู้บริโภคในบริบทของสินค้านวัตกรรมเพิ่มเติม เนื่องจากการประเมินจากมุมมองของผู้ประกอบการทำให้มีการประเมินในด้านต่างๆค่อนข้างสูง

ข้อจำกัดจากการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมที่ได้รับ การสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมหรือรัฐบาล เพราะฉะนั้นหากต้องการนำผลการวิจัยไปปรับใช้กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมทุกกลุ่ม อาจจะต้องพิจารณาปัจจัยและบริบทอื่นๆ เพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- กฤตกร จิรภาณุเมศ. (2553). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานการศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตย์. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แคทลียา ชาปะวัง. (2549). ผลกระทบของการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการตลาดและนวัตกรรมที่มีผลดำเนินงานของธุรกิจส่งออกยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตย์. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วรายุ ศิรินันท์. (2562). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาค

-
- ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
อีสาน นครราชสีมา.
- วศินี เทพรำพึง. (2555). *ผลกระทบของนวัตกรรมทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการดำเนินงาน
ของธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มในประเทศไทย*. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). *การวิจัยการตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท
ธรรมสาร จำกัด.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2561). รายงานผลการดำเนินงาน. *รายงานประจำปี 2561*.
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- Awang, A. (2009). *Entrepreneurial orientation and performance relations of
Malaysian Bumiputera SMEs: The impact of some perceived
environmental factors*. *International Journal of Business and Management*,
4(9), 84-96.
- Day, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *The Journal of
Marketing*, 37-52.
- Frese, M. (2000). *Success and Failure of Micro Business Owners in Africa: A
Psychological Approach*. United States of America: Greenwood Publishing
Group.
- Islam, M. A., Khan, M. A., Obaidullah, A. Z. M., & Alam, M. S. (2011). Effect of
entrepreneur and firm characteristics on the business success of small and
medium enterprises (SMEs) in Bangladesh. *International Journal of Business
and Management*, 6(3), 289.
- Kayabasi, A., & Mtetwa, T. (2016). Impact of marketing effectiveness and capabilities,
and export market orientation on export performance: Evidence from Turkey.
European Business Review, 28(5), 532-559.
- Kristiansen, S., Furuholt, B., & Wahid, F. (2003). Internet cafe entrepreneurs: pioneers
in information dissemination in Indonesia. *The International Journal of
Entrepreneurship and Innovation*, 4(4), 251-263.
- Li, Y.H., Huang, J.W. and Tsai, M.T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm
performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing
Management*, 38(4), 440-449.
- Lumpkin, G. T. and Dess, Gregory G. (1996). "Clarifying the Entrepreneurial Orientation

- Construct and linking it to Performance.” *Academy of Management Review*, 21, 1. 135-172.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start-ups: a comparison with previous research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(2), 48-63.
- Morgan, N. A., Slotegraaf, R. J., & Vorhies, D. W. (2009). Linking marketing capabilities with profit growth. *International Journal of Research in Marketing*, (4)26, 293-284.
- Murray, J. Y., Gao, G. Y., & Kotabe, M. (2011). Market orientation and performance of export ventures: the process through marketing capabilities and competitive advantages. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(2), 252-269.
- Mu, J. (2015). Marketing capability, organizational adaptation and new product development performance. *Industrial Marketing Management*, 49, 151-166.
- Sinha, T. N. (1996). man Factors in Entrepreneurship Effectiveness. *The Journal of Entrepreneurship*, (1)5, 29-23.
- Takata, H. (2016). Effects of industry forces, market orientation and marketing capabilities on business performance: An empirical analysis of Japanese manufacturers from 2009 to 2011. *Journal of Business Research*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.068>
- Zheng & Cui. (2007, September). An integration and empirical examination of entrepreneurial orientation, market orientation and firm performance. *In Wireless Communications, Networking and Mobile Computing, 2007. WiCom 2007. International Conference on* (pp. 6414-6417).

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์

Factors Affecting Perceptions of Service Quality in Trang Ruampat Hospital

เพ็ญญา อ่อนเกลี้ยง Pennapa Onkliang¹

โสภิน รัตนสุภา Sopin Rattanasupa²

จำรัส ชูวงศ์ Jamratch Choowong³

ดุษฎี วรรณานาหาร Dusadee Wannahan⁴

ฮูไสไฟะ หัตคอง HoosaiPHA Hudkong⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ในมุมมองของผู้เข้าใช้บริการ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากผู้มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยใน จำนวน 295 คน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 19 - 35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การมาใช้บริการมากกว่า 1 ครั้ง มีสิทธิการรักษาแบบอื่น ๆ หรือประกันเอกชน คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเอาใจใส่ ประเด็นการได้รับการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.59) และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ประเด็นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในเรื่องของการรักษา อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.65) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยในที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านประสบการณ์การมาใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความ

¹ อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

E-mail: pen14mam@gmail.com

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

E-mail: ssopinster@gmail.com

³ รองผู้อำนวยการโรงพยาบาล ฝ่ายงานคุณภาพและฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์

E-mail: jamratch@gmail.com

⁴ เจ้าหน้าที่ฝ่ายตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน บริษัทเอ็นไวรอนเมนทอลโซลูชันอินทีเกรเตอร์ จำกัด

E-mail: Dusadee.ems@gmail.com

⁵ ผู้ร่วมวิจัย วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

E-mail: hasaifah19003@gmail.com

พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านสิทธิการรักษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์

Abstract

The objectives of this study were to investigate the service quality level and its affecting factors at Trang Ruampat Hospital, a private hospital in Trang province. The instrument used for data collection was a closed-ended questionnaire. A sample of 295 service recipients of the Inpatients Department were randomly selected.

The results of this study showed that the majority of respondents were females aged between 19-35 with a bachelor's degree, who have received the service more than once. Besides this, they also receive other medical benefits or private insurance. The overall service quality of the hospital was found at the highest level ($\bar{x} = 4.53$, S.D = 0.62). When considering individual aspects, *patient care*, in terms of taking care of service recipients, was found at the highest level ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.59), whereas *responsiveness to service recipients*, in terms of participation in decision making regarding medical treatment, was found at the lowest level ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.65). The hypothesis testing results showed that different personal factors including gender, age, education, service receipt experience, had no effect on the service quality satisfaction among the respondents. Different medical benefits had a different effect on service quality satisfaction with the statistical significance level of .05.

Keywords: Service Quality, Trang Ruampat Hospital

บทนำ

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคโลกาภิวัตน์มนุษย์มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับตนเองรวมถึงบุคคลรอบข้างให้มีชีวิตการเป็นอยู่ที่ดี และต้องการมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของสุขภาพ จึงทำให้ผู้ที่ประสบปัญหาในเรื่องของสุขภาพก็จะต้องหาสถานที่ที่สามารถช่วยบำบัดอาการเจ็บป่วยให้กับตนเองด้วยการอาศัยโรงพยาบาลเป็นที่แรก ๆ ของการแก้ปัญหาสุขภาพร่างกายของตนเอง และโรงพยาบาลในปัจจุบันก็มุ่งเน้นคุณภาพ

ในการให้การรักษาและการให้บริการมาให้ได้มาตรฐานของความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการ และการบริการที่มีคุณภาพยังต้องอาศัยการพัฒนาระบบงานทุกหน่วยงาน ซึ่งจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยจะส่งผลต่อการจัดการให้บรรลุผลสำเร็จและองค์การสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ (สุรเดช ทองแถมแก้ว, อนิวิษ แก้วจำนงค์ และวาสนา สุวรรณวิจิตร, 2557)

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน มีแนวโน้มการขยายตัวเป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันสูง โรงพยาบาลแต่ละแห่งมีการนำกลวิธีต่าง ๆ รวมทั้งเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในด้านการบริหารจัดการมากยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพของการบริการให้เป็นที่พอใจและประทับใจต่อผู้มารับบริการให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น โรงพยาบาลซึ่งถือเป็นสถานบริการหนึ่ง จึงต้องมีการพัฒนาคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มารับบริการในระดับที่พึงพอใจ โดยมุ่งเน้นให้บริการที่เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง และการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานเดียวกัน สถานบริการสุขภาพแต่ละแห่งจำเป็นต้องมีการตรวจสอบปัจจัยที่มีผลเกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ และบริการสนับสนุนอื่น ๆ (Gronroos, 2000) คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ ถือเป็นอาวุธที่สำคัญในธุรกิจบริการที่ทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ (Khabiti, Ismail, & Thyagarajan, 2002) สร้างความจดจำให้ลูกค้า สร้างผลกำไร และทำให้การบริการขององค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Lovelock & Wright, 2002) และการวัดคุณภาพของการบริการยังช่วยทำให้เข้าใจกระบวนการเกิดคุณภาพเพื่อนำมาพัฒนาวิธีการเพิ่มคุณภาพของการบริการ (Chin, Gupta, & Rom, 1994) ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและภักดี ต่อการบริการได้อีกด้วย

โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ เป็นโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดตรัง เปิดดำเนินการตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2525 จนถึงปัจจุบัน โดยเริ่มต้นจาก โรงพยาบาล ขนาด 50 เตียง และพัฒนาเติบโตต่อเนื่องตลอดมา จนเป็นโรงพยาบาลขนาด 200 เตียง ในปัจจุบัน ให้บริการรักษาพยาบาลโรคทั่วไป ในระดับตติยภูมิและตติยภูมิในบางสาขา สำหรับผู้ป่วยในพื้นที่จังหวัดตรังและอำเภอใกล้เคียงของจังหวัด ได้แก่ จังหวัด นครศรีธรรมราช จังหวัดกระบี่ จังหวัดพัทลุง จังหวัดสตูล ที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกับ จังหวัดตรัง และสะดวกในการมารับบริการที่จังหวัดตรัง โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อการบริการที่มีคุณภาพและประทับใจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการเรามุ่งพัฒนาและขอรับรองระบบคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้มั่นใจว่าโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์มีคุณภาพทั้งด้านการบริการและด้านการแพทย์ ได้รับรางวัลคุณภาพมากมาย เช่น รางวัล Gold Award จากโครงการ AIA Hospital Quality Award รางวัลชนะเลิศโครงการ RVP e-Claim Award ประเภทโรงพยาบาลเอกชน ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) จากสถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน) เป็นต้น โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทั้งแพทย์ประจำ และแพทย์ที่ปรึกษา และ สหวิชาชีพประกอบด้วย พยาบาลวิชาชีพ เภสัชกร เทคนิคการแพทย์ นักกายภาพบำบัด และพนักงานที่เกี่ยวข้องทุกคน มีความพร้อมที่จะให้บริการ ให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ป่วย หรือญาติอย่าง ใกล้ชิด และอบอุ่น มีเครื่องมือแพทย์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยและ

แม่นยำ ในการตรวจวินิจฉัยรักษาของแพทย์ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเพิ่มศักยภาพของโรงพยาบาล เพื่อให้มีความทันสมัย สะดวกสบาย และเป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการ ให้บริการการตรวจรักษาพยาบาล ในราคาที่ยุติธรรม แก่ผู้ป่วย และให้บริการ Fax Claim แก่ผู้ป่วยที่มีกรรมธรรม์ ประกันสุขภาพ ที่คุ้มครองค่ารักษาพยาบาล สามารถเบิกเงินค่ารักษาพยาบาลจากบริษัทประกันได้โดยตรง เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้ประกันตนที่ไม่ต้องสำรองจ่ายเงินสดก่อน ซึ่งทางโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ได้รับการประเมินผล การตรวจรักษาและการทำ Fax Claim ที่ถูกต้อง โปร่งใส ตรงไปตรงมา และตรวจสอบได้ ตลอดมา (โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์, 2562)

การให้บริการในโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ต้องอาศัยบุคลากรหลายฝ่าย เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาล และเจ้าหน้าที่ รวมถึงการวางแผน การจัดการระบบองค์การภายใน การบริหารจัดการโรงพยาบาลที่ดี จะส่งผลให้การบำบัดรักษาผู้ป่วยเป็นไปอย่างสะดวก และมีประสิทธิผล บุคคลย่อมจะมีความต้องการ ซึ่งความต้องการดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการตอบสนองตามสิทธิของแต่ละบุคคลที่จะได้รับบริการที่ดีที่สุด ดังนั้นการบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจที่ดีที่สุด และมีคุณภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่โรงพยาบาลควรตระหนักและให้ความสำคัญโดยเฉพาะการให้บริการในแผนกผู้ป่วยในที่มีผู้ใช้บริการมาพักอยู่เป็นระยะเวลาหนึ่ง การพัฒนาระดับคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ จะเป็นการสร้างจุดแข็งของการบริการรักษาพยาบาลที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของโรงพยาบาล และสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับโรงพยาบาลได้ในที่สุด โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์มีคุณภาพทั้งด้านการบริการและด้านการแพทย์ ได้รับรางวัลคุณภาพมากมายดังกล่าวไปแล้วข้างต้น แต่ด้วยการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนและการให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพเป็นลำดับต้น ๆ สำหรับการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน โรงพยาบาลยังควรต้องเพิ่มระดับคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่าและเพิ่มลูกค้ารายใหม่ สร้างการรับรู้คุณภาพการบริการในมุมมองของผู้ใช้บริการให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์, 2562)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการศึกษาระดับคุณภาพของการให้บริการผู้ป่วยในของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการซึ่งจะสะท้อนการรับรู้คุณภาพของการให้บริการในมุมมองของผู้เข้าใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการของสถานพยาบาลเอกชนโดยใช้แนวคิด คุณภาพบริการพยาบาลของ Parasuraman, Zeithamal & Berry (1985) ที่ว่าคุณลักษณะของการบริการพยาบาลที่ดี ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยด้านสุขภาพ เพื่อให้ผู้ป่วยหายจากภาวะที่เจ็บป่วย มีสุขภาพดีสามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างปกติได้ ตามความคาดหวังของผู้ป่วยและครอบครัว และจนมีความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน คือ (1) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) (2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) (3) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) (4) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) และ (5) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล ในส่วนของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การมาใช้บริการ และสิทธิการรักษา

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันอาจส่งผลหรือไม่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล (ศศิธร เลิศล้ำ ,2551) ปัจจัยประสบการณ์การมาใช้บริการส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล Schmitt (2003) ได้อธิบายถึงขั้นตอนของการบริหาร ประสบการณ์ลูกค้าไว้ 5 ข้อ คือ (1) การวิเคราะห์ โลกแห่งประสบการณ์ของลูกค้า ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์โดยรวม ทั้งการ แข่งขันและ พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค (2) การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ของ ลูกค้า จะทำหน้าที่เป็นกรอบในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการตอกย้ำว่าองค์กร ตราสินค้า และ ผลิตภัณฑ์ขององค์กรมีจุดยืนด้านใด นำเสนอคุณค่าอะไรให้แก่ลูกค้าได้บ้าง (3) การออกแบบ ประสบการณ์ของตราสินค้า ในขั้นตอนนี้เป็นการนำกลยุทธ์การออกแบบโครงสร้างประสบการณ์ โดยรวมของลูกค้าไปปฏิบัติ (4) การออกแบบจุดสัมผัสกับลูกค้า หรือจุดที่ติดต่อกับประสบการณ์ของ ลูกค้า โดยลูกค้าและบริษัทมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน และ (5) การพัฒนานวัตกรรมอย่าง ต่อเนื่อง เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างแตกต่างจากคู่แข่ง นอกจากนี้ Parasuraman, Zeithamal & Berry (1985) กล่าวว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และ การรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจาก คำบอกเล่าที่ บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผล มาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้า บริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเทียบเท่าความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ ส่วนสิทธิการรักษา ระบบ ประกันสุขภาพในประเทศไทยมี 4 รูปแบบ ตามที่กิริณา แต่อารักษ์ (2557) ได้สรุปไว้ คือ (1) สวัสดิการรักษายาของข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ (2) ประกันสังคม (3) ระบบประกัน สุขภาพถ้วนหน้า และ (4) การประกันบริษัทเอกชน แต่ละรูปแบบได้รับสิทธิที่แตกต่างกันและอาจส่งผล ถึงการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ผลที่ได้รับจากการวิจัยจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางใน การให้บริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและสนองต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการและนำ ข้อเสนอแนะมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการในโรงพยาบาลในด้านความ เชื่อถือ การตอบสนอง ความเชื่อมั่น การเอาใจใส่ และความสามารถจับต้องได้ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ในมุมมองของผู้เข้าใช้ บริการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ น้าลิน เทียมแก้ว (2556) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการว่า “คุณลักษณะที่ผู้ใช้บริการสามารถ จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ และผู้ใช้บริการเองสามารถวิเคราะห์ถึงความต้องการและความคาดหวังได้” ซึ่งการบริการนี้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งในเรื่องการให้บริการตรงต่อเวลา การบริการรวดเร็ว และมีระบบการบริการที่สมบูรณ์และทันสมัย จนทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและ กลับมาใช้บริการอีกครั้ง และฉัฐสรณ์ กาญจนศิลา นนท์ (2555) ได้ให้ความหมายคุณภาพการบริการว่า “สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการได้รับบริการจากผู้ให้บริการ และผู้รับบริการเกิดการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่ ผู้รับบริการได้ตั้งเอาไว้” ซึ่งมาตรฐานของผู้รับบริการแต่ละคนอาจมีความแตกต่างกันไป เรียกสิ่งนี้ว่า ความคาดหวัง (Expectation) และผู้รับบริการจะแสดงออกมาในรูปของความพึงพอใจต่อการให้บริการ ซึ่งการบริการจะมีลักษณะเฉพาะด้วยกัน 4 ประเด็น ได้แก่ (1) ลักษณะทางกายภาพ (Intangible) หมายถึง การบริการ ไม่มีตัวตนและไม่สามารถจับต้องหรือมองเห็นได้ เช่นเดียวกับสินค้า (2) ความผันแปร (Variable) หมายถึง การบริการนั้นย่อมมีความแปรผันแตกต่างกันไปตามเหตุการณ์ที่ให้บริการหรือรับบริการ (3) การแยกออกไม่ได้ (Inseparable) การบริการทั้งการให้ และรับไม่สามารถแยกจากกันได้ เนื่องจากสถานการณ์ทั้ง 2 นี้ ต้องเกิดขึ้นพร้อมกันและทำให้เกิดปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อเหตุการณ์ในการบริการ และ (4) ความสูญเปล่า (Perishable) หมายถึง เวลาในการบริการแต่ละครั้งไม่สามารถหยุดเวลานั้น ๆ ได้ จึงทำให้การบริการ ในเวลาขณะนั้นต้องดีที่สุด ส่วนเพ็ญจันทร์ แสนประสาน (2554) ให้ความหมาย คุณภาพบริการ หมายถึง ความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยด้านสุขภาพ โดยครอบคลุมบริการหลัก (Core Service) บริการที่เกี่ยวข้อง (Peripheral Service) ซึ่งคาดหวังไว้และนอกเหนือความคาดหวัง จนเกิดความประทับใจ

Parasuraman, Zeithamal & Berry (1985) ก็ได้ให้ความหมาย คุณภาพบริการ เอาไว้เช่นกัน โดยพิจารณาคุณภาพบริการในสายตาผู้ป่วย ว่าเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังในบริการกับการบริการที่ได้รับจริง หากบริการที่ได้รับจริงสูงกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังจะถือว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ ซึ่งมีงานวิจัยที่สอดคล้องกับนิยามดังกล่าว คืองานวิจัยของภัทรพร ยุบลพันธ์ (2558) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการสุขภาพของผู้รับบริการต่อโรงพยาบาลเอกชน ผลการศึกษา พบว่า ผู้รับบริการรับรู้คุณภาพบริการสุขภาพทั้งในภาพรวมและรายมิติ คุณภาพอยู่ในระดับมาก ผู้รับบริการที่เคยและไม่เคยเข้ารับบริการสุขภาพ รับรู้คุณภาพบริการสุขภาพแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่ไม่เคยเข้าโรงพยาบาลไม่เคยรับรู้คุณภาพบริการสุขภาพมากกว่ากลุ่มที่เคยเข้าโรงพยาบาล และผู้รับบริการที่มีอาการโรคของกระดูกเจ็บป่วยในปัจจุบันแตกต่างกัน รับรู้คุณภาพบริการสุขภาพแตกต่างกัน โดยผู้รับบริการที่มาด้วยกลุ่มโรคเฉียบพลัน รับรู้คุณภาพบริการสุขภาพแตกต่างจากผู้รับบริการที่มาด้วยกลุ่มอุบัติเหตุและบาดเจ็บ ส่วนงานวิจัยของ Kazemi, N. et al. (2013) ได้ศึกษาคุณภาพบริการของโรงพยาบาลโดยวิเคราะห์ Gap

และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ได้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Conformity Factor Analysis : CFA) เพื่อวัดคุณภาพบริการแก่ผู้ป่วย พบว่า คุณภาพบริการในมิติความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบมากที่สุด ส่วนมิติคุณภาพบริการที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบรองลงมา คือ มิติการตอบสนอง (Responsiveness) มิติความมั่นใจ (Assurance) มิติความเห็นใจ (Empathy) และมิติภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)

จากความหมายคุณภาพบริการ ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพบริการพยาบาล หมายถึง คุณลักษณะของการบริการพยาบาลที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยด้านสุขภาพ เพื่อให้ผู้ป่วยหายจากภาวะที่เจ็บป่วย มีสุขภาพดีสามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างปกติได้ ตามความคาดหวังของผู้ป่วยและครอบครัว และจนมีความพึงพอใจ โดยมีระดับของคุณภาพบริการ และใช้เป็นแนวทาง ในการประเมินคุณภาพของบริการ ดังนี้ (1) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ นั้นตรงกับสัญญาที่ให้กับผู้รับบริการ การบริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและ มีความสม่ำเสมอทุกครั้งที่ให้บริการที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ไดรับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้ ให้บริการด้วยความตรงต่อเวลา และแสดงออกถึงความจริงใจในการแก้ปัญหา (2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อม และความเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน (3) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการสามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ เชื่อถือ และความมั่นใจในการรับบริการ (4) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทรเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการ ในรายบุคคล จัดบริการในเวลาที่เหมาะสม ยึดหลักความสนใจและความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของผู้รับบริการเป็นสำคัญ และ (5) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร และการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้รับบริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้ ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้อง ไม่ได้ การประเมินจึงต้องประเมินจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีตัวตน ซึ่งอยู่รอบๆ การให้บริการ ได้แก่ (1) อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวกทางวัตถุ เช่น สถานที่ตั้ง โต๊ะ เก้าอี้ ที่วางของในการให้บริการเก้าอี้สำหรับนั่งรอรับบริการ รวมทั้งป้ายและสัญลักษณ์ในการให้บริการ และ (2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ มีอุปกรณ์ทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับการให้บริการ จัดไว้บริการ และผู้รับบริการสามารถสังเกตเห็น (Parasuraman, Zeithamal, & Berry ,1985)

การรับรู้ การรับรู้ คือ กระบวนการแปลหรือตีความต่อสิ่งเร้าข่าวสารที่ผ่านอวัยวะรับสัมผัสทั้งหลาย ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้นและกาย เข้าไปยังสมองในรูปของไฟฟ้าและเคมี สมองจึงเป็นคลังเก็บข้อมูลมหาศาลก็จะตีความสิ่งเร้าหรือข่าวสารนั้นโดยอาศัยการเทียบเคียงกับข้อมูลที่เคยสะสมไว้ก่อนหรือที่เรียกว่า ประสบการณ์เดิม กระบวนการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) กระบวนการรับสัมผัส (Sensation) และ (2) กระบวนการรับรู้ (Perception) การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นการรู้สึกและถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมายโดยใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจของบุคคล โดยการรับรู้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ (Perception in Learned) ดังนั้นถ้าขาดการเรียนรู้หรือประสบการณ์จะมีเพียงการรับสัมผัสเท่านั้น พฤติกรรมการรับรู้เป็นกระบวนการตอบสนองสิ่งแวดล้อมที่ต่อเนื่องจากการรู้สึกสัมผัสรับรู้ เป็นกระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาในกระบวนการรู้สึก เมื่อเครื่องรับหรืออวัยวะรับสัมผัส สัมผัสสิ่งเร้า เราจะเกิดความรู้สึกแล้วส่งความรู้สึกนั้นไปตีความ หรือแปลความหมายกลายเป็นการรับรู้ (ดวงฤดี พ่วงแสง 2554) ส่วนอริยา คูหา (2556) กล่าวว่า การรับรู้ คือ การสัมผัสที่มีความหมาย ทั้งนี้เพราะบุคคลย่อมต้องมีประสบการณ์และความรู้จากสิ่งที่ตนได้รับสัมผัสนั้นมาก่อน จึงสามารถเข้าใจเหตุการณ์ หรือเรื่องราว นั้น ๆ ได้

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้ คือ กระบวนการตีความหรือแปลความหมายของบุคคล จากการกระตุ้นของสิ่งเร้า โดยจะรับรู้แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการ ปัจจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการที่มีผลต่อคุณภาพบริการที่สำคัญ ประการหนึ่งคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เนื่องจากเป็นความรู้สึกเฉพาะบุคคล จึงแตกต่างกันไปตามลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประการที่สองเป็นประสบการณ์ในการมาใช้บริการ เช่น จำนวนครั้งที่มารับบริการ และประการที่สามเป็นสิทธิการรักษา เป็นต้น จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า แต่ละปัจจัยอาจส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลได้ทั้งสิ้น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (1) ปัจจัยด้านเพศ ศศิธร เลิศล้ำ (2551) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่ต่างกัน เพศชายมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการโดยรวมมากกว่าเพศหญิง อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยของ กาญจณี แสนสุข (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน : กรณีศึกษาโรงพยาบาลนครธน พบว่า ปัจจัยเพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแต่อย่างใด (2) ปัจจัยด้านอายุ ศศิธร เลิศล้ำ (2551) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 51 ปี มีความพึงพอใจมากกว่าทุกช่วงอายุ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยของ กาญจณี แสนสุข (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน : กรณีศึกษาโรงพยาบาลนครธน พบว่า ปัจจัยอายุที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึง

พอใจของผู้ใช้บริการแต่อย่างใด และ (3) ปัจจัยระดับการศึกษา ผลการวิจัยของ ศศิธร เลิศล้ำ (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท พบว่า ผู้รับบริการที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจมากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยของ กาญจณี แสนสุข (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน : กรณีศึกษาโรงพยาบาลนครธน พบว่า ปัจจัยระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแต่อย่างใด

ประสบการณ์ในการมาใช้บริการ Schmitt (2003) ได้อธิบายถึงขั้นตอนของการบริหารประสบการณ์ลูกค้าไว้ 5 ข้อ คือ (1) การวิเคราะห์โลกแห่งประสบการณ์ของลูกค้า (Analyzing the Experiential World of the Customer) ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์โดยรวม ทั้งการแข่งขันและ พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องวิเคราะห์เงื่อนไขในการ ตัดสินใจตลอดจนปัญหาที่ลูกค้าเคยเผชิญ ในช่วงเวลาก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และ หลังการซื้อ โดย ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึกมากที่สุด ประกอบด้วย ขั้นตอน ดังนี้คือ (1.1) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการบริหารประสบการณ์ โดยพิจารณาว่าเป็นกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคหรือลูกค้าธุรกิจ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อหรือลูกค้าที่เป็นผู้ใช้ กลุ่มลูกค้าทั่วไปหรือลูกค้าประจำ (1.2) แบ่งโลกประสบการณ์ของลูกค้าออกเป็น 4 ระดับขั้นคือ ประสบการณ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ (Experience of Product or Brand) ประสบการณ์จากประเภทของผลิตภัณฑ์ (Product Category Experience) ประสบการณ์จากการบริโภค (Usage and Consumption Situation) และ ประสบการณ์จากสังคม (Social Business Context) และ (1.3) วิเคราะห์ประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับ ในทุกจุดสัมผัสที่เจ้าของสินค้าจะ สามารถสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภคได้ เช่น วิเคราะห์และสำรวจ คู่แข่งว่ามีกลยุทธ์ของคู่แข่ง ในการสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภค (2) การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ของลูกค้า (Building the Experiential Platform) จะทำหน้าที่เป็นกรอบในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการตอกย้ำว่าองค์กร ตราสินค้า และ ผลิตภัณฑ์ขององค์กรมีจุดยืนด้านใด นำเสนอคุณค่าอะไรให้แก่ลูกค้าได้บ้าง โครงสร้างประสบการณ์ของลูกค้า ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ (2.1) การกำหนดจุดยืน เกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าหรือบริการ (2.2) การกำหนดค่าน้ำหนักสัญญาที่ ผู้บริโภคจะได้รับจากประสบการณ์ และ (2.3) การกำหนดแนวทางในการสำรวจโครงสร้าง ประสบการณ์ไปปฏิบัติ (3) การออกแบบประสบการณ์ของตราสินค้า (Designing the Brand Experience) ในขั้นตอนนี้เป็นการนำกลยุทธ์การออกแบบโครงสร้างประสบการณ์โดยรวมของลูกค้าไปปฏิบัติ ใช้เพื่อสร้างความรู้สึกที่มีต่อตราสินค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ประสบการณ์ของ ตราสินค้าที่เป็นองค์ประกอบที่อยู่นิ่ง เช่น โลโก้ ป้ายสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ หรือ โบรมาร์เก็ต เป็นต้น รวมไปถึงองค์ประกอบที่เปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งเกิดขึ้นขณะที่ลูกค้ากำลังติดต่อกับสิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ เช่น วิธีการพูด การบริการของพนักงานขาย และความสะอาดสบายที่ได้รับจากการบริการ เป็นต้น (4) การออกแบบจุดสัมผัสกับลูกค้า (Structuring the Customer Interface) หรือจุดที่ติดต่อ

กับประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Interface or Customer Touch Points) โดยลูกค้าและบริษัทมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ซึ่งสามารถเพิ่มหรือทำลายประสบการณ์ของลูกค้าได้ บริษัทจึงจำเป็นต้องมีการออกแบบจุดสัมผัสนี้อย่างระมัดระวัง เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และ (5) การพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Engaging in Continuous Innovation) CEM เป็น กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การปรับปรุงและพัฒนาแผนการสร้าง ประสบการณ์ของลูกค้า จึงเป็นสิ่งที่จะต้องดำเนินการตลอดเวลา เพราะถึงแม้ว่าเจ้าของสินค้า จะสามารถทำความเข้าใจลูกค้าได้อย่างถ่องแท้ และนำกลยุทธ์นี้ไปสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า เป็นหลักแล้วก็ตาม แต่ก็อาจเกิดการตอบโต้จากคู่แข่งทางการค้าด้วยการมอบประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าที่ทัดเทียมกัน รวมทั้งผู้บริโภคเองก็จะมีคามคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์จากบริษัทที่อยู่สูงขึ้นไปจากเดิม

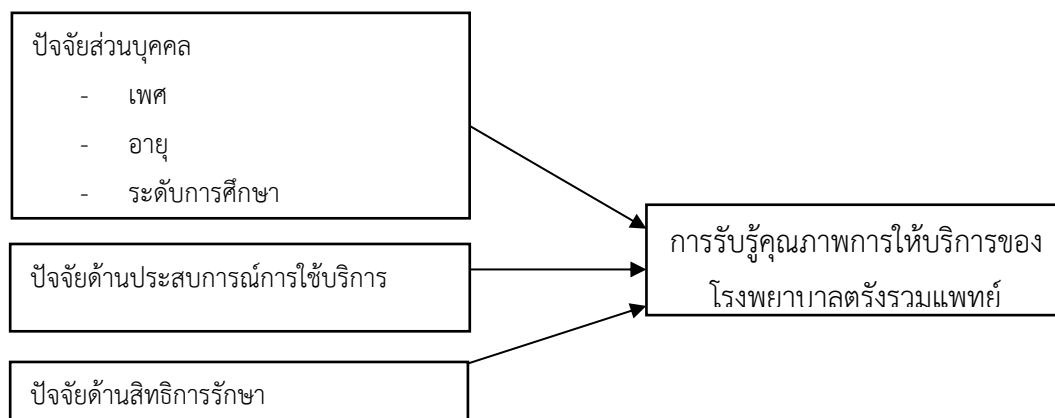
Parasuraman, Zeithamal, & Berry (1985) กล่าวว่า คุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจาก คำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเทียบเท่าความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ

สิทธิการรักษา ระบบประกันสุขภาพในประเทศไทยมี 4 รูปแบบ คือ (1)สวัสดิการรักษายาบาลของข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ประมาณ 7 ล้านคน) ซึ่งรัฐบาลสนับสนุนค่าใช้จ่ายสวัสดิการนี้ (2) ประกันสังคม เป็นระบบที่มีการระดมเงินทุนจากปัจเจกชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคเอกชน ตามข้อบังคับในกฎหมายลักษณะต่าง ๆ เป็นสิทธิเฉพาะตน นายจ้างที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไปจ่ายเงินสมทบกองทุนภายใน 30 วัน โดยผู้ประกันตนต้องร่วมจ่ายเงินสมทบกองทุนร้อยละ 5 ร่วมกับนายจ้างร้อยละ 5 และรัฐบาลร้อยละ 2.5 ของเงินเดือน จำนวนเงินสมทบคิดจากฐานค่าจ้างขั้นต่ำ 1,650 บาท ไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน ผู้ประกันตนจะได้รับบัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาลเมื่อได้ขึ้นทะเบียนและส่งเงินสมทบครบ 3 เดือนแล้ว โดยผู้ประกันตนจะต้องเลือกสถานพยาบาลที่จะเข้ารับการรักษาเอง (ประมาณ 10 ล้านคน) (3) ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) มี 2 แบบ ได้แก่ บัตร 30 บาทแบบฟรี ที่จัดให้แก่ผู้สมควรได้รับการช่วยเหลือเกือบ 7 กลุ่ม คือ เด็กนักเรียน ผู้สูงอายุ พระภิกษุ/ผู้นำศาสนา ทหารผ่านศึก ผู้พิการ และผู้มีรายได้น้อย รวมทั้งสวัสดิการสำหรับอาสาสมัครหมู่บ้าน (อสม.) และผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และอีกประเภทเป็นบัตร 30 บาท ชนิดร่วมจ่ายค่าธรรมเนียมการใช้บริการในระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าจึงเป็นการร่วมจ่ายค่าบริการในรูปแบบการร่วมจ่าย (Compayment) เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนมีการใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ คือใช้บริการอย่างสมเหตุสมผล ไม่ได้ใช้บริการเกินความจำเป็น (ประมาณ 45 ล้านคน) และ (4) การประกันบริษัทเอกชน (ประมาณ 2 ล้านคน) บริษัทประกันแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ บริษัทประกันชีวิต และ

บริษัทประกันภัย สิทธิประโยชน์และความคุ้มครองที่ผู้เอาประกันจะได้จากการประกันสุขภาพเอกชนมีความแตกต่างกันไปตามกรรมธรรม์และทุนประกันที่ซื้อ (กิรณา แต่อารักษ์ 2557)

พรรณิดา ขุนทรง (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ผลการศึกษา พบว่า ระดับปัจจัยโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่สูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านงาน ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านโครงสร้างตามลำดับ ระดับคุณภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่สูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อมั่นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การเข้าถึงความรู้สึกของผู้รับบริการ และความเป็นธรรมของการบริการตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้น สุภาวดี วรชื่น (2558) ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการโรงพยาบาลที่ผู้ป่วยในคาดหวังและรับรู้ และที่พยาบาลประจำการรับรู้ความคาดหวังของผู้ป่วยใน และปฏิบัติจริงในโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เขตภาคกลาง ผลการศึกษา พบว่า (1) คุณภาพบริการโรงพยาบาล ตามความคาดหวังและตามการรับรู้ของผู้ป่วยใน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งโดยรวมและรายด้าน โดยคะแนนคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ป่วยในคาดหวัง สูงกว่าคะแนนคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ป่วยในรับรู้ (2) คุณภาพบริการโรงพยาบาล ที่ผู้ป่วยในคาดหวังกับที่พยาบาลประจำการรับรู้ความคาดหวัง ของผู้ป่วยในแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและด้านจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ โดยรวมและบางด้านไม่แตกต่างกัน (3) คุณภาพบริการโรงพยาบาล ที่ผู้ป่วยในคาดหวังตามการรับรู้ของพยาบาลประจำการ กับที่พยาบาลประจำการปฏิบัติจริง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งโดยรวมและรายด้าน โดยคะแนนคะแนนเฉลี่ยที่พยาบาลประจำการรับรู้ความคาดหวังของผู้ป่วยใน สูงกว่าคะแนนคะแนนเฉลี่ยที่พยาบาลประจำการปฏิบัติจริง และ (4) คุณภาพบริการโรงพยาบาลที่พยาบาลประจำการปฏิบัติจริง ตามการรับรู้ของพยาบาลประจำการ กับคุณภาพบริการโรงพยาบาลที่ผู้ป่วยในรับรู้ โดยรวมและรายด้านพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคะแนนคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ป่วยในรับรู้สูงกว่าคะแนนคะแนนเฉลี่ยที่พยาบาลประจำการปฏิบัติจริง ยกเว้นด้านจริยธรรมของเจ้าหน้าที่และด้านการให้ความรู้ที่ไม่แตกต่างกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า คุณภาพการบริการมิติการตอบสนองแต่ละด้านของแต่ละโรงพยาบาลมีค่าที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจมาจากสถานที่ตั้งโรงพยาบาล ประเภทของโรงพยาบาลว่าเป็นของรัฐหรือเอกชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตติงรวมแพทยแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา ปัจจัยด้านประสพการณ์การมาใชับริการ และปัจจัยด้านสิทธิการรักษ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโรงพยาบาลตติงรวมแพทย ศึกษาโดยใช้แนวคิด ระดับของคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithamal and Berry (1985) ที่กล่าวถึงคุณภาพบริการไว้ว่า เป็นคุณภาพบริการในสายตาผู้ป่วยที่เกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังในบริการกับการบริการที่ได้รับจริง หากบริการที่ได้รับจริงสูงกว่าหรือเท่ากับความคาดหวัง จะถือว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ เป็นแนวคิดหลัก

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ป่วยที่ใชับริการโรงพยาบาลตติงรวมแพทย ณ ช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูล (วันที่ 1-31 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562) มีจำนวน 566 คน (ฝ่ายสถิติโรงพยาบาลตติงรวมแพทย, 2562) สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นกลุ่มผู้มาใชับริการแผนกผู้ป่วยใน จำนวน 295 คน โดยการเข้าไปขออนุญาตเก็บข้อมูลผู้ป่วยหรือญาติที่สามารถให้ข้อมูลได้ที่โรงพยาบาลในขณะพักพื่นก่อนออกจากโรงพยาบาล

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา ปัจจัยด้านประสพการณ์การมาใชับริการ และปัจจัยด้านสิทธิการรักษ ส่วนตัวแปรตาม คือ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร และการทบทวนรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสพการณ์การมารับบริการ และสิทธิการรักษ

เป็นแบบสอบถามปลายปิดลักษณะข้อคำถามเป็นแบบให้กาเครื่องหมายในช่องที่กำหนดและเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ มีจำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิดในเรื่องคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการสัมภาษณ์ผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยในของโรงพยาบาลเอกชนมาเขียนคำจำกัดความในการวิจัย และสร้างข้อคำถามให้สอดคล้องและครอบคลุมคำจำกัดความในการวิจัยทั้ง 5 ด้าน ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบให้กาเครื่องหมายในช่องที่ระบุ ระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ โดยใช้มาตราประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อคำถาม โดยกำหนดให้ (1) มากที่สุด (2) มาก (3) ปานกลาง (4) น้อย และ (5) น้อยที่สุด เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ ผู้วิจัยแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้หลักค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด / จำนวนช่วงหรือระดับที่ต้องการแปลผล ซึ่งแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับ มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับ น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับ น้อยที่สุด

และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เป็นการให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้โดยอิสระในช่องว่างที่เว้นไว้

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ส่วน คือ วิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.87 และเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถาม

ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือวิจัยโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha-Coefficient) (Nunnally, 1978) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค ของแบบสอบถามเพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ เท่ากับ 0.96 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก หมายถึง แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ มีความคงเส้นคงวาภายใน (Internal Consistency) โดยที่แบบสอบถามในแต่ละข้อคำถามมีความสัมพันธ์กับข้ออื่น ๆ ในแบบสอบถามฉบับเดียวกัน และสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

ผลการวิจัย

ผู้เข้าใช้บริการจำนวนทั้งหมด 295 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 183 คน (ร้อยละ 37.97) และเป็นเพศชาย 112 คน (ร้อยละ 62.03) อยู่ในช่วงอายุ 19-35 ปี 99 คน (ร้อยละ 33.56) ต่ำกว่า 18 ปี 90 คน (ร้อยละ 30.51) 36-51 ปี 66 คน (ร้อยละ 22.37) 52-70 ปี 30 คน (ร้อยละ 10.17) และมากกว่า 70 ปี 10 คน (ร้อยละ 3.39) มีระดับการศึกษา ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ 105 คน (ร้อยละ 35.59) ประถมศึกษา 100 คน (ร้อยละ 33.90) มัธยมศึกษา 47 คน (ร้อยละ 15.93) สูงกว่าปริญญาตรี 23 คน (ร้อยละ 7.80) และอนุปริญญา 20 คน (ร้อยละ 6.78) ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การมาใช้บริการมากกว่า 1 ครั้ง 244 คน (ร้อยละ 82.71) และมาใช้บริการเป็นครั้งแรก 51 คน (ร้อยละ 17.29) ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นสิทธิอื่นๆ (ประกันเอกชน) 107 คน (ร้อยละ 36.27) รองลงมาเป็นสิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า 77 คน (ร้อยละ 26.10) ประกันสังคม 55 คน (ร้อยละ 18.64)สวัสดิการข้าราชการ 28 คน (ร้อยละ 9.49) และ ไม่มีสิทธิการรักษา (จ่ายเงินเอง) 28 คน (ร้อยละ 9.49)

โดยกลุ่มผู้เข้าใช้บริการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล ปรากฏผลจำแนกตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1

ระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล (n=295)

คุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ด้านความเชื่อถือ			
1. อาการเจ็บป่วยทั้งกายและใจได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	4.57	0.59	มากที่สุด
2. ผู้ป่วยและญาติได้รับข้อมูลการรักษาที่เป็นประโยชน์ที่ดูแลตัวเองได้ อย่างถูกต้อง	4.53	0.62	มากที่สุด
3. ได้รับข้อมูลการใช้ยา/ผลข้างเคียง/อาการที่ต้องเฝ้าระวังอย่างชัดเจน	4.47	0.68	มาก
2. ด้านการตอบสนอง			
4. แพทย์ผู้ให้การรักษาเปิดโอกาสผู้ป่วย/ญาติได้ซักถาม	4.57	0.66	มากที่สุด
5. แพทย์ให้ข้อมูล/แนะนำวิธีการและเลือกในการรักษา	4.55	0.60	มากที่สุด
6. ได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ	4.55	0.59	มากที่สุด
7. ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในเรื่องของการรักษา	4.38	0.65	มาก

ตารางที่ 1

ระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล (n=295) (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
3. ด้านความเชื่อมั่น			
8. แพทย์รับฟัง/พูดคุยให้ท่านคลายความกังวลในอาการเจ็บป่วย	4.58	0.55	มากที่สุด
9. คำถามและข้อสงสัยได้รับคำตอบที่ชัดเจนจากแพทย์	4.53	0.59	มากที่สุด
10. พยาบาลหรือเจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถามและข้อสงสัยได้ชัดเจน	4.46	0.62	มาก
4. ด้านการเอาใจใส่			
11. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่	4.61	0.59	มากที่สุด
12. แพทย์ให้ความสำคัญกับการตรวจร่างกายเพื่อการวินิจฉัยโรค	4.59	0.58	มากที่สุด
13. ได้รับคำแนะนำและขั้นตอนในการรับบริการของโรงพยาบาล	4.54	0.63	มากที่สุด
5. ด้านความสามารถจับต้องได้			
14. มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย	4.51	0.64	มากที่สุด
15. มีแพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	4.48	0.63	มาก
รวม	4.53	0.62	มากที่สุด

ระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.53$, S.D.=0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเอาใจใส่ ประเด็นการได้รับดูแลเอาใจใส่ ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$, S.D.=0.59) และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ประเด็นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในเรื่องของการรักษา อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.38$, S.D.=0.65)

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการให้บริการตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา ปัจจัยด้านประสบการณ์การมาใช้บริการ และปัจจัยด้านสิทธิการรักษา ปรากฏผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ (ตารางที่ 2-4)

ตารางที่ 2

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลระหว่างเพศชายกับเพศหญิง (n=295)

คุณภาพการให้บริการ	เพศ				t	P-value
	ชาย		หญิง			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
รวม	4.58	0.21	4.49	0.25	1.96	0.1323

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการให้บริการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลของผู้ที่มีประสบการณ์การมาใช้บริการที่ต่างกัน (n=295)

คุณภาพการให้บริการ	ประสบการณ์การมาใช้บริการ				t	P-value
	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
รวม	4.58	0.19	4.51	0.25	1.96	0.3512

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์การมาใช้บริการ พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการให้บริการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลในช่วงอายุ ระดับการศึกษา และที่สิทธิการรักษาที่ต่างกัน (n=295)

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
	อายุ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.91		
ภายในกลุ่ม		290	68.51	0.24		
รวม		294	70.41			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	4	1.64	0.41	1.73	0.1444
	ภายในกลุ่ม	290	68.77	0.24		
	รวม	294	70.41			
สิทธิการรักษา	ระหว่างกลุ่ม	4	4.45	1.11	4.90	0.0008*
	ภายในกลุ่ม	290	65.96	0.23		
	รวม	294	70.41			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและด้านระดับการศึกษา พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการให้บริการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่าง

ของระดับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามปัจจัยด้านสิทธิการรักษา พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการให้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสิทธิการรักษาเป็นสิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตรังรวมแพทย์ ที่มีความแตกต่างจากสิทธิการรักษาอื่นๆ อาทิ ประกันสังคม สวัสดิการข้าราชการ ไม่มีสิทธิการรักษา (จ่ายเงินเอง) และสิทธิอื่นๆ (ประกันเอกชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสิทธิการรักษาต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลต่างกัน โดยผู้ที่มีสิทธิการรักษาสวัสดิการข้าราชการมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.73$) รองลงมาเป็นผู้ที่ไม่มีสิทธิการรักษา หรือผู้ที่ต้องชำระเงินเอง ($\bar{x} = 4.60$) สิทธิอื่น ๆ หรือประกันเอกชน ($\bar{x} = 4.54$) สิทธิประกันสังคม ($\bar{x} = 4.52$) และสิทธิที่มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด คือ สิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ($\bar{x} = 4.30$) (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5

เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตามสิทธิการรักษาที่ต่างกัน (n=295)

คุณภาพการให้บริการ	ประกันสังคม ($\bar{x}=4.52$)	สวัสดิการข้าราชการ ($\bar{x}=4.73$)	หลักประกันสุขภาพ ถ้วนหน้า ($\bar{x}=4.30$)	ไม่มีสิทธิการ รักษา ($\bar{x}=4.60$)	อื่นๆ ($\bar{x}=4.54$)
ประกันสังคม	0	2.7023	3.9376	0.6270	0.0569
สวัสดิการ ข้าราชการ		0	15.0295*	1.4376	3.3533
หลักประกัน สุขภาพถ้วนหน้า			0	12.9536*	9.4969
ไม่มีสิทธิการ รักษา				0	0.6898
อื่นๆ					0

อภิปรายผล

1. ระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งด้านการเอาใจใส่ ประเด็นการได้รับดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นโรงพยาบาลเอกชนในอำเภอเมืองประจำจังหวัด จึงมีระบบการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี เนื่องจากมีการแข่งขันของ โรงพยาบาลคู่แข่งทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยการเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการ

บริการของโรงพยาบาล (กัณฑ์กวินท์ ภูมิสวัสดิ์ 2556) และสอดคล้องกับงานวิจัย การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ผลการศึกษา พบว่า ระดับคุณภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่สูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อมั่นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การเข้าถึงความรู้สึกรองรับบริการ และความเป็นธรรมของการบริการตามลำดับ (พรณิศา ขุนทรง ,2557)

2. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และปัจจัยด้านประสบการณ์การมาใช้บริการ ของผู้มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยในที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล เป็นไปได้ว่า โรงพยาบาลให้ความเท่าเทียมกันในการให้บริการ ไม่ได้เน้นกลุ่มลูกค้าว่าต้องเป็น เพศใด อายุเท่าไร การศึกษาระดับใด ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พฤติกรรมการใช้บริการ การได้รับประสบการณ์ และความพึงพอใจต่อโปรแกรมการบริหาร ประสบการณ์ของลูกค้า และความตั้งใจใช้บริการของโรงพยาบาลกรุงเทพพญา พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าโรงพยาบาลกรุงเทพพญา (ความบ่อยครั้งในการมาใช้บริการ) และ (จำนวนปีที่มาใช้บริการ) ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของโรงพยาบาล (รมิดา รุ่งประเสริฐ 2559) ส่วนปัจจัยด้านสิทธิการรักษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสิทธิการรักษาที่แตกต่างกัน ความคาดหวังต่อการบริการย่อมแตกต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวรรณ สโมสรรสุข และ คณะ (2556) การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการให้บริการศูนย์หัวใจธรรมศาสตร์ของ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ พบว่า สิทธิการรักษาที่ผู้ป่วยมีความแตกต่างกัน ความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกัน

สรุป

1. ระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่าโรงพยาบาลให้บริการ ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
2. ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยด้านประสบการณ์การมาใช้บริการ ของผู้มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยใน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าบุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษาย่อมต้องการบริการที่ดีมีคุณภาพ ส่วนปัจจัยด้านสิทธิการรักษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า สิทธิรักษาที่ต่างกันย่อมได้รับการที่ไม่เหมือนกัน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

โรงพยาบาลมีระบบการบริการดูแลผู้รับบริการครบวงจรที่ดีอยู่แล้ว และควรทำต่อไปให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ เช่น มีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่โรงพยาบาล เกี่ยวกับการบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

โรงพยาบาลควรศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละสิทธิการรักษาเพื่อนำมาพัฒนาหรือออกแบบการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ เช่น จัดระบบบริการตั้งแต่เริ่มรับบริการจนถึงสิ้นสุดบริการที่ไม่ซับซ้อน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัณฑ์กวินท์ ภูมิสวัสดิ์. (2556). การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กาญจณี แสนสุข. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน: กรณีศึกษาโรงพยาบาลนครธน. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม, สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- กิริณา เต๋ออาร์ักษ์, ไบศรี แสบงบาล, พรรณี เลาวะเกียรติ. (2557). ผลสำรวจการรับรู้สิทธิประโยชน์การเข้าถึงบริการสาธารณสุขของนักศึกษาวิทยาลัยสาธารณสุขในระบบหลักประกันสุขภาพของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น. วารสารทันตภิบาล, 25(2), 61-74.
- ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. (2555). คุณภาพบริการ: ความจำเป็นของการพัฒนาคุณภาพบุคลากรในธุรกิจ โรงแรม. วารสารสงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 18(4), 37 – 77.
- ดวงฤดี พ่วงแสง. (2554). จิตวิทยาทั่วไป. สงขลา: เทมการพิมพ์.
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2556). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2555, 24 มกราคม 2558.
http://www.qa.msu.ac.th/eqa/upload/agency_ref/qty/ag26_in190_p_id753_3030%282555%29.pdf
- พรณิดา ขุนทรง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- เพ็ญจันทร์ แสนประสาน. (2554). การพัฒนาคุณภาพการพยาบาลสู่โรงพยาบาลคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ.
- ภัทรพร ยุบลพันธ์. (2558). การรับรู้คุณภาพบริการสุขภาพของผู้รับบริการต่อโรงพยาบาลเอกชน. วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 26(3), 94-104.
- รมิดา รุ่งประเสริฐ. (2559). พฤติกรรมการใช้บริการ การได้รับประสบการณ์ และความพึงพอใจต่อโปรแกรมการบริหาร ประสบการณ์ของลูกค้า และความตั้งใจใช้บริการของโรงพยาบาลกรุงเทพ พญา. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา

- โรงพยาบาลตรังรวมแพทย์.(2562). ประวัติองค์กร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.tranguampat.com>. (สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2562).
- วรวรรณ สโมรสสุข และคณะ. (2556). *การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการให้บริการศูนย์หัวใจธรรมศาสตร์* โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ.
- ศศิธร เลิศล้ำ. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก* โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการจัดการ.
- สุภาวดี วรชื่น. (2558). *คุณภาพบริการโรงพยาบาลที่ผู้ป่วยในคาดหวังและรับรู้ และที่พยาบาลประจำการรับรู้ความคาดหวังของผู้ป่วยใน และปฏิบัติจริงในโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เขตภาคกลาง* (วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุรเดช ทองแถมแก้ว, อนิวัช แก้วจำนงค์ และวาสนา สุวรรณวิจิตร. (2557). *พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาล กรุงเทพมหานครใหญ่ จังหวัดสงขลา*. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5,16 พฤษภาคม 2557, มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่, สงขลา.
- อริยา คูหา. (2556). *จิตวิทยาเพื่อการดำรงชีวิต*. ปัตตานี: มิตรภาพ.
- Chin,I.J., Gupta, A.& Rom, W. (1994). A study of price and quality in service operation. *International. Journal of Service Industry Management*. 5: 2 , 22-33.
- Gronroos, C. (2000). *Service management and marketing: A customer relationship management approach*. (2nd ed.). UK : John Wiley & Son.
- Kazemi N., Ehsani P., Abdi F.& Bigham M.K. (2013). *Measuring hospital service quality and its influence on patient satisfaction: An empirical study using structural equation modeling*. *Management Science Letters*, 3(7), 2125–2136.
- Khabiti, A.A., Ismail,H., & Thyagarajan, V. (2002). What drives customer loyalty: An analysis from the telecommunication industry. *Journal of targeting Measurement and Analysis of Marketing*, 11 , 1: 33-45.
- Lovelock, C.H. & Wright, L.K. (2002). *Principle of service marketing and management*. (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Parasuraman,A.Zeithaml.V.A.& BerryL.L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. *Journal of Marketing*. 49(4): 41-50.

Schmitt, B. H. (2003). *Customer experience management; A revolutionary approach to connecting with your customer*. Service Marketing, Private Hospital Industry. Master of Management and Market, Department of Management, Ferdowsi University of Mashhad, Iran.

ความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตประเทศไทย: การศึกษาปัจจัยระดับบุคคลและระดับองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพ

Career Success of Insurance Sales Agents in Thailand: Examining the Impact of Individual-Level and Organization-Level Factors

สาครินทร์ น้อยผา Sakarin Noypa¹
คณน ไตรจันทร์ Kanon Trichandhara²
วิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์ Wisanupong Potipiroon³

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพ ประกอบด้วยปัจจัยระดับบุคคลจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม ความเชื่อมั่นในตนเอง และความนอบน้อม และปัจจัยระดับองค์กร จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และการรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนประกันชีวิต จำนวน 373 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จของอาชีพโดยรวมทั้งกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความนอบน้อม การสนับสนุนจากทีมงาน และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จของอาชีพจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยความเชื่อมั่นในตนเอง และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ส่งผลต่อตัวแทนประกันเพศชาย ส่วนเพศหญิง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผล คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความนอบน้อม และการสนับสนุนจากทีมงาน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพด้านจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งทั้งเพศหญิง และเพศชาย คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง

คำสำคัญ: ความสำเร็จในอาชีพ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความนอบน้อม ตัวแทนประกันชีวิต

Abstract

The purpose of this research was to examine individual-level and organization-level factors that influence one's career success. Three individual-level factors include core-self evaluation (CSE), extraversion and humility and three organization-level factors include perceived team support (PTS), perceived supervisor support (PSS) and perceived

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การจัดการ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: sakarin.noy@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: charlee.t@psu.ac.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: wisanupong.p@psu.ac.th

learning and growth opportunities. The sample for this study was drawn from 373 sales agents by purposive sampling. The data were collected via online surveys. Multiple regression analyses revealed that CSE, humility, PTS and PSS were significantly related to subjective career success. Further analyses also showed that CSE and PSS were significant for male agents, whereas CSE, humility and PTS were significant for female agents. Lastly, it was found that CSE was the only significant predictor of the number of promotions for both males and females. Moreover, implications for practice and research were discussed.

Keywords: Career Success, Core-self Evaluation (CSE), Humility, Insurance Sales Agents

บทนำ

งานวิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต (Insurance Sales Agents) เนื่องจากมีลักษณะของอาชีพที่สามารถบริหารจัดการเวลาการทำงานได้ด้วยตนเอง และสร้างรายได้โดยไม่มียึดจำกัด (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2562) นับเป็นอาชีพที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจเพราะสัดส่วนเบี้ยประกันชีวิตรายใหม่คิดเทียบต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทย (Insurance Penetration Rate) คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 3.89 ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ขยายตัวมากขึ้น (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2561) แต่ปัจจุบันพบว่าอุตสาหกรรมประกันชีวิตกำลังเผชิญปัญหาจำนวนตัวแทนลดลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากการขาดความมั่นใจในการทำงานเพราะได้รับการปฏิเสธจากลูกค้า ความผิดหวัง การขาดแรงจูงใจ (Seligman & Schulman, 1986; U.S. News & World Report, 2018) ความรู้สึกไม่ได้รับการยกย่องทางสังคม เพราะเป็นอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน และทัศนคติความเชื่อส่วนบุคคลต่ออาชีพที่เชื่อว่าบุคคลที่สามารถประกอบอาชีพนี้จะต้องมีความสามารถด้านการพูดที่ดีเท่านั้น (ธราพงศ์ ลิ้มสุทธิวันภูมิ, 2559) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิตเพราะความสำเร็จในอาชีพทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำงาน (Judge, Higgins, Thoresen, & Barrick, 1999; Abele & Spurk, 2009) สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อการสร้างแรงบันดาลใจ และเป็นเครื่องสะท้อนถึงการยอมรับทางสังคม (Abele & Spurk, 2009)

ผู้วิจัยเลือกศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพ ประกอบด้วย ปัจจัยระดับบุคคล ได้แก่ (1) ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม (Extraversion) (2) ความเชื่อมั่นในตนเอง (Core-self Evaluation: CSE) และ (3) ความนอบน้อม (Humility) และปัจจัยระดับองค์กร ได้แก่ (1) การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน (Perceived Team Support) (2) การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisor Support) และ (3) การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร (Perceived Learning and Growth Opportunities) โดยการวัดความสำเร็จจะต้องสะท้อนทัศนคติส่วนตัวของผู้ประกอบอาชีพ (Subjective Career Success) วัดจากความพึงพอใจในอาชีพ การวิจัยครั้งนี้ เรียกว่า การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ และเป็นความสำเร็จที่บุคคลภายนอกสามารถรับรู้ และสัมผัสได้ (Objective Career Success) ซึ่งผู้วิจัยเลือกวัดจากจำนวนครั้งที่ตัวแทนประกันชีวิตได้รับการเลื่อนตำแหน่ง (Number of Promotions)

แม้ในอดีตจะมีการศึกษาปัจจัยบุคลิกลักษณะนิสัย การสนับสนุนจากทีมงานหรือหัวหน้างานซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพมาบ้างแล้ว (Ng, Eby, Sorensen, & Feldman, 2005) แต่มีงานวิจัยน้อยมากที่ศึกษาพนักงานขายซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ (Grant, 2013) นอกจากนี้ ในปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยความชอบน้อม ซึ่งผู้วิจัยมองว่า ความชอบน้อมอาจมีความสำคัญในบริบทการทำงานในประเทศไทยเพราะเป็นคุณลักษณะที่เหมาะสมกับสังคมที่มีความเป็นกลุ่มนิยม (Collectivistic) และมีความแตกต่างในเรื่องของอำนาจในระดับสูง (Power Distance) (Hofstede, Hofstede, & Minkov, 1991) รวมทั้งผู้วิจัยมีความสนใจด้วยว่า ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพแตกต่างกันหรือไม่ระหว่างตัวแทนประกันชีวิตเพศชายและเพศหญิง (Forret & Dougherty, 2004; Kirchmeyer, 1998; Nabi, 2001)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ประกอบด้วย ปัจจัยระดับบุคคลและปัจจัยระดับองค์กร และเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยระดับบุคคลและระดับองค์กร มีผลต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต จำแนกตามเพศ

ทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน

ทฤษฎีความสามารถ แรงจูงใจ และโอกาส (Ability-Motivation-Opportunity Theory)

องค์ประกอบที่จะทำให้บุคคลเกิดผลการปฏิบัติที่ดีในองค์กร คือ ความรู้ทักษะ ความสามารถที่จะนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในงาน โดยต้องมีแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลเหล่านั้นต้องการไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับโอกาสจากองค์กรเพื่อแสดงความสามารถ และเพื่อจูงใจให้ตนเองไปสู่การทำงานที่ดียิ่งขึ้น (Bailey, 1993; Guest, 1997) Appelbaum และคณะ (2000) กล่าวว่า พนักงานจะปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้นเมื่อพนักงานมีทักษะ ความรู้ความสามารถ ซึ่งหมายถึงการนำทักษะ และความสามารถของตนไปประยุกต์ใช้กับการทำงาน และพนักงานต้องเกิดแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้เกิดผลลัพธ์จากการทำงานที่ดียิ่งขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ได้รับโอกาสในการทำงาน การมีส่วนร่วมต่อการทำงานจากหัวหน้า เพื่อนร่วมงาน สวมองค์ประกอบนี้ จะทำให้พนักงานเกิดความพยายาม มุ่งมั่น และทุ่มเทจนทำให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพ ผู้วิจัยนำทฤษฎีดังกล่าวเพื่ออธิบายการเกิดความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนประกันชีวิต

ความสำเร็จในอาชีพ

การวัดความสำเร็จในอาชีพส่วนใหญ่วัดจากความสำเร็จที่บุคคลภายนอกสามารถสังเกตและสัมผัสได้สะท้อนถึงความก้าวหน้าในอาชีพ และความมั่นคงทางการเงินของบุคคล เช่น ปริมาณรายได้ การขึ้นเงินเดือน และการเลื่อนตำแหน่ง (Judge, 1994; Ng, et al., 2005) แต่การวัดความสำเร็จจากภายนอกเพียงอย่างเดียว อาจไม่สามารถสะท้อนทัศนคติหรือความสุขที่บุคคลได้รับจากการประกอบอาชีพของตนเอง จึงจำเป็นต้องมีการวัดความสำเร็จในอาชีพจากการรับรู้ของผู้ประกอบอาชีพเองด้วย โดยเป็นการวัดทัศนคติของบุคคลที่มีความพึงพอใจในความก้าวหน้า และโอกาสในการเติบโตในสายงานมากขึ้นเพียงใด ทั้งนี้ บุคคลย่อมมีความพึงพอใจสูงต่ำที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล (Heslin, 2005) ซึ่งเป็นการสะท้อนว่าบุคคลได้บรรลุเป้าหมายส่วนตัวที่ได้ตั้งเอาไว้แล้วหรือไม่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวัดความสำเร็จของอาชีพครอบคลุมทั้งสองด้าน คือ การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพด้านความพึงพอใจในอาชีพ และจำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น

ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม

ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคมเป็น 1 ใน 5 บุคลิกลักษณะตามทฤษฎี Big Five Personality (Costa & McCrae, 1992) งานวิจัยของ Barrick และ Mount (1991) พบว่า ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายมากกว่าบุคลิกลักษณะอื่น ๆ เนื่องจากการขายเป็นอาชีพที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นตลอดเวลา ซึ่งการที่บุคคลมีผลการปฏิบัติงานดีก็น่าจะนำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพ เช่นเดียวกัน (Seibert, et al., 1999) ยังส่งผลต่อจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งของบุคคล (Ng, et al., 2005; Boudreau, 2001) บุคลิกลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับลักษณะอาชีพตัวแทน คือ การดูแลลูกค้า การจะประสบความสำเร็จในอาชีพจึงจำเป็นต้องมีบุคลิกภาพที่ดี ทั้งด้านลักษณะท่าทาง น้ำเสียงในการสนทนา การแสดงความเป็นมิตรที่สามารถเข้ากับผู้อื่นได้ และการมีศิลปะทักษะการพูด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 1 บุคลิกการชอบเข้าสังคมส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

ความเชื่อมั่นในตนเอง

ตัวแปร “การประเมินหลักเกี่ยวกับตัวเอง” (Judge & Bono, 2001; Judge, Erez, & Bono, 1998; Judge, Erez, Bono, & Thoresen, 2002) ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเรียกว่า ‘ความเชื่อมั่นในตนเอง’ งานวิจัยที่ผ่านมาระบุว่า CSE เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในงาน ผลการปฏิบัติงาน (Bono & Judge, 2003) การบริการลูกค้า (Salvaggio, et al., 2007) และการรับรู้ความสำเร็จใจอาชีพ (Stumpp, Muck, Hülshager, Judge, & Maier, 2010) ผู้วิจัยมองว่า ความสำเร็จในอาชีพการเป็นตัวแทนประกันชีวิตจำเป็นต้องมีความมั่นใจในความสามารถของการขาย และไม่วิตกกังวลว่าลูกค้าจะมองตนเองอย่างไร ผู้วิจัยจึงขอกำหนดสมมติฐานที่ 2 ความเชื่อมั่นในตนเองส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

ความนอบน้อม

ความนอบน้อม คือ การแสดงออกของบุคคลที่สะท้อนความนอบน้อมถ่อมตน ความนอบน้อมจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อตัวแทนประกันชีวิต ทำให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นและหัวหน้างาน ปัจจุบัน ผู้วิจัยพบว่ายังไม่เคยมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความนอบน้อม และความสำเร็จในอาชีพ (Owens, Johnson, & Mitchell, 2013) และยังหมายถึง การไม่ลดคุณค่าของตนเอง การมีจิตใจกว้างขวาง และการให้ความสำคัญกับผู้อื่น (Morris & Urbanski, 2005) ผู้วิจัยจึงเห็นว่าถือเป็นโอกาสในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 3 ความนอบน้อมส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงานและการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน

การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงานและหัวหน้างาน หมายถึง การที่บุคคลเชื่อว่าเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานให้คุณค่าเห็นความสำคัญกับสิ่งที่ตนทำ การเป็นห่วงเป็นใย และการหยิบยื่นความช่วยเหลือ (Rhoades, Eisenberger, & Armeli, 2001) งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การได้รับการสนับสนุนจากทีมงานและหัวหน้าก่อให้เกิดความผูกพัน และส่งเสริมผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Bishop, Scott, & Burroughs, 2000; Shanock & Eisenberger, 2006) ในขณะที่ Burke และคณะ (1992) พบว่า พนักงานบริการในร้านอาหารมีความเครียดลดน้อยลง และมีความพึงพอใจในงานสูงขึ้น รวมทั้งลดความขัดแย้งในการทำงาน และพบว่า ลูกน้องที่ได้รับคำแนะนำหรือมีหัวหน้าคอยให้คำปรึกษา จะส่งผลช่วยให้ลูกน้องพัฒนาตนเอง ช่วยลดโอกาสความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นในงาน และการให้คำปรึกษาอย่างมีศักยภาพจะเสริมสร้างให้เกิดความสำเร็จในอาชีพ (Baugh & Sullivan, 2005)

นอกจากนี้ ลูกน้องมีโอกาสได้รับการเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มเงินเดือน หรือมีรายได้สูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและอาชีพ มากกว่าลูกน้องที่ไม่ได้รับคำแนะนำจากหัวหน้า (Fagenson-Eland, Marks, & Amendola, 1997) ผู้วิจัยจึงสนใจนำตัวแปรดังกล่าวมาทดสอบหาความสัมพันธ์เพื่อเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตตามสมมติฐานที่ 4 การรับรู้การสนับสนุนจากทีมส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต และสมมติฐานที่ 5 การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร

ความรู้ และทักษะเกี่ยวกับการประกันชีวิตถือเป็นหัวใจหลักของอาชีพ ตัวแทนประกันต้องใช้ความรู้ในการถ่ายทอดข้อมูลสินค้า และผลประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับลูกค้าอย่างถูกต้องครบถ้วน ดังนั้น การที่องค์กรให้ความสำคัญในการฝึกอบรม การเรียนรู้ และการเติบโตของพนักงานย่อมมีส่วนสำคัญในการพัฒนาทุนมนุษย์ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และสะท้อนถึงคุณภาพของแรงงานอีกด้วย (Foong, Yorston, & Gratton, 2003) งานวิจัยของ Judge และคณะ (2010) พบว่า กลุ่มประชากรในประเทศสหรัฐ ที่ได้รับการฝึกอบรมจากองค์กรอย่างต่อเนื่องจะมีรายได้เพิ่มและตำแหน่งหน้าที่ที่มีเกียรติกว่าบุคคลอื่น ๆ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้ สมมติฐานที่ 6 การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรในการวิจัยเลือกจากตัวแทนประกันสังกัดบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับที่หนึ่ง ในปี พ.ศ. 2560 ขนาดกลุ่มประชากรเท่ากับ 1,200 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และดำเนินการวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) จัดเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบอีเมลของหน่วยงานไปยังพนักงานในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 จำนวน 800 คน ใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลประมาณ 3 สัปดาห์ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ของจำนวนผู้ได้รับแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficients) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปร และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) การทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบที แบบกลุ่มตัวอย่างอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในระดับความสำเร็จของอาชีพระหว่างเพศชาย และเพศหญิง และเพื่อทดสอบทิศทางและน้ำหนักอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังสมมติฐานที่ 1 ถึง 6 (ตารางที่ 1-3)

แบบสอบถามการวิจัยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และประสบการณ์ทำงาน ส่วนที่ 2 ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพใช้แบบวัดของ Greenhaus, Parasuraman, and Wormley (1990) จำนวน 5 ข้อคำถาม (Scale 1 = ไม่เห็นด้วยที่สุด 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 และการวัดความสำเร็จในอาชีพด้าน (Objective career success) วัดจากจำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบน (SD) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlations) และค่าครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha)

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. SCS	(0.89)											
2. OCS	.21**											
3. Gender	-.06	-.02										
4. Age	-.02	.04	.03									
5. Education	.09	.03	-.02	-.08								
6. Tenure	.07	.09	-.02	.74**	-.09							
7. CSE	.44**	.26**	.08	-.01	.11*	.12*	(0.84)					
8. Extraversion	.29**	.14**	.11*	.05	.01	.00	.45**	(0.70)				
9. Humility	.29**	-.02	-.04	-.14**	.03	-.16**	.09	.17**	(0.87)			
10. PTS	.34**	.15**	.03	-.00	.07	.02	.29**	.31**	.27**	(0.95)		
11. PSS	.29**	.11*	.03	-.16**	.14**	-.16**	.19**	.26**	.19**	.55**	(0.96)	
12. Learning	.17**	.07	-.06	-.04	.02	-.04	.13*	.19	.33**	.43**	.35*	(0.91)
Mean	3.75	.47	.30	42.44	2.10	10.41	3.54	5.09	4.29	5.46	5.35	6.02
SD	.77	.76	.46	9.68	.45	8.72	.59	1.15	.48	.99	1.38	.99

หมายเหตุ: N = 373,* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 SCS = การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ, OCS = จำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่ง, CSE = ความเชื่อมั่นในตนเอง, Extraversion = บุคลิกการชอบเข้าสังคม, Humility = ความนอบน้อม, PTS = การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน, PSS = การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน, Learning = การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร

ส่วนที่ 3 คือ ปัจจัยระดับบุคคลซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นในตนเอง ใช้แบบวัดของ Judge และคณะ (2003) ประกอบด้วย 12 ข้อคำถาม (Scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม ใช้แบบวัดขนาดย่อของ Gosling และคณะ (Gosling, Rentfrow, & Swann, 2003) จำนวน 2 ข้อคำถาม (Scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 7 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 และความนอบน้อม ใช้แบบวัดของ Owens และคณะ (2013) จำนวน 9 ข้อคำถาม (Scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

ส่วนที่ 4 คือ ปัจจัยระดับองค์กรซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ผู้วิจัยใช้แบบวัดการรับรู้การสนับสนุนจากทีมงานมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 ในครั้งนี้ ผู้วิจัยปรับข้อคำถามจากแบบวัดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) ของ Eisenberger et al. (1986) มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ (Scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 7 = เห็นด้วยมากที่สุด) โดยแทนที่คำว่า “องค์กร” เป็นคำว่า “หัวหน้างาน” และ “ทีมงาน” ตามแนวทางของงานวิจัยที่ผ่านมา (Bishop, et al., 2000; Rhoades, et al., 2001) ส่วนแบบวัดการรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กรปรับจากแบบวัดของ Gould-Williams และ Davies (2005) มีข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ (Scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย คือ 42 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ในการทำงานโดยเฉลี่ย 10 ปี โดยภาพรวมพบว่า ตัวแทนประกันชีวิตมีการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพในระดับมาก ($\bar{x} = 3.5$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่ตัวแทนประกันชีวิตเห็นด้วยในระดับมากที่สุดต่อการที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพ คือ การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร ($\bar{x} = 6.02$, S.D. = 0.99) การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน ($\bar{x} = 5.46$, S.D. = 0.99) การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ($\bar{x} = 5.35$, S.D. = 1.38) ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.48) และความเชื่อมั่นในตนเอง ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.48) รองลงมาตามลำดับ และผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ และจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ($r = 0.20$, $p < .01$) ไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงเกิน 0.80 (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1995) แสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) พบว่า โมเดลองค์ประกอบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ Hair, Babin & Black, 2010) โดยค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) > 0.90) = 0.91 ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน (TLI) > 0.90) = 0.90 ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) < 0.07) = 0.062 ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) = 1,581.919, $df = 645$, $p < .001$ ซึ่งแม้ค่าสถิติไค-สแควร์จะมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่โดยหลักทั่วไป หากค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative/normed chi-square: χ^2/df) มีค่าน้อยกว่า 3.00 จะถือว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Mueller, 1996) ณ ที่นี้ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์เท่ากับ 2.45 จึงนับว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐาน

และผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแทนประกันเพศชาย (0) และเพศหญิง (1) ต่อตัวแปรที่ศึกษา พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในระดับการศึกษา ($t = 0.33, p > 0.50$) อายุ ($t = -0.53, p > 0.50$) อายุงาน ($t = 0.29, p > 0.20$) ระดับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ ($t = 1.14, p > 0.20$) และจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ($t = 0.48, p > 0.50$)

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุรวมทั้งกลุ่มตัวอย่าง และจำแนกตามเพศ โมเดล 1: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 373 ตัวอย่าง โมเดล 2: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศชาย จำนวน 111 ตัวอย่าง โมเดล 3: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศหญิง จำนวน 262 ตัวอย่าง ซึ่งโมเดล 1-3 ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ ตามตารางที่ 2 (โมเดล 1) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง ($b = 0.321, p < 0.001$) ความนอบน้อม ($b = 0.215, p < 0.001$) การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน ($b = 0.126, p < 0.05$) และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ($b = 0.123, p < 0.05$) ส่วนปัจจัยลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม และการรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และเติบโตจากองค์กรไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 30.3 การวิเคราะห์แยกตามเพศ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของเพศชาย คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง ($b = 0.237, p < 0.05$) และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ($b = 0.259, p < 0.05$) สามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 22.6 (โมเดล 2) สำหรับตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิง พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเอง ($b = 0.352, p < 0.001$) ความนอบน้อม ($b = 0.290, p < 0.001$) และการรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน ($b = 0.290, p < 0.05$) ส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 36.6 (โมเดล 3)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งในการได้รับการเลื่อนตำแหน่งของงกลุ่มตัวอย่างโดยรวมและจำแนกตามเพศ โมเดล 4: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 373 ตัวอย่าง โมเดล 5: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศชาย จำนวน 111 ตัวอย่าง โมเดล 6: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศหญิง ดังตารางที่ 3 (โมเดล 4) พบว่า มีเพียงปัจจัยความเชื่อมั่นในตนเองที่ส่งผลทางบวก ($b = 0.213, p < 0.001$) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 8.1 การวิเคราะห์แยกตามเพศ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งในการได้รับการเลื่อนตำแหน่งเหมือนกันทั้งเพศชาย ($b = 0.331, p < 0.001$) และเพศหญิง ($b = 0.165, p < 0.001$) และสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 16.1 และ 7.2 ตามลำดับ

การอภิปรายผล

ปัจจัยระดับบุคคล คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง (CSE) ส่งผลต่อทั้งการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพและจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น เป็นการบ่งชี้ว่าความเชื่อมั่นในตนเองเป็นลักษณะพึงประสงค์ที่องค์กรควรจะนำมาใช้ในการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน โดยเฉพาะในตำแหน่งที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัย Meta-analysis ของ Judge และคณะ (2001) พบว่า บุคคลที่มีลักษณะนิสัยดังกล่าว ส่งผลทางบวกให้เกิดความพึงพอใจในอาชีพและมีผลการทำงานที่ดี การชอบเข้าสังคม (Extraversion) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกัน งานวิจัยในอดีตระบุว่าปัจจัยหลายอย่างส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เช่น รายได้ของผู้ซื้อ ความเหมาะสมของราคา รวมถึง

สิทธิประโยชน์และการให้บริการ (สฤตรัตน์ บัวขวัญ, 2556) สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่าการมีบุคลิกชอบเข้าสังคมของตัวแทนประกันชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้จากค่าคอมมิชชั่น (วาสนา ชัตติยวงษ์, 2553) ปัจจัยความนอบน้อม (Humility) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพเฉพาะในกลุ่มตัวแทนประกันเพศหญิง สอดคล้องกับทฤษฎีบทบาททางสังคม (Social Role Theory) (Eagly, 1987) ที่ระบุว่า สังคมมักมีความคาดหวังกับเพศหญิงและเพศชายแตกต่างกันออกไป ในขณะที่เพศชายถูกคาดหวังให้มีความแข็งแกร่ง เพศหญิงกลับถูกคาดหวังให้มีความสุภาพเรียบร้อย นอบน้อมถ่อมตัวและไม่แสดงออกซึ่งความทะเยอทะยานมากเกินไป งานวิจัยของ Heilman และ Chen (2005) พบว่า ผู้หญิงที่ขาดความเอื้ออาทรต่อผู้อื่นสังคมจะได้รับการประเมินที่ต่ำกว่าเพศชาย ส่วนงานวิจัยของ Brescoll และ Ujlmann (2008) พบว่า ผู้หญิงที่แสดงอารมณ์ฉุนเฉียวกราดจะได้รับการประเมินต่ำกว่าเพศชายที่แสดงออกในลักษณะเดียวกัน งานวิจัยตัวแบบการตลาดของธุรกิจประกันชีวิตศึกษาของ อมตา สมานโสรั (2558) ได้สะท้อนมุมมองของลูกค้าต่อตัวแทนประกันชีวิตว่ายังมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องให้ความสำคัญกับการปลูกฝังทัศนคติและบุคลิกลักษณะความสุภาพ ความนอบน้อมและการเอาใจใส่ในการให้บริการในกลุ่มตัวแทนประกันชีวิต

ปัจจัยระดับองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงานและจากหัวหน้างาน ผู้วิจัยพบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันของบริษัทประกันชีวิตแห่งหนึ่ง ซึ่งพบว่า พนักงานที่ผู้บริหารให้การสนับสนุน และเพื่อนร่วมงานให้ความเชื่อถือในผลงาน ยอมรับในความสามารถจะมีความสำเร็จในการปฏิบัติงานสูงกว่า (ศิริพร สอนไชยา, 2557) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า การสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพเฉพาะเพศชาย ส่วนการสนับสนุนจากทีมงานส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพสำหรับเฉพาะเพศหญิง สะท้อนสภาพความเป็นจริงในสังคมไทยที่การสนับสนุนจากหัวหน้างานมักหมายถึง กิจกรรมหลังเวลาเลิกงานของกลุ่มเพศชาย คล้ายระบบ “พรรคพวก” ระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง (Supervisor-Subordinate Guanxi) ในประเทศจีน (Yang & Lau, 2015) ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมงานมากกว่าเพศชาย (Schieman, 2006) ผู้วิจัยพบว่า การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กรไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนประกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการเรียนรู้อาจจะไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จในอาชีพ แต่อาจจะส่งผลทางอ้อมผ่านตัวแปรอื่น ๆ เช่น ตัวแปรทุนมนุษย์ (Human Capital) (เช่น ระดับความรู้) หรือความรู้สึกมั่นใจในความสามารถ (Self-efficacy) ซึ่งเป็นสิ่งที่งานวิจัยในอนาคตสามารถทดสอบเพิ่มเติมต่อไป

ตารางที่ 2

แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุของปัจจัยระดับบุคคล และระดับองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพ
ของตัวแทนประกันชีวิต ด้านการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ โดยรวมและจำแนกตามเพศ

ตัวแปรตาม: การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ	Model 1 (ทั้งกลุ่มตัวอย่าง) (N = 373)			Model 2 (เฉพาะเพศชาย) (N = 111)			Model 3 (เฉพาะเพศหญิง) (N = 262)		
	b	SE	beta	b	SE	beta	b	SE	beta
เพศ (หญิง = 0; ชาย = 1)	-.155	.075	-.092	-	-	-	-	-	-
ประสบการณ์ทำงาน	.010	.006	.108	.002	.010	.026	.015	.007	.169
การศึกษา	.052	.077	.030	.176	.163	.098	.032	.088	.019
อายุ	-.003	.005	-.041	.004	.010	.051	-.008	.006	-.100
การชอบเข้าสังคม	.044	.034	.066	.026	.077	.038	.056	.038	.084
ความเชื่อมั่นในตนเอง	.427***	.068	.321***	.323*	.149	.237*	.465***	.076	.352***
ความนอบน้อม	.347***	.077	.215***	.163	.139	.110	.486***	.094	.290***
การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	.098*	.045	.126*	.041	.103	.048	.097	.049	.130*
การสนับสนุนจากหัวหน้างาน	.068*	.031	.123*	.147*	.068	.259*	.042	.034	.077
โอกาสในการเรียนรู้และเติบโต	-.041	.040	-.052	-.061	.080	-.079	-.035	.046	-.045
F Test			15.764***			3.268**			16.191***
R ²			.303			.226			.366
Adjusted R ²			.284			.157			.344

หมายเหตุ: N = 373, ***ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001, **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01,
* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3

แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยระดับบุคคล และระดับองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนประกันชีวิต ด้านจำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่ง โดยรวมและจำแนกตามเพศ

ตัวแปรตาม: จำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อน ตำแหน่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	Model 4 (ทั้งกลุ่มตัวอย่าง) (N = 373)			Model 5 (เฉพาะเพศชาย) (N = 111)			Model 6 (เฉพาะเพศหญิง) (N = 262)		
	b	SE	beta	b	SE	beta	b	SE	beta
เพศ (หญิง = 0; ชาย = 1)	.006	.007	.073	-	-	-	-	-	-
ประสบการณ์ทำงาน	-.076	.084	-.046	.000	.009	.005	.012	.009	.126
การศึกษา	-.003	.087	-.002	-.143	.151	-.090	.048	.109	.028
อายุ	-.001	.006	-.019	.000	.009	-.007	-.004	.008	-.046
การชอบเข้าสังคม	.015	.039	.023	.047	.071	.076	.007	.048	.010
ความเชื่อมั่นในตนเอง	.279***	.077	.213***	.402***	.138	.331***	.224***	.094	.165***
ความนอบน้อม	-.106	.087	-.067	-.024	.129	-.018	-.186	.117	-.108
การสนับสนุนจากเพื่อน ร่วมงาน	.048	.050	.063	.070	.096	.092	.047	.061	.062
การสนับสนุนจากหัวหน้างาน	.022	.035	.041	.020	.063	.039	.019	.042	.033
โอกาสในการเรียนรู้และเติบโต	.019	.045	.025	-.058	.074	-.084	.058	.057	.072
F Test		3.173*			2.147*			2.167*	
R ²		.081			.161			.072	
Adjusted R ²		.055			.086			.039	

หมายเหตุ: N = 373, ***ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001, **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารอ้างอิง

- ธราพงศ์ ลิ้มสุทธิวันภูมิ. (2559). การศึกษาช่องทางการขายหลักของบริษัทประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต. *วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*. 11(2), 63-72.
- วาสนา ชัตติยวงษ์. (2540). การศึกษาลักษณะบุคลิกภาพคัดสรรที่สัมพันธ์กับความสำเร็จในการทำงานของตัวแทนขายประกันชีวิต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ศิริพร สอนไชยา. (2557). ปัจจัยด้านพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานของบริษัทกรุงเทพประกันชีวิตจำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
- สุดารัตน์ บัวขวัญ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบบประกันชีวิต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2562). ประกาศ คปภ. เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการออก การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันชีวิต

-
- และการปฏิบัติหน้าที่ของตัวแทนประกันชีวิต นายหน้าประกันชีวิต และธนาคาร. สืบค้นจาก <https://www.oic.or.th/sites/default/files/content/89471/12esnkhayy-pii-61.pdf>
- อมตา สมานโสร. (2558). ตัวแบบการตลาดของธุรกิจประกันชีวิต. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 6(1), 146-159.
- Abele, A. E., & Spurk, D. (2009). The longitudinal impact of self-efficacy and career goals on objective and subjective career success. *Journal of vocational behavior*, 74(1), 53-62.
- Appelbaum, E., & Berg, P. (2000). High-performance work systems: Giving workers a stake. The new relationship: *Human capital in the American corporation*, 102-137.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1-26.
- Bailey, T. R. (1993). Discretionary effort and the organization of work: Employee participation and work reform since Hawthorne. Teachers College and Conservation of Human Resources, Columbia University.
- Baugh, S. G., & Sullivan, S. E. (2005). Mentoring and career development. *Career Development International*. 10(6/7), 425-428.
- Bishop, J. W., Scott, K. D., & Burroughs, S. M. (2000). Support, commitment, and employee outcomes in a team environment. *Journal of Management*, 26(6), 1113-1132.
- Bono, J. E., & Judge, T. A. (2003). Core self-evaluations: A review of the trait and its role in job satisfaction and job performance. *European Journal of Personality*, 17(S1).
- Boudreau, J. W., Boswell, W. R., & Judge, T. A. (2001). Effects of personality on executive career success in the United States and Europe. *Journal of Vocational Behavior*, 58(1), 53-81.
- Brescoll, V. L., & Uhlmann, E. L. (2008). Can an angry woman get ahead? Status conferral, gender, and expression of emotion in the workplace. *Psychological Science*, 19(3), 268-275.
- Burke, M. J., Borucki, C. C., & Hurley, A. E. (1992). Reconceptualizing psychological climate in a retail service environment: A multiple-stakeholder perspective. *Journal of Applied Psychology*, 77(5), 717.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Professional manual: revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO five-factor inventory (NEO-FFI). *Odessa, FL: Psychological Assessment Resources*.

- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 71*(3), 500-507.
- Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2004). Networking behaviors and career outcomes: differences for men and women?. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior, 25*(3), 419-437.
- Grant, A. M. (2013). Rethinking the extraverted sales ideal: The ambivert advantage. *Psychological Science, 24*(6), 1024-1030.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann, W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality, 37*(6), 504-528.
- Guest, D. E. (1997). Human resource management and performance: a review and researchagenda. *International journal of human resource management, 8*(3), 263-276.
- Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis* (4th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (Vol. 7).
- Heilman, M. E., & Chen, J. J. (2005). Same behavior, different consequences: reactions to men's and women's altruistic citizenship behavior. *Journal of Applied Psychology, 90*(3), 431-441.
- Heslin, P. A. (2005). Conceptualizing and evaluating career success. *Journal of Organizational Behavior, 26*(2), 113-136.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (1991). *Culture and Organisations* McGraw-Hill. New York.
- Fagenson-Eland, E. A., Marks, M. A., & Amendola, K. L. (1997). Perceptions of mentoring relationships. *Journal of Vocational Behavior, 51*(1), 29-42.
- Foong, K., Yorston, R., & Gratton, L. (2003). Human capital measurement and reporting: a British perspective. *DTI*.
- Greenhaus, J. H., Parasuraman, S., & Wormley, W. M. (1990). Effects of race on organizational experience, job performance evaluations, and career outcomes. *Academy of Management Journal, 33*(1), 64-86.
- Gould-Williams, J., & Davies, F. (2005). Using social exchange theory to predict the effects of HRM practice on employee outcomes: An analysis of public sector workers. *Public Management Review, 7*(1), 1-24.

-
- Judge, T. A. (1994). Person–organization fit and the theory of work adjustment: Implications for satisfaction, tenure, and career success. *Journal of Vocational Behavior, 44*(1), 32-54.
- Judge, T. A., & Bono, J. E. (2001). Relationship of core self-evaluations traits-self-esteem, generalized self-efficacy, locus of control, and emotional stability-with job satisfaction and job performance: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology, 86*(1), 80.
- Judge, T. A., Erez, A., & Bono, J. E. (1998). The power of being positive: The relation between positive self-concept and job performance. *Human Performance, 11*(2-3), 167-187.
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? : *American Psychological Association. 83*(3), 693-710.
- Judge, T. A., Higgins, C. A., Thoresen, C. J., & Barrick, M. R. (1999). The big five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. *Personnel Psychology, 52*(3), 621-652.
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2003). The core self-evaluations scale: Development of a measure. *Personnel psychology, 56*(2), 303-331.
- Kirchmeyer, C. (1998). Determinants of managerial career success: Evidence and explanation of male/female differences. *Journal of management, 24*(6), 673-692.
- Morris, J. A., Brotheridge, C. M., & Urbanski, J. C. (2005). Bringing humility to leadership: Antecedents and consequences of leader humility. *Human relations, 58*(10), 1323-1350.
- Mueller, R. O. (1996). *Basic principles of structural equation modeling: An introduction to LISREL and EQS*. New York: Springer.
- Nabi, G. R. (2001). The relationship between HRM, social support and subjective career success among men and women. *International journal of manpower. 22*(5), 457-474.
- Ng, T. W. H., Eby, L. T., Sorensen, K. L., & Feldman, D. C. (2005). Predictors of objective and subjective career success: A meta-analysis. *Personnel Psychology, 58*, 367–408.
- Owens, B. P., Johnson, M. D., & Mitchell, T. R. (2013). Expressed humility in organizations: Implications for performance, teams, and leadership. *Organization Science, 24*(5), 1517–1538.

- Rhoades, L., Eisenberger, R., & Armeli, S. (2001). Affective commitment to the organization: The contribution of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 86*(5), 825-836.
- Salvaggio, A. N., Schneider, B., Nishii, L. H., Mayer, D. M., Ramesh, A., & Lyon, J. S. (2007). Manager personality, manager service quality orientation, and service climate: test of a model. *Journal of Applied Psychology, 92*(6), 1741.
- Schieman, S. (2006). GENDER, DIMENSIONS OF WORK, AND SUPPORTIVE COWORKER RELATIONS. *Sociological Quarterly, 47*(2), 195-214.
- Shanock, L. R., & Eisenberger, R. (2006). When Supervisors Feel Supported: Relationships With Subordinates' Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and Performance. [Article]. *Journal of Applied Psychology, 91*(3), 689-695.
- Seibert, S. E., Crant, J. M., & Kraimer, M. L. (1999). Proactive personality and career success. *Journal of Applied Psychology, 84*(3), 416-427.
- Seligman, M. E. P., & Schulman, P. (1986). Explanatory style as a predictor of productivity and quitting among life insurance sales agents. *Journal of Personality and Social Psychology, 50*(4), 832-838.
- Stumpp, T., Muck, P. M., Hülshager, U. R., Judge, T. A., & Maier, G. W. (2010). Core Self-Evaluations in Germany: Validation of a German Measure and its Relationships with Career Success. *Applied psychology, 59*(4), 674-700.
- U.S. News & World Report (2018). Insurance Sales Agent Overview. Retrieved from <https://money.usnews.com/careers/best-jobs/insurance-agent>
- Yang, F. X., & Lau, V. M.-C. (2015). Does workplace guanxi matter to hotel career success? *International Journal of Hospitality Management, 47*(Supplement C), 43-53.

คณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ
การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ
ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563

คณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ
การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ
ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563

1. คณะกรรมการอำนวยการจัดประชุม

1.1	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ	ที่ปรึกษา
1.2	รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ	ประธานกรรมการ
1.3	รองคณบดีฝ่ายพัฒนางานองค์กร	รองประธานกรรมการ
1.4	รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษาและพัฒนาดิจิทัล	รองประธานกรรมการ
1.5	ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ	กรรมการ
1.6	ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	กรรมการ
1.7	ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (นานาชาติ)	กรรมการ
1.8	ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	กรรมการ
1.9	ผู้อำนวยการหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต	กรรมการ
1.10	ผู้อำนวยการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต	กรรมการ
1.11	นายวุฒิพงศ์ หว่านดี	กรรมการและเลขานุการ
1.12	นางเรือรุ่ง ชีวรัชชานนท์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

2. คณะอนุกรรมการฝ่ายพิจารณาบทความ**งานพิจารณาบทความ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้วิพากษ์บทความ**

2.1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ลิ้มอุสันโน	ประธานอนุกรรมการ
2.2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ	อนุกรรมการ
2.3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิราภรณ์ จันทร์โพธิ์นุกูล	อนุกรรมการ
2.4	ดร.ชายนีย์ ช. บุญพันธ์	อนุกรรมการ
2.5	ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ	อนุกรรมการ
2.6	ดร.ดรณีกร สุปันดี	อนุกรรมการ
2.7	ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์	อนุกรรมการ
2.8	ดร.มัทนชัย สุทธิพันธ์	อนุกรรมการ
2.9	ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์	อนุกรรมการ

งานตรวจสอบรูปแบบบทความ

2.10	นายขจรศักดิ์ วิชัยวรกุล	อนุกรรมการ
2.11	นางสาวทิพวรรณ ปิ่นทองพันธ์	อนุกรรมการ
2.12	นางธนัชฌ์อมงต์ ล่องเซ่ง	อนุกรรมการ
2.13	นางสาวพิมพ์ภา ศรีไพบูลย์	อนุกรรมการ
2.14	นางสาววราภรณ์ ตีนกะชาติ	อนุกรรมการ
2.15	นางสาวสุชิรา แซ่ซิ้ม	อนุกรรมการ
2.16	นายอนุวัฒน์ พัฒนเชียร	อนุกรรมการ
2.17	นายวุฒิพงศ์ หว่านดี	อนุกรรมการและเลขานุการ

3. คณะอนุกรรมการพิจารณาผลงานดีเด่น (Best Paper)

3.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ลิ้มอุสันโน	ประธานอนุกรรมการ
3.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ	อนุกรรมการ
3.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิราภรณ์ จันทร์โพธิ์นุกูล	อนุกรรมการ
3.4 ดร.ชายนีย์ ช. บุญพันธ์	อนุกรรมการ
3.5 ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ	อนุกรรมการ
3.6 ดร.ดรณิกร สุป็นดี	อนุกรรมการ
3.7 ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์	อนุกรรมการ
3.8 ดร.มัทนชัย สุทธิพันธ์	อนุกรรมการ
3.9 ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์	อนุกรรมการ
3.10 นายวุฒิพงศ์ หว่านดี	อนุกรรมการและเลขานุการ

4. คณะอนุกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์

4.1 ดร.วันอามิณา บอสตันอลี	ประธานอนุกรรมการ
4.2 นางกมลพัชร โสดาหวัง	อนุกรรมการ
4.3 นางสาวกรกนก กาญจนเมธากุล	อนุกรรมการ
4.4 นางสาวอรรวรรณ เอียดทอง	อนุกรรมการ
4.5 นางสาวอาจารย์ จิตนุราช	อนุกรรมการ
4.6 นายอานัฐ ซึ่งประสิทธิ์	อนุกรรมการและเลขานุการ

5. คณะอนุกรรมการฝ่ายอาคารและสถานที่

5.1 นายประมวญ สายแก้ว	ประธานอนุกรรมการ
5.2 นายอภิสิทธิ์ เพ็ชรบูรณ์	อนุกรรมการ
5.3 นายภาณุ คูนิอาจ	อนุกรรมการและเลขานุการ

6. คณะอนุกรรมการฝ่ายการเงินและพัสดุ

6.1 นางณัฐมน สายธนู	ประธานอนุกรรมการ
6.2 นางกนกวรรณ ขาวน้อย	อนุกรรมการ
6.3 นางโสภา อุไรรัตน์	อนุกรรมการ
6.4 นางสาวจิราพรรณ วงษ์อนุชิตเมธา	อนุกรรมการและเลขานุการ

7. คณะอนุกรรมการฝ่ายจัดทำเอกสารการประชุมฯ และเกียรติบัตร

7.1 นายวุฒิพงศ์ หว่านดี	ประธานอนุกรรมการ
7.2 Mr.Arno Immelman	อนุกรรมการ
7.3 นางสาวกรกนก กาญจนเมธากุล	อนุกรรมการ
7.4 นายขจรศักดิ์ วิชัยวรกุล	อนุกรรมการ
7.5 นางสาวปานทิพย์ ผดุงจิตเกษม	อนุกรรมการ
7.6 นางสาวเพียงพิศ สุกแดง	อนุกรรมการ
7.7 นางสาวสุชิรา แซ่ซิม	อนุกรรมการ

- | | |
|--|------------------------|
| 7.8 นายอนุวัฒน์ พัฒนเชียร | อนุกรรมการ |
| 7.9 นายอานัฐ ซึ่งประสิทธิ์ | อนุกรรมการ |
| 7.10 นางสาวทิพวรรณ ปิ่นทองพันธ์ | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| 8. คณะอนุกรรมการฝ่ายจัดเตรียมของที่ระลึกและเอกสารการประชุมฯ | |
| 8.1 นางสาวใจ อนุสาร | ประธานอนุกรรมการ |
| 8.2 นางเรืองรุ่ง ชีวรัชชานนท์ | อนุกรรมการ |
| 8.3 นางสาวอรรวรรณ เอียดทอง | อนุกรรมการ |
| 8.4 นางสาวอาจารย์ จิตนุราช | อนุกรรมการ |
| 8.5 นายวุฒิพงศ์ หว่านดี | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| 9. คณะอนุกรรมการฝ่ายจัดการการนำเสนอออนไลน์ | |
| 9.1 ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ | ประธานอนุกรรมการ |
| 9.2 นายขจรศักดิ์ วิชัยวรกุล | อนุกรรมการ |
| 9.3 นายชัยวัฒน์ ศรีจันทร์กุล | อนุกรรมการ |
| 9.4 นางสาวเพียงพิศ สุกแดง | อนุกรรมการ |
| 9.5 นางสาวปานทิพย์ ผดุงจิตเกษม | อนุกรรมการ |
| 9.6 นางสาวภัทรสุดา สุขทอง | อนุกรรมการ |
| 9.7 นางสาวสุชีรา แซ่ซิม | อนุกรรมการ |
| 9.8 นายอนุวัฒน์ พัฒนเชียร | อนุกรรมการ |
| 9.9 นายอภิชาติ อรนพ | อนุกรรมการ |
| 9.10 นางสาวทิพวรรณ ปิ่นทองพันธ์ | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| 10. คณะอนุกรรมการฝ่ายเว็บไซต์และระบบบริหารจัดการบทความ | |
| 10.1 ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ | ประธานอนุกรรมการ |
| 10.2 นางสาวทิพวรรณ ปิ่นทองพันธ์ | อนุกรรมการ |
| 10.3 นายบุญศิริ บุญยก | อนุกรรมการ |
| 10.4 นายวุฒิพงศ์ หว่านดี | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| 11. คณะอนุกรรมการฝ่ายอาหาร | |
| 11.1 นายนันทพงศ์ ศักดิ์เรืองรอง | ประธานอนุกรรมการ |
| 11.2 นางเนตรกมล แก้วอุทัย | อนุกรรมการ |
| 11.3 นางมยุรี วัชรวรรณนท์ | อนุกรรมการ |
| 11.4 นางหทัยรัตน์ ลิ้มอรุณวงศ์ | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| 12. คณะอนุกรรมการฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์ | |
| 12.1 นายอภิชาติ อรนพ | ประธานอนุกรรมการ |
| 12.2 นายปรีชา ชุนเพ็ชร | อนุกรรมการ |
| 12.3 นางสาวภัทรสุดา สุขทอง | อนุกรรมการและเลขานุการ |

13. คณะอนุกรรมการฝ่ายประจำห้องนำเสนอ

13.1 นางธนัชมณี รัตน์	ประธานอนุกรรมการ
13.2 นางสาวเกศณี จิตรภักดี	อนุกรรมการ
13.3 นางสาวเบญจลักษณ์ พลเพชร	อนุกรรมการ
13.4 นางสาววราภรณ์ ตันกะชาติ	อนุกรรมการ
13.5 นางสาวอรรรณ เอียดทอง	อนุกรรมการ
13.6 นางสาวอาจารย์ จิตนุราช	อนุกรรมการ
13.7 นางสาวพิมพ์ภา ศรีไพบูลย์	อนุกรรมการและเลขานุการ

14. คณะอนุกรรมการฝ่ายประเมินผล

14.1 ดร.รุชดี บิลหมัด	ประธานอนุกรรมการ
14.2 นางสาวเกศณี จิตรภักดี	อนุกรรมการ
14.3 นางหทัยรัตน์ ลิ้มอรุณวงศ์	อนุกรรมการและเลขานุการ

15. คณะอนุกรรมการฝ่ายพิธีการ

15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลวดี ลิ้มอุสันโน	ประธานอนุกรรมการ
15.2 ดร.เอกฤทธิ์ แก้วประพันธ์	รองประธานอนุกรรมการ
15.3 ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ	รองประธานอนุกรรมการ
15.4 ดร.ทรงสิน ชีระกุลพิศุทธิ์	อนุกรรมการ
15.5 ดร.วันอำมณา บอสตันอลี	อนุกรรมการ
15.6 นายวุฒิพงษ์ หว่านดี	อนุกรรมการและเลขานุการ

NCAM12

National Conference on Administration and Management

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12

