

แนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (WIL)

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Guideline for Work Integrated Learning (WIL) Instructional Model

Development of Bachelor of Arts Curriculum in Hotel and Tourism Program, Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

ปรียาพร พิชิตรานนท์¹ สัณชัย เกียรติทรงชัย² รักษ์สา ซาติกุล³ วรากรณ์ ใจน้อย⁴ วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล⁵ อลิสา ไหวหารกล้า⁶

E-mail: preeyaporn.a@kkumail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน 2) เพื่อศึกษาความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (WIL) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสานวิธี (Mix Methods Research) โดยใช้วิธีเชิงปริมาณ ในกลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 1,667 คน ใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) และสถานประกอบการธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยว สายการบิน และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่พญา จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดขอนแก่น และกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ และใช้วิธีการเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ การสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการการเรียนการสอนกับการทำงานจากภายนอก อาจารย์ประจำหลักสูตร และศิษย์เก่า สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม จำนวน 5 ท่าน ผลการวิจัย พบว่า 1) ความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความต้องการสถานประกอบการในการฝึกปฏิบัติงาน (ฝึกงาน) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถของอาจารย์ 2) ความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณธรรม จริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 3) แนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน ในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสถานประกอบการ พบว่า 1) การจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานในรูปแบบของการบรรจุให้ทำงานหรือการฝึกเฉพาะตำแหน่ง (Placement or Practicum) 2) เน้นพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ตามโครงสร้างหลักสูตรที่กำหนดและได้รับการพัฒนาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ คุณธรรม จริยธรรม ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง 3) ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนครอบคลุมมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ 4) การวางแผนกลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ 5) การประเมินผลผู้เรียน อาจารย์และสถานประกอบการ 6) การขยายเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการ ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐเพื่อสร้างความร่วมมือในการผลิตบัณฑิต และ 7) มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น ห้องปฏิบัติการด้านโรงแรม สถานฝึกปฏิบัติ การจัดหาเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว การโรงแรม ธุรกิจการบิน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อการศึกษาดูงาน เป็นต้น

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม การเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (WIL)

Abstract

This research aims to 1) explore high school students' needs toward Work-integrated Learning Curriculum (WIL); 2) survey employees' needs toward required qualifications of Bachelor's degree graduates in Tourism and Hotel Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University; and 3) propose guidelines in developing learning management for WIL Curriculum of the aforementioned program. This mix method

¹⁻⁶ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

research adopted 100 Likert-scale questionnaires to collect the quantitative data from 1,667 high school students in 6 school in Loei province and tourism companies in Pattaya, Chonburi province, Phuket, Khon Kaen, and Bangkok as population by purposive sampling technique referred to Taro Yamane (1973). While the qualitative data were gathered by focus group technique with 5 informants: experts in WIL pedagogy, lecturers in the program and alumni. The results revealed that 1) the overall high school students' needs toward WIL curriculum were at high level. In each factor, the needs of co-operative learning business was at highest level, following by lecturers' competencies. 2) The overall needs of employees toward graduates' qualifications were at highest level. In each factor, the needs toward morality and ethics was at highest level following by interpersonal skills and responsibility. 3) to develop learning management to correspond with the learners and employees' needs were 1) placement or practicum should be designated to some specific positions; 2) the program should focus learning outcomes on designated criteria in Thailand Qualification Framework for Higher Education, moral and ethics, and 21st Century learning skill, especially self-learning; 4) teaching strategies to support learning development; 5) the assessment of students, lecturers and entrepreneurs; 6) expansion of public and private organizations to participate in the learning process; and 7) learning support resources such as dummy hotel, practicum venues, networks in tourism industry for study visits.

Keywords: curriculum development guidelines, tourism and hotel program, work-integrated learning (WIL)

ความเป็นมาของปัญหา

แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564-2570 ขับเคลื่อนการผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศได้กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพคน (Capacity Building) ให้มีความสำคัญกับเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning for All) (SDGs) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Development) ควบคู่กับการสร้างความตระหนักรู้เรื่องผลกระทบของกิจกรรมมนุษย์ที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด เพื่อให้มีองค์ความรู้และทักษะ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต (Transversal Skill) พร้อมยกระดับคุณภาพการศึกษา สมรรถนะของกำลังคน ผ่านการวางแผนและปรับระบบคุณภาพ มาตรฐานการอุดมศึกษา ให้มีความยืดหยุ่นและหลากหลาย สอดรับกับประเภทหรือกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา ตลอดจนเสริมสร้างบุคลากรคุณภาพสูงของสถาบันอุดมศึกษา และผลักดันให้เกิดการยกระดับชุมชนวิชาการของไทย (Academic Community) ให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

เป้าหมายและจุดเน้นตามพันธกิจที่สำคัญที่สุดของสถาบันอุดมศึกษา คือการผลิตบัณฑิต หรือการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ให้ผู้เรียนมีความรู้ในวิชาการและวิชาชีพ มีคุณลักษณะตามหลักสูตรที่กำหนด การเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน จัดกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีเป้าหมายในการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้คู่คุณธรรม ได้รับการพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความคิดสร้างสรรค์ และเป็นบัณฑิตที่มีทักษะในศตวรรษที่ 21 ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานและชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ การพัฒนาหลักสูตรต่างๆ เพื่อให้ได้หลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น และรองรับความต้องการของตลาดแรงงาน สามารถสนองความต้องการของบุคคลและสังคม โดยการพัฒนากลยุทธ์นั้นได้พิจารณาพื้นฐาน 5 ด้าน ได้แก่ พื้นฐานทางด้านปรัชญาการศึกษา พื้นฐานทางด้านจิตวิทยา พื้นฐานทางด้านสังคมและวัฒนธรรม พื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจการเมือง การปกครอง และพื้นฐานทางด้านวิทยาการและเทคโนโลยี ตลอดจนเป็นการนำกระบวนการบริหารมาใช้ในขั้นตอนการวางแผนหลักสูตร การนำหลักสูตรไปใช้ ตลอดจนการประเมินผลหลักสูตร (มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2564)

การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการการเรียนกับการทำงานเป็นวิธีการเรียนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนนำความรู้จากชั้นเรียนมาสู่การปฏิบัติงานจริง และนำความรู้จากสถานประกอบการกลับสู่ชั้นเรียนอย่างเป็นระบบตลอดเวลาและต่อเนื่องทั้งหลักสูตร เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง พฤติกรรมของผู้เรียน ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะและจิตใจ สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้ไปแก้ไขปัญหาด้วยตนเองและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง (นิธิภักดิ์ กิตติศาสตร์ม และคณะ, 2564) และเกิดประโยชน์จากการทำงานจริงและโอกาสต่อผู้เรียนของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการการเรียนรู้ออกสู่การทำงานสูงที่สุดคือ พัฒนาความพร้อมสำหรับการทำงานจริงในอนาคต ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการการเรียนรู้ออกสู่การทำงาน (WIL) ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ การสร้างความร่วมมือจัดการศึกษาร่วมกันทั้งสามฝ่าย ประกอบด้วย สถาบันอุดมศึกษา สถาน

ประกอบการ และสมาคมวิชาชีพในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้ การสร้างร่วมมือในการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่สำคัญคือ การพัฒนาหลักสูตรร่วมกัน การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าฝึกปฏิบัติการการเรียนรู้และทำงานจริงในสถานประกอบการตามหลักการเรียนรู้ตามสภาพจริงและการพัฒนารูปแบบการประเมินผลการเรียนรู้จากสภาพจริงร่วมกัน นอกจากนี้ ควรมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันระหว่างผู้สอน ผู้เรียน และผู้เชี่ยวชาญจากสถานประกอบการและสมาคมวิชาชีพเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (พงศรัชต์วัช วิวังสุ และคณะ, 2560)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (WIL) ที่เหมาะสมกับความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และคุณลักษณะของบัณฑิตที่สถานประกอบการต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นแนวทางพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 ที่ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการภาคธุรกิจการค้าและบริการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (WIL)
2. เพื่อศึกษาความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (WIL) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบการแบบผสมวิธี (Mix Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 2.1.1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 5,217 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เลย หนองบัวลำภู, 2564: ออนไลน์)
- 2.1.2 ผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยว สายการบิน และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พื้นที่พัทยาลำภู จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดขอนแก่น และกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน
- 2.1.3 ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการการเรียนการสอนกับการทำงาน จากภายนอก 1 ท่าน อาจารย์ประจำหลักสูตร 1 ท่าน และศิษย์เก่า สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 3 ท่าน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- 2.2.1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในพื้นที่จังหวัดเลย 1,667 คน โดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.02 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้วิจัยได้มีโอกาสพบกับกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ และผู้วิจัยได้สร้างแบบฟอร์มออนไลน์ (Google Forms) โดยการสร้างคิวอาร์ โค้ด (QR Code) ซึ่งสามารถสแกนตอบแบบสอบถามผ่านโทรศัพท์มือถือ พร้อมทั้งส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามออนไลน์ ทางไปรษณีย์ ไปยังโรงเรียนมัธยมปลายในพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 31 แห่ง

- 2.2.2 ผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยว สายการบิน และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 100 คน ซึ่งเก็บจากกลุ่มประชากรทั้งหมด โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้สร้างแบบฟอร์มออนไลน์ (Google Forms) โดยการสร้างคิวอาร์ โค้ด (QR Code) ซึ่งสามารถสแกนตอบแบบสอบถามผ่านโทรศัพท์มือถือ พร้อมทั้งส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามออนไลน์ ทางไปรษณีย์ ไปยังสถานประกอบการ จำนวน 4 แห่งในพื้นที่พัทยาลำภู จังหวัดชลบุรี 25 คน จังหวัดภูเก็ต 25 คน จังหวัดขอนแก่น 25 คน และกรุงเทพมหานคร 25 คน

2.2.3 ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการการเรียนการสอนกับการทำงาน จากภายนอก 1 ท่าน อาจารย์ประจำหลักสูตร 1 ท่าน และศิษย์เก่า สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 3 ท่าน โดยการสนทนากลุ่ม (focus group) ใช้รูปแบบ Online สำหรับการสัมภาษณ์ศิษย์เก่า

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 กลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีดังนี้ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลคือ เพศ ชื่อโรงเรียน และความสนใจที่จะเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา โดยกำหนดเป็นการเลือกตอบ (Check list) ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของคำถามเกี่ยวกับความต้องการของนักเรียนต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานในสถานศึกษาควบคู่กับสถานประกอบการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านมาตรฐานหลักสูตร 2) ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและสิ่งสนับสนุน 3) ด้านสถานประกอบการในการฝึกปฏิบัติงาน (ฝึกงาน) 4) ด้านการส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน และ 5) ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ ประเมินคำถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว คำตอบแบ่งออกเป็น 5 ระดับความคิดเห็น คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากการหาค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัยกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยมีค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 0.60-1.00 และได้ค่าความเที่ยง (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาได้เท่ากับ 0.89 ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยว สายการบิน และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีดังนี้ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะของสถานประกอบการ โดยกำหนดเป็นการเลือกตอบ (Check list) ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 6) ด้านทักษะปฏิบัติการ ประเมินคำถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว คำตอบแบ่งออกเป็น 5 ระดับความคิดเห็น คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากการหาค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัยกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยมีค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 0.65-1.00 และได้ค่าความเที่ยง (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาได้เท่ากับ 0.96 ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการการเรียนการสอนกับการทำงานจากภายนอก อาจารย์ประจำหลักสูตร และศิษย์เก่า สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ประกอบด้วยแนวคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (focus group) ได้กำหนดประเด็นสนทนา ข้อคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา สู่การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการติดต่อประสานงานกับโรงเรียนในพื้นที่จังหวัดเลย โดยกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พื้นที่จังหวัดเลย ซึ่งแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 600 คน และตอบแบบสอบถามผ่านออนไลน์ จำนวน 1,067 คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยว สายการบิน และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่พญา จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดขอนแก่น และกรุงเทพมหานคร ในการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 56 ชุด และตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 44 ชุด เพื่อความรวดเร็วในการเก็บข้อมูล หลังจากได้ข้อมูลระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักเรียนและผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้กำหนดจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 1 ครั้ง กับผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการการเรียนการสอนกับการทำงานจากภายนอก อาจารย์ประจำหลักสูตร และศิษย์เก่า สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เพื่อหาแนวทางและรูปแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการการเรียนการสอนกับการทำงาน โดยกำหนดประเด็นสนทนา ซึ่งประกอบด้วย ผลการศึกษาความต้องการของนักเรียนและสถานประกอบการ และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และแบบสอบถามความต้องการสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ภัญญูเลย มาวิเคราะห์หาความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้เกณฑ์ในการจัดระดับความต้องการดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความต้องการ	มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความต้องการ	มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความต้องการ	ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความต้องการ	น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความต้องการ	น้อยที่สุด

จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากผลการเรียนรู้คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์ทางตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการเรียนรู้เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดการรูปแบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (WIL)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเลยต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเลยต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน โดยภาพรวม

ความต้องการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ด้านสถานประกอบการในการฝึกปฏิบัติงาน (ฝึกงาน)	4.22	0.71	มากที่สุด
ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์	4.13	0.78	มาก
ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและสิ่งสนับสนุน	4.12	0.75	มาก
ด้านการส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน	4.07	0.83	มาก
ด้านมาตรฐานหลักสูตร	4.04	0.69	มาก
ภาพรวมความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	4.11	0.68	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเลยต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน โดยภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D.= 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานประกอบการในการฝึกปฏิบัติงาน (ฝึกงาน) มีความต้องการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D.= 0.71) รองลงมาคือ ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ ($\bar{X} = 4.13$, S.D.= 0.78) และด้านมาตรฐานหลักสูตร มีความต้องการน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= 0.69)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยภาพรวม

คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.58	0.41	มากที่สุด
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.57	0.43	มากที่สุด
ด้านทักษะปฏิบัติ	4.52	0.49	มากที่สุด
ด้านความรู้	4.28	0.50	มากที่สุด
ด้านทักษะทางปัญญา	4.14	0.61	มาก
ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.91	0.58	มาก
ภาพรวมความต้องการของสถานประกอบการ	4.37	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, $S.D. = 0.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณธรรม จริยธรรม มีความต้องการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, $S.D. = 0.41$) รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.57$, $S.D. = 0.43$) และด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความต้องการน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.91$, $S.D. = 0.58$) นอกจากนี้สถานประกอบการได้มีข้อเสนอแนะดังนี้

- 1) ควรมีการจัดนักศึกษาออกฝึกงานให้มากขึ้น ตลอดจนแนะนำหรือหาสถานประกอบการฝึกงานที่ได้ประสิทธิภาพหรือสถานประกอบการที่ได้รับการยอมรับจากตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมห้าดาวในแหล่งท่องเที่ยว หรือบริษัททัวร์ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อให้นักศึกษามีประสบการณ์และสามารถทำงานได้ตามที่ตลาดแรงงานทางการท่องเที่ยวต้องการ
- 2) ควรเน้นภาคปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี เพื่อเสริมสร้างทักษะให้นักศึกษาออกภาคสนามตามสถานประกอบการต่างๆ จะได้เห็นของจริงก่อนออกฝึกงานและปฏิบัติงานจริง รวมทั้งเพิ่มความมั่นใจให้นักศึกษา
- 3) ควรเน้นทักษะการสื่อสารเป็นหลัก เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษารัสเซีย และภาษาอื่นๆ เป็นต้น
- 4) ควรหา contract กับบริษัทเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น โรงแรมในเครือคนไทยที่เปิดในต่างประเทศ หรือบริษัททัวร์ที่มีเครือข่ายต่างประเทศให้นักศึกษาฝึกงานและควรเพิ่มระยะเวลาการฝึกงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายให้มากขึ้นเพราะตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยวต้องการบุคลากรที่จบไปแล้วสามารถทำงานได้ตรงตามแผนก
- 5) นักศึกษา ควรขยัน ใฝ่รู้ และศึกษาความรู้ด้านอื่นๆ เพิ่มเติมในงานที่ปฏิบัติ
- 6) ต้องการให้สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พัฒนาเป็นหลักสูตรนานาชาติ เพื่อที่จะได้ยกระดับภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของหวัตเลย ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้นและทำให้ผู้ประกอบการอยากที่จะรับนิสิตนักศึกษา เข้าทำงานในองค์กรนั้นๆ

3. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (WIL) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จากผลการศึกษาความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเลยต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานและผลการศึกษาความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน อาจารย์ประจำหลักสูตร และศิษย์เก่าสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม จำนวน 5 คน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ให้สอดคล้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความต้องการด้านสถานประกอบการในการฝึกปฏิบัติงาน (ฝึกงาน) มากที่สุด โดยสถานประกอบการที่นักศึกษาจะเข้ารับการฝึกปฏิบัติควรมีระบบ ระเบียบ การฝึกอาชีพเป็นมาตรฐานของตนเองและควรมีผู้ประสานงานกลางเพื่อการติดต่อสื่อสารกับทุกมหาวิทยาลัยที่ส่งนักศึกษาเข้าฝึกงานเพื่อความเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือ ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ ควรมีทักษะในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งเชิงวิชาการและปฏิบัติการ และควรมีเทคนิค วิธีการสอนที่หลากหลายและดึงดูดใจผู้เรียน ส่วนสถานประกอบการมีความต้องการนักศึกษาที่มีคุณธรรม จริยธรรม มากที่สุด เช่น มีสัมมาคารวะ มารยาทที่ดีงาม มีความซื่อสัตย์สุจริต ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น มีความตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบ รองลงมาคือด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เช่น มีมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทำงานเป็นทีม และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน สำหรับแนวทางการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต ในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสถานประกอบการ ดังนี้

3.1 การจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานในรูปแบบของการบรรจุให้ทำงานหรือการฝึกเฉพาะตำแหน่ง (Placement or Practicum) ที่เน้นให้ผู้เรียนทำงานหรือฝึกงานเฉพาะตำแหน่งในสภาพจริงหลังจากที่เรียนในสถานศึกษาไปแล้วระยะหนึ่ง โดยผู้เรียนสามารถเรียนรายวิชาที่มีเนื้อหาสัมพันธ์กับงานควบคู่ไปด้วย โดยกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) ที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน

3.2 การจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เน้นพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ตามโครงสร้างหลักสูตรที่กำหนดและได้รับการพัฒนาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ คุณธรรม จริยธรรม ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทักษะทางภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ทักษะการฝึกปฏิบัติทางด้านคอมพิวเตอร์ ทักษะการทำงานแบบมีส่วนร่วม ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และเน้นการฝึกปฏิบัติงานให้เกิดทักษะ และความเชี่ยวชาญ ตามความต้องการของสถานประกอบการ เข้าถึงกระบวนการบริหารและการปฏิบัติงานในงานโรงแรม ท่องเที่ยวและบริการได้ และสามารถปฏิบัติงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา

3.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนครอบคลุมมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ มีความรู้และทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์ทางตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.4 การวางแผนกลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้

3.5 การประเมินผลผู้เรียน การประเมินประสิทธิภาพกลยุทธ์การสอน การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน และการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนระหว่างอาจารย์กับสถานประกอบการ

3.6 การขยายเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการ ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐเพื่อสร้างความร่วมมือในการผลิตบัณฑิตโดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว

3.7 มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น ห้องปฏิบัติการด้านโรงแรม สถานฝึกปฏิบัติ การจัดหาเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว การโรงแรม ธุรกิจการบิน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อการศึกษาดูงาน เป็นต้น

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเลยต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน พบว่าโดยภาพรวมนักเรียนมีความต้องการด้านสถานประกอบการในการฝึกปฏิบัติงาน (ฝึกงาน) มากที่สุด ดังนั้นสถานประกอบการที่นักศึกษาจะเข้ารับการฝึกปฏิบัติควรมีระบบ ระเบียบ การฝึกอาชีพเป็นมาตรฐานของตนเองและควรมีผู้ประสานงานกลางเพื่อการติดต่อสื่อสารกับทุกมหาวิทยาลัยที่ส่งนักศึกษาเข้าฝึกงานเพื่อความเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ควรมีการฝึกอบรม แต่งตั้งพี่เลี้ยง นักศึกษาฝึกงานที่พร้อมจะให้ความรู้และความเต็มใจในการสอนงาน และสถานประกอบการ ต้องให้นักศึกษาที่ฝึกงานได้ฝึกฝนในวิชาชีพนั้นๆ อย่างแท้จริง เช่น ด้านการท่องเที่ยวให้นักศึกษาได้ฝึกการทำทัวร์ เป็นต้น รองลงมาคือ ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ ควรมีทักษะในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งเชิงวิชาการและปฏิบัติการ และควรมีเทคนิค วิธีการสอนที่หลากหลายและดึงดูดใจผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับ บุขบา บุตรดา และคณะ (2564) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในการเลือกศึกษาต่อที่คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรคือ อาจารย์มีความน่าเชื่อถือด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนคือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีคุณภาพตามหลักวิชาการ และด้านภาพลักษณ์คือ เป็นคณะที่มีคณาจารย์ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม

จากผลการวิเคราะห์ความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ พบว่าโดยภาพรวมมีความต้องการนักศึกษาที่มีคุณธรรม จริยธรรม มากที่สุด เช่น มีสัมมาคารวะ มารยาทที่ดีงาม มีความซื่อสัตย์สุจริต ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น มีความตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบ รองลงมาคือด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เช่น มีมนุษยสัมพันธ์ดีกับเพื่อนร่วมงาน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น ทำงานเป็นทีม และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ อาจารย์ ประจวบเหมาะ และคณะ (2564) พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตส่วนใหญ่สังกัดหน่วยงานประเภทเอกชน และธุรกิจ หน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ อื่นๆ และสถาบันการศึกษา คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านคุณธรรมจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี และสอดคล้องกับ สุทธิพรณ ชิตินทร (2562) พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารสถานประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับจากด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านการสื่อสาร และด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ยังเสนอแนะว่าสถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญในการสร้างจริยธรรมให้กับบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวและผู้สมัครงานเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควรมีการนำเสนอหลักฐานเชิงประจักษ์ด้านจริยธรรมประกอบการยื่นใบสมัครหรือเข้ารับการสัมภาษณ์ นอกจากนี้สถานประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ควรมีการจัดนักศึกษาออกฝึกงานให้มากขึ้น ตลอดจนแนะนำหรือหาสถานประกอบการฝึกงานที่ได้ประสิทธิภาพหรือสถานประกอบการที่ได้รับการยอมรับจากตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยว เน้นภาคปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี เพื่อเสริมสร้างทักษะให้นักศึกษาออกภาคสนามตามสถานประกอบการต่างๆ จะได้เห็นของจริงก่อนออกฝึกงานและปฏิบัติงานจริง รวมทั้งเพิ่มความมั่นใจให้นักศึกษาเน้นทักษะการสื่อสารเป็นหลัก เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษารัสเซีย และภาษาอื่นๆ เป็นต้น หา contract กับบริษัทเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น โรงแรมในเครือคนไทยที่เปิดในต่างประเทศ หรือบริษัททัวร์ที่มีเครือข่ายต่างประเทศให้นักศึกษาฝึกงานและควรเพิ่มระยะเวลาการฝึกงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายให้มากขึ้นเพราะตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยวต้องการบุคลากรที่จบไปแล้วสามารถทำงานได้ตรงตามแผนก สอดคล้องกับ อลงกต ยะไวทย์ และคณะ. (2561) โดยสถานประกอบการต้องบัณฑิตที่มีคุณลักษณะและสมรรถนะคือ มีองค์ความรู้ในสาขาวิชาการจัดการเชิงประยุกต์อย่างถ่องแท้ กว้างขวางและ

เป็นระบบ ใช้ทักษะ และความเข้าใจอันถ่องแท้ในเนื้อสาระทางการจัดการเชิงประยุกต์ในการทำงาน ศึกษาปัญหาและเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขอย่างสร้างสรรค์โดยคำนึงถึงความรู้ทางทฤษฎี ประสบการณ์ภาคปฏิบัติ และผลกระทบจากการตัดสินใจ

แนวทางการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต ในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสถานประกอบการ ดังนี้

1. การจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานในรูปแบบของการบรรจุให้ทำงานหรือการฝึกเฉพาะตำแหน่ง (Placement or Practicum) ที่เน้นให้เรียนทำงานหรือฝึกงานเฉพาะตำแหน่งในสภาพจริงหลังจากที่เรียนในสถานศึกษาไปแล้วระยะหนึ่ง โดยผู้เรียนสามารถเรียนรายวิชาที่มีเนื้อหาสัมพันธ์กับงานควบคู่ไปด้วย โดยกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) ที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน

2. การจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เน้นพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ตามโครงสร้างหลักสูตรที่กำหนด และได้รับการพัฒนาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ คุณธรรม จริยธรรม ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทักษะทางภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ทักษะการฝึกปฏิบัติทางด้านคอมพิวเตอร์ ทักษะการทำงานแบบมีส่วนร่วม ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และเน้นการฝึกปฏิบัติงานให้เกิดทักษะ และความเชี่ยวชาญ ตามความต้องการของสถานประกอบการ เข้าถึงกระบวนการบริหารและการปฏิบัติงานในงานโรงแรม ท่องเที่ยวและบริการได้ และสามารถปฏิบัติงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนต้องครอบคลุมมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติมีความรู้และทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์ทางตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

4. การวางแผนกลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้

5. การประเมินผลผู้เรียน การประเมินประสิทธิผลกลยุทธ์การสอน การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์ การสอน และการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนระหว่างอาจารย์กับสถานประกอบการ

6. การขยายเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการ ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐเพื่อสร้างความร่วมมือในการผลิตบัณฑิตโดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว

7. มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น ห้องปฏิบัติการด้านโรงแรม สถานฝึกปฏิบัติ การจัดหาเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว การโรงแรม ธุรกิจการบิน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อการศึกษาดูงาน เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ นิธิภักดิ์ กิติศาสตร์ม และคณะ (2564) พบว่า หลักสูตรมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้เรียนต้องได้รับการฝึกตรงตามสาขาวิชาที่ศึกษา ผู้เรียนต้องได้รับความรู้ทางทฤษฎีก่อนการทำงานหรือเรียน ควบคู่กับการทำงานในชั้นปีที่สูงขึ้น มีการเตรียมความพร้อมผู้เรียนก่อนการทำงานหรือเรียน สามารถในการเข้าสู่งานและความสามารถในการทำงาน อาจารย์ผู้สอนในหลักสูตรมีการติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียน และมีการประเมินผู้เรียนเป็นระยะทั้งระหว่างการทำงานและเมื่อสิ้นสุดการทำงานโดยสถานศึกษาและสถานประกอบการ นอกจากนั้นยังมีการจัดรายวิชาให้มีการเรียนรู้จากปัญหา ซึ่งถือเป็นหนึ่งในรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการกับการทำงาน และสอดคล้องกับ พงศ์รัชต์วัช วิวังสุ และคณะ (2560) ซึ่งการสร้างความร่วมมือในการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่สำคัญคือ การพัฒนาหลักสูตรร่วมกัน การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าฝึกปฏิบัติการการเรียนรู้และทำงานจริงจากสภาพจริงร่วมกัน และควรมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันระหว่างผู้สอน ผู้เรียน และผู้เชี่ยวชาญจากสถานประกอบการและสมาคมวิชาชีพเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต พบว่าความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเลยต่อการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน พบว่าโดยภาพรวมนักเรียนมีความต้องการด้านสถานประกอบการในการฝึกปฏิบัติงาน (ฝึกงาน) มากที่สุด ส่วนความต้องการของสถานประกอบการต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ พบว่าโดยภาพมีความต้องการนักศึกษาที่มีคุณธรรม จริยธรรม มากที่สุด และสถานประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ควรมีการจัดนักศึกษาออกฝึกงานให้มากขึ้น เน้นภาคปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี เพิ่มความมั่นใจให้นักศึกษาเน้นทักษะการสื่อสารเป็นหลัก การหา contract กับบริษัทเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างชาติ และควรเพิ่มระยะเวลาการฝึกงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายให้มากขึ้น จากการศึกษาความต้องการของนักเรียนและสถานประกอบการทำให้เกิดแนวทางการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต จะต้องประกอบด้วย การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบของการบรรจุให้

ทำงานหรือการฝึกเฉพาะตำแหน่ง ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ คุณธรรม จริยธรรม ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผลลัพธ์การเรียนรู้ การวางแผนกลยุทธ์การสอน การประเมินผลการเรียนรู้การจัดการเรียนการสอน การขยายเครือข่ายความร่วมมือ และการมีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำและปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และกรอบมาตรฐานการอุดมศึกษาแห่งชาติ
2. ควรนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตได้ตรงความต้องการของตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม
3. ผู้บริหารหรืออาจารย์ ควรขยายเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐเพื่อสร้างความร่วมมือในการผลิตบัณฑิต โดยการพัฒนาลัทธิฐานร่วมกัน การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าฝึกปฏิบัติการการเรียนรู้และทำงานจริงจากสภาพจริงร่วมกัน และควรมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันระหว่างผู้สอน ผู้เรียน และผู้เชี่ยวชาญจากสถานประกอบการและสมาคมวิชาชีพเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดหลักสูตรที่เน้นทักษะและประสบการณ์ภาษาต่างประเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยบูรณาการหลากหลายสาขาวิชาที่เหมาะสมกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาและความต้องการของสถานประกอบการ
2. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาหลักสูตรอื่นๆ ที่สามารถร่วมมือกับผู้ประกอบการที่มีความต้องการบุคลากรตรงตามคุณลักษณะของสถานประกอบการนั้น เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการนั้นๆ

เอกสารอ้างอิง

- นิธิภักดิ์ กิติศาสตร์ และคณะ. (2564). พัฒนาลัทธิฐานบริหารธุรกิจดิจิทัล สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล ในรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการการเรียนกับการทำงาน. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 8 (1), 365-376
- บุษบา บุตรดา และคณะ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 5(4), 1-10.
- พงษ์รัชต์วิช วิวงสูง และคณะ. (2560). แนวทางจัดการศึกษาเชิงบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงาน (WIL) สำหรับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(2), 1-9.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. (2564). รายงานประจำปี ปีการศึกษา 2564 (มิถุนายน 2564 – พฤษภาคม 2565) มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. เล่มหน้า 28-32.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). คู่มือการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- สุทธิพรพรณ ชิตินทร. (2562). คุณลักษณะบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ตามความต้องการของสถานประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพื้นที่ภาคใต้. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 6(2), 193-220.
- อลงกต ยะไวทย์ และคณะ. (2561). การพัฒนาลัทธิฐานบูรณาการการเรียนกับการทำงาน สาขาวิชาการจัดการเชิงประยุกต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในเขตจังหวัดนครราชสีมา. วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 46(1), 133-156.
- อาจารย์ ประจวบเหมาะ และคณะ (2564). คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บัณฑิตคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. วารสารการบริหารนิเทศบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 7(8), 11-26.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.

การกำหนดนโยบายและการรับมือการท่องเที่ยวจังหวัดสนุก หลังวิกฤติโควิด-19 Policy Formulation Tourism Management of Sanuk Province Group After COVID 19 Pandemic

สายป่าน จักขุจินดา¹

E-mail: kaow_prass@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสนุก และการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวในอนาคต หลังวิกฤติการณ์โควิด-19 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัว ส่งเสริมและต่อยอดการท่องเที่ยวให้มีความนิยมและฟื้นตัวจากวิกฤติการณ์โควิด-19 ได้เร็วขึ้น บทความวิชาการนี้ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร และการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อนำผลการศึกษานโยบายมาเป็นแนวทางในอนาคตสำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัดสนุกพบว่า 1) นโยบายสำหรับนักท่องเที่ยว ควรเน้นไปที่การอัดฉีดงบประมาณการท่องเที่ยว ใช้เทคโนโลยีออนไลน์มาช่วยในการกลั่นกรองสุขภาพ และการสะสมแต้มสำหรับการท่องเที่ยว 2) นโยบายสำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การหาพันธมิตรในการให้บริการ เพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงาน มอบสิทธิพิเศษสำหรับผู้ประกอบการ อัดฉีดงบประมาณให้ผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการนักท่องเที่ยว วางแผนในการปรับจังหวัดสนุก ให้เป็นพื้นที่ State Quarantine มาตราการรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เพื่อเพิ่มความมั่นใจในสถานที่ท่องเที่ยว และในส่วนสุดท้ายคือ 3) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาล สามารถกระทำได้โดย ผลักดันประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในภูมิภาคอาเซียน นโยบายการออกแบบโครงสร้างการท่องเที่ยว นโยบายของรัฐบาลที่เน้นไปที่การยกเว้นและลดภาษี นโยบายวางแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว การผ่อนปรนมาตรการและลดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกักตัว นโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในประเทศและภาคธุรกิจของการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความนิยมและความยั่งยืน ผลักดันให้จังหวัดสนุกเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกโลกของยูเนสโก โดยนโยบายทั้งหมดนี้เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสนุกให้ฟื้นตัวจากภาวะโรคระบาดโควิด-19 และผลกระทบทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวจังหวัดสนุก การกำหนดนโยบาย การท่องเที่ยวหลังวิกฤติโควิด-19

Abstract

The purposes of this research were to study the tourism policy of sanuk province and to implement tourism policy after COVID -19 as an adaptative guideline, promotion and tourism recovery from COVID- 19 pandemic. The documentary and content analysis were applied for study. This study found that (1) the tourism policy should emphasize on budget and technology for health screen and stamp collection (2) the policy for entrepreneur and stakeholders as service collaboration, enhancing staff potential, providing budget for using technology and adapting plan in state quarantine area to increase trust from tourists (3) policy related to the government as tax deduction, marketing plan for stimulate tourist industrial as well as impelling SANUK group becoming world heritage. These policies are to develop SANUK group tourism for recovery from the pandemic.

Keywords: the tourism in Sanuk province group, policy formulation, tourism after COVID-19

ความนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและรายได้ให้กับประเทศได้อย่างมากมาย เนื่องจากการท่องเที่ยวไทยมีจุดเด่นหลายด้านที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จากทั่วโลก เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (ภูเขา ทะเล น้ำตก) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงอารยธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยเน้นความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในหลายประเทศ (จีระพงศ์ เรืองกุล และ วิทยา นามเสาร์, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนหรือจังหวัดสนุก ประกอบด้วย จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนมและจังหวัดสกลนคร ได้รับสมญานามว่าเป็นเส้นทางท่องเที่ยวสี่ทอง ซึ่งครอบคลุมพื้นที่รวม 26,405.01 ตร.กม.

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

(15.63 %ของภาค 5.15%ของประเทศ) ประกอบด้วยประชากรรวมทั้งสิ้น 3,160,134 คน โดยจังหวัดสกลนครมี GDP รวม 74,289 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัว 26,261 บาท (พรมณ์ สวนเพลง, 2559) จังหวัดสกลนครเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีอารยธรรม ประกอบด้วย ศิลปวัฒนธรรม เฉพาะถิ่น ที่มีการสืบสานต่อยอดกันมา อีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และธรรมชาติผสมผสานกับความเชื่อ หลักปฏิบัติและวิถีการดำเนินชีวิตที่มีเอกลักษณ์และเฉพาะเจาะจง (พระครูศรีปริยัติการ, 2560) โดยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย วัดโบราณและพระธาตุโดยจังหวัดมุกดาหารในอดีตเคยเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรโคตรบูรแห่งลุ่มแม่น้ำโขง มีพระธาตุพนม พระธาตุเรณู พระธาตุท่าอุเทน พระธาตุนคร และพระธาตุประสิทธิ์ เป็นศูนย์รวมความศรัทธาของประชาชน ส่วนจังหวัดสกลนคร มีพระธาตุเชิงชุม พระธาตุนายอนแวงแวง อีกทั้งโบราณสถานอื่นๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวและประชาชนเข้ามากราบไหว้ นอกจากนี้จังหวัดสกลนครยังประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงทัศนียภาพที่สวยงาม ริมฝั่งแม่น้ำโขง และเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไปสู่อินโดจีน ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และให้ตระหนักถึงคุณค่าทางสังคมได้เป็นอย่างดี (ฐิติพร การสูงเนิน, 2558)

กระนั้นก็ตาม แผนการยุทธศาสตร์และนโยบายของจังหวัดสกลนครในช่วงปี 2565 – 2570 ประกอบไปด้วย 1) การส่งเสริมพัฒนาการผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มทางการเกษตรและครัว อาหารปลอดภัย 2) การพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) 3) การพัฒนาขีดความสามารถด้านการค้า การลงทุนให้กับภาคธุรกิจในพื้นที่ การจัดการโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐานให้เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และในที่สุดท้ายคือ 4) การพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และความมั่นคงให้กับจังหวัดสกลนคร แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร ได้ถูกยกประเด็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) ให้มีการเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครเป็นที่ยอมรับและเติบโตมากขึ้น ด้วยการประชาสัมพันธ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเส้นทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อีกทั้งการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการแก่ผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ที่ร้อยละ 5 ทั้งนี้การท่องเที่ยวไทยในจังหวัดสกลนครได้ดำเนินการนโยบายไปตามแผนงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ แต่อย่างไรก็ตามปี 2019 ทั่วโลกได้เผชิญกับปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาไวรัสหรือโควิด-19 ทำให้รัฐบาลในแต่ละประเทศทั่วโลกนั้นได้ออกกฎระเบียบและมาตรการต่างเพื่อนำมาดำเนินการป้องกันการแพร่ระบาด ซึ่งมาตรการดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงการท่องเที่ยวของประเทศไทยและการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครย่อมได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน

โคโรนาไวรัสหรือโควิด-19 (Covid-19) ได้เกิดขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 (2019) พบครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน การระบาดของโรคโควิด-19 ได้แพร่กระจายอย่างรวดเร็วไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งการแพร่ระบาดของโรคดังกล่าวทำให้มีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก และยังส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน การใช้ชีวิตประจำวัน เศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง สถานะขาดแคลนอาหารและเครื่องอุปโภคบริโภค รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน โดยมีสาเหตุมาจากความรุนแรงของการระบาดได้แก่ บางประเทศตัดสินใจออกมาตรการปิดประเทศ (Lock Down) ควบคุมและจำกัดการเดินทางของประชาชนและนักท่องเที่ยว การประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน หรือ พรก. ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด มีมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) การรณรงค์ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ ช่วยชาติ” (ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวภาคใต้, 2562) การงดเว้นกิจกรรมกลางแจ้ง ยกเว้นกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะ ประกาศปิดห้างสรรพสินค้า งดเว้นการพักผ่อนที่ต่างจังหวัดและต่างประเทศ รวมถึงมีการปรับวิถีชีวิตการทำงานมาเป็นรูปแบบออนไลน์ การกระทำดังกล่าวเป็นมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เพื่อความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนในประเทศ ซึ่งมาตรการดังกล่าวได้ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของประชาชนทั่วโลกที่เรียกว่า New Normal ในการอยู่ร่วมกับโรคระบาดโควิด ซึ่งวิถีชีวิตดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย การส่งออกและการท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 67 (ดาว ชุ่มตะขบ, 2563)

อันเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้หลายประเทศออกมาตรการงดการเดินทาง จึงส่งผลกระทบต่อให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลง และได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ทำให้ GDP ของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2563 อยู่ที่ -3% (ดาว ชุ่มตะขบ, 2563) ทั้งนี้การแพร่ระบาดของโรคดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโรงแรม ที่ได้รับผลกระทบจากการยกเลิกการเดินทาง มาตรการล็อกดาวน์ การยกเลิกการจัดกิจกรรมที่มีการรวมตัวกันเช่น การประชุมสัมมนาและการจัดเลี้ยง ซึ่งทำให้อัตราการเข้าพักของโรงแรมโดยเฉลี่ยอยู่ที่ต่ำกว่าร้อยละ 15 โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมที่รับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โรงแรมที่เน้นการจัดสัมมนา ที่อัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 0 โดยโรงแรมดังกล่าวต้องทำการปรับตัว เสนอขายห้องพักหารายได้เสริม บางรายปรับโรงแรมเป็นสถานที่กักตัว เสนอขายอาหารออนไลน์ และบางรายถึงขนาดได้รับผลกระทบจาก และส่งผลกระทบต่อทางอ้อมแก่การจ้างงานของพนักงาน เจ้าของกิจการ ร้านขายของฝากและของที่ระลึก ผู้ประกอบการร้านอาหารหลายรายทรัพยากรและภาคธุรกิจ ล้วนแต่ได้รับผลกระทบไม่ทางตรงก็ทางอ้อมทั้งสิ้น (อนุชิตา ชินศิริประภา, 2564) ทั้งนี้ผลกระทบจากโรค

ระบอบและมาตรการของภาครัฐดังกล่าว ได้ส่งผลมายังการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคที่ให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือก ย่อมส่งผลต่อเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้รัฐบาลไม่ได้นิ่งนอนใจพยายามหาแนวทางในการเยียวยา ส่งเสริมและสนับสนุนให้การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวกลับมา โดยการสนับสนุนให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยผ่านโครงการและนโยบายต่างๆของภาครัฐ และการปรับลดภาษีให้กับผู้ประกอบการ เป็นต้น จากผลกระทบดังกล่าวทำให้เกิดการศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์ถึงนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร นโยบายของภาครัฐที่ได้เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมถึงได้นำเสนอแผนการ แนวโน้ม นโยบายและทิศทางในอนาคตสำหรับการวางแผนให้การท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครให้มีความก้าวหน้าและเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดหรือสถานการณ์ปกติตาม

นโยบายการท่องเที่ยว

นโยบายการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆทั่วโลก โดยนโยบายนั้นเกิดจากการมองหาจุดเด่นที่มีความสำคัญและชัดเจนมาใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์ของประเทศชาติ ซึ่งเมื่อได้ร่างหรือจัดทำนโยบายดังกล่าวเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ (สายป่าน จักขุจินดา, ลือชัย วงษ์ทอง, และ กิจฐเขต ไกรवास, 2563) บทความวิชาการนี้จะแบ่งการศึกษาและวิเคราะห์นโยบายการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบกับต่างประเทศและนโยบายของประเทศไทย รวมถึงศึกษางานวิจัยอื่นๆ เพื่อออกแบบนโยบายในการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวในอนาคตก่อให้เกิดวิกฤตการณ์โรคระบาด โดยแบ่งนโยบายออกเป็น (1) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร (2) นโยบายการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวในวิกฤตการณ์โควิด-19 (COVID-19) (3) นโยบายการท่องเที่ยวและการรับมือในอนาคตสำหรับจังหวัดสกลนคร โดยวิเคราะห์นโยบายเพื่อให้สอดคล้องสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและรัฐบาลดังนี้

1. นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร

ปัจจุบันนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครได้ดำเนินการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่เกิดผลดีต่อนักท่องเที่ยวและชุมชนโดยมีนโยบายและแนวทางการดำเนินการดังนี้

1.1 นโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นการต่อยอดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร โดยการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ร่วมกับศิลปินวัฒนธรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมพ่อน้ำ เครื่องปั้นดินเผา เอกลักษณ์ทางด้านอาหาร เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

1.2 นโยบายการการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครให้เป็นการท่องเที่ยว 3 ธรรมในด้าน ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม โดยให้ธรรมทั้ง 3 สอดคล้องกับการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมุ่งเน้นไปที่แหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ตามรอยอารยธรรมลุ่มน้ำโขงและศรัทธาพญานาคัตตนาคราช พญามูจรินทนาคราช พญาสิมุกตามหาหมู่นิลปาลนคราช เส้นทางศรัทธาธรรมะ ได้แก่ พระธาตุ วัดศาสนสถาน เส้นทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ “ภูผาสู่หมานที” คือจากเทือกเขาภูพานถึงลุ่มน้ำ 150 โขง กิจกรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวหนองหาน ภูผาเทิบ ภูสิงห์ ถ้ำนาผา โดยเน้นความเชื่อมโยงในเส้นทางท่องเที่ยว โดยสามารถเที่ยวได้หลายจังหวัด หลายสถานที่ภายใต้การเดินทาง 1 ครั้ง (1ทริป)

1.3 นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร สร้างมาตรการผ่านการจัดงาน “สายธารแห่งศรัทธาพญานาคาวินิจฉัยแม่น้ำโขง” เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว รวมถึงการเยียวยาผลกระทบจากโรคระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ผ่านงานดังกล่าวทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นการสืบสานวัฒนธรรมและความเชื่อเข้าด้วยกัน (กลุ่มยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2565)

1.4 นโยบาย “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ บนฐานเศรษฐกิจพอเพียง” โดยชุมชนดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อน ศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสโดยตรงกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใกล้ชิดกับคนในชุมชน เพื่อเป็นการเรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมไทย

2. นโยบายการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวในวิกฤตการณ์โควิด-19 (COVID-19)

เป็นนโยบายที่ภาครัฐได้ออกมาตรการมาดูแลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ของประเทศไทย ซึ่งมาตรการดังกล่าวได้ออกมา เยียวยา ดูแลและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ดียิ่งๆขึ้นไป ซึ่งนโยบายดังกล่าวยังครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครด้วยเช่นกัน ทั้งนี้นโยบายดังกล่าวได้ทำการศึกษาจากงานวิจัย และรวบรวมข้อมูลจากนโยบายท่องเที่ยวที่รัฐบาลได้ออกมาตรการมาเพื่อช่วยเหลือและเยียวยาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.1 มาตรการการสร้างรายได้ แก่สถานประกอบการท่องเที่ยว โดยรัฐบาลไทยได้นำเสนอโครงการที่ชื่อว่า “โครงการเราเที่ยวด้วยกัน” ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริม สนับสนุนและกระตุ้นการท่องเที่ยวไทยผ่านการบริโภคภายในประเทศ ด้วยการฟื้นฟูช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดในครั้งนี้ อันได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม พนักงาน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก

รวมถึงส่วนต่างๆและบุคคลอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยรัฐบาลช่วยจ่ายอัตราค่าที่พักร้อยละ 40 ของห้องพักแต่ไม่เกินเกิน 3,000 บาทต่อคืน พร้อมทั้งมอบส่วนลดค่าอาหารอีก 600 อีกทั้งรัฐบาลยังสนับสนุนการเดินทางของประชาชนผ่านส่วนลดตัวเครื่องบินภายในประเทศ ในอัตราร้อยละ 40 แต่ไม่เกิน 1000 บาท ในการกระตุ้นให้ประชาชนคนไทยได้ท่องเที่ยว และเป็นมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถมีรายได้ระหว่างการแพร่ระบาดของโรคโควิด เพื่อทดแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขาดหายไป (เราเที่ยวด้วยกัน, 2565)

2.2 รัฐบาลยังได้สนับสนุนค่าเดินทางของ อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ในการท่องเที่ยว โดยมีเงื่อนไขว่าต้องเดินทางกับบริษัทที่ภาครัฐจัดหาให้ โดยรัฐบาลให้การสนับสนุนในวงเงินไม่เกินคนละ 2,000 บาท สำหรับการเดินทางไม่น้อยกว่า 2 วัน 1 คืน เพื่อเป็นการตอบแทนเหล่าอาสาสมัครที่ได้เข้ามาดูแลและบริการประชาชนในช่วงเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวไปในตัว

2.3 นโยบายหรือแนวคิดที่เรียกว่า จับคู่... กู้ท่องเที่ยวไทย (Bubble Tourism) หรือระเบียงสีเขียว (Green Corridor) เป็นการเปิดประเทศด้วยการท่องเที่ยวแบบจับคู่เดินทางกับประเทศที่มีการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยสามารถเดินทางระหว่างกันได้และลดระยะเวลาการกักตัว ซึ่งโครงการหรือนโยบายดังกล่าวส่งผลให้การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถจัดการได้โดยใช้ระบบติดตามนักท่องเที่ยว มาตรการควบคุมโรค การควบคุมการเดินทางบก น้ำ อากาศ เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งและรองรับการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดจากโรคระบาดโควิด-19 (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์แห่งชาติ)

2.4 มีการจำกัดสถานที่ท่องเที่ยว เช่นให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวได้ไม่เกินร้อยละ 60 ของสถานที่เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด ย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ที่เกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยว แต่เพื่อความปลอดภัยทางด้านสาธารณสุขจึงมีความจำเป็นที่ต้องจำกัดจำนวนคน

2.5 การรับรองมาตรฐาน SHA ย่อมาจาก Amazing Thailand Safety And Health Administration (SHA) เป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยว โดยเป็นการรับรองว่า สถานประกอบการนั้นได้มาตรฐาน มีการทำความสะอาดและดูแลตามมาตรการรักษาความปลอดภัยจากโรคโควิด-19 เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้กับนักท่องเที่ยว

2.6 มาตรการทางการเงิน ที่ภาครัฐได้ช่วยเหลือในเรื่องภาษี มาตรการดูแลและเยียวยา แรงงานลูกจ้างที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอยู่ในระบบประกันสังคมที่ได้รับ ผลกระทบจากคำสั่งของรัฐบาลที่สั่งให้ปิดกิจการในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (ศุภลักษณ์ ศรีวิไล และ รุ่งเรือง ทองศรี, 2564) มาตรการดังกล่าวย่อมส่งผลดีต่อลูกจ้างที่ได้รับเงินเยียวยาในช่วงระหว่างการแพร่ระบาด ทั้งนี้การเยียวยาดังกล่าวสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้ลดภาระ ค่าใช้จ่ายให้กับลูกจ้างได้ด้วย

2.7 มาตรการการคนละครึ่งที่รัฐบาลช่วยจ่าย ร้อยละ 50 และอีกร้อยละ 50 เป็นความรับผิดชอบของประชาชน ในการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน โดยนำโครงการดังกล่าว มาใช้ในการท่องเที่ยวผ่านร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เสื้อผ้า ซึ่งเป็นหนึ่งในนโยบายของภาครัฐที่กระตุ้นเศรษฐกิจไปพร้อมกับการท่องเที่ยว มาตรการดังกล่าวได้รับผลตอบรับที่ดีจากประชาชนและเจ้าของกิจการ ทำให้ประชาชนออกมาใช้จ่ายใช้สอยสินค้า กระตุ้นการบริโภคและเจ้าของกิจการทั้งรายใหญ่และรายย่อย สามารถดำเนินกิจการและธุรกิจของตนเองให้ดีขึ้นได้

2.8 มาตรการและนโยบายข้อดีมีสิน เป็นนโยบายที่เป็นการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชน ส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นและสนับสนุนการรักการอ่าน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่โครงการนี้สนับสนุนคือ สินค้าและบริการจากผู้ประกอบการที่จดทะเบียน สินค้า OTOP และหนังสือ ซึ่งมาตรการดังกล่าวสามารถกระตุ้นให้ประชาชนออกมาใช้จ่ายใช้สอยระหว่างการท่องเที่ยวได้ (ชาญชัย คำจำปา และ ภักดี โพธิ์สิงห์, 2564)

3. นโยบายและแนวทางในอนาคตสำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัดสกล หลังวิกฤตการณ์โควิด-19

นโยบายการท่องเที่ยวในอนาคตสำหรับจังหวัดสกล ในส่วนนี้ได้ทำการวิเคราะห์สังเคราะห์ และเปรียบเทียบกับนโยบาย แนวโน้ม มาตรการ แนวคิด ยุทธศาสตร์ จากในประเทศและต่างประเทศ ที่ควรนำมากำหนดเป็นนโยบายเพื่อพัฒนาและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลหลังวิกฤตการณ์โควิด-19 โดยได้แบ่งทำการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการผู้ประกอบการท่องเที่ยวและโรงแรม และรัฐบาล ดังนี้ (นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์, และ ชนตติ พุ่มพฤษ, 2565).

3.1 นโยบายและแนวทางในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว

3.1.1 เน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้เทคโนโลยีออนไลน์เข้ามา ช่วยลดการรบกวน สุขภาพและประวัติการรับวัคซีนของประชาชน ก่อนที่จะให้ประชาชนเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ดังกล่าว เพื่อเป็นการคัดกรองและป้องกันการติดเชื้อให้กับนักท่องเที่ยว

3.1.2 อัตราเตียงประมาณ ในการรองรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กระตุ้นการเดินทาง ช่วยเหลือทางด้านที่พักและสิทธิพิเศษต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ส่วนลดค่าห้องพัก หรือการงดเว้นค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดสกล (อนุชิตา ชินศิริประภา, 2564)

3.1.3 นโยบายการสะสมแต้ม หรือสะสมการท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ เพื่อแลกของรางวัล เป็นนโยบายในการจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวและนักเดินทางมีความต้องการที่จะสะสมการเดินทางและประสบการณ์ของตนผ่านแต้มและนำมาแลกของรางวัล กลยุทธ์นี้สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดสกลได้

3.1.4 มีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบวิถีใหม่ หรือ New Normal นั่นคือการยกระดับมาตรการการท่องเที่ยวให้ปลอดภัย มีมาตรการป้องกันและถูกต้องตามกฎหมายของสาธารณสุข อาทิเช่น มาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม การตรวจวัดอุณหภูมิ ประวัติการรับวัคซีน การสวมใส่หน้ากากอนามัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยวไทย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ในระหว่างที่เกิดการระบาดของโรคโควิด-19 หรือแม้ในช่วยการฟื้นตัวจากการระบาด จะส่งผลให้การท่องเที่ยวของจังหวัดสกลสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ปลอดภัย

3.2 นโยบายและแนวทางในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและโรงแรม

3.2.1 นโยบายการเสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ระหว่างโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ระบบการขนส่ง ร้านอาหาร หน่วยงานของภาครัฐ เข้ามาร่วมมือกันเป็นพันธมิตร ในการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของตน (ศุภลักษณ์ ศรีวิไล และ รุ่งเรือง ทองศรี, 2564)

3.2.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและโรงแรมรวมตัวกับภาครัฐ ในการประชาสัมพันธ์โครงการการท่องเที่ยวผ่านทางระบบออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องในการตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันมากขึ้น

3.2.3 เพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเน้นให้พนักงานใช้รูปแบบออนไลน์ในการทำงานและประชาสัมพันธ์ ลดระยะเวลาการทำงานเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด พัฒนานักวิชาการด้านการบริการและทักษะภาษา และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของจังหวัดสกล เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรมมากยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มจำนวนยอดนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยหรือนักท่องเที่ยวท้องถิ่น

3.2.4 นโยบายในการมอบสิทธิพิเศษในเรื่องการงดเว้นภาษีสำหรับผู้ประกอบการในช่วงระยะเวลาที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด เพื่อเป็นการช่วยผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่าย ยังเป็นการกระตุ้นศักยภาพในการจ้างงานและอยู่รอดจนกว่าจะพ้นวิกฤตโควิด-19 ของผู้ประกอบการ

3.2.5 อัตราเตียงประมาณ ในเรื่องการรองรับค่าใช้จ่ายในการใช้จ่ายใช้สอย การเดินทาง การท่องเที่ยว สิทธิพิเศษต่างๆ ในการใช้บริการ เรื่องของภาษี การสนับสนุนค่าไฟหรือระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการและประชาชน รวมถึงงบประมาณดังกล่าวยังช่วยให้ประชาชนได้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

3.2.6 ปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์และนโยบายอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสกล และหาโอกาสเติบโตในสภาวะวิกฤตต่อไปเรื่อยๆ อีกทั้งควรจ้างที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการบริการท่องเที่ยวและโรงแรมเข้ามาให้คำปรึกษาและบริหารงาน ให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว 3 ธรรม เพื่อรองรับแนวโน้มการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในอนาคต

3.2.7 มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก ประหยัดเวลา และรวดเร็ว อีกทั้งยังสอดคล้องกับมาตรการแบบ New Normal เช่น การจองคิวผ่านระบบออนไลน์ เพื่อลดความแออัด การสัมผัสระหว่างกัน อีกทั้งยังสามารถให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3.2.8 ปรับจังหวัดสกลให้เป็นพื้นที่ State Quarantine เมื่อผู้เดินทางได้ทำการกักตัวเสร็จแล้วสามารถ เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสกลต่อไปได้ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าและกระตุ้นการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดสกลอีกด้วย

3.2.9 นโยบายการรองรับการท่องเที่ยวต่อระดับความรุนแรงของโรคระบาด ในข้อนี้จะกล่าวถึงในกรณีที่เกิดโรคระบาดซ้ำอีกครั้งหรือโรคระบาดชนิดอื่นได้แพร่ระบาดเข้ามา ส่งผลให้รัฐบาลได้ดำเนินการสั่งระงับการเดินทางและการท่องเที่ยว ดังนั้นรัฐบาลควรมีความนโยบายในการรองรับความรุนแรงของโรคระบาด ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนคลายมาตรการของภาครัฐบางอย่าง แต่ต้องคำนึงถึงมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัย และปรับเปลี่ยนทิศทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)

3.2.10 มาตรการรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เพื่อเพิ่มความมั่นใจในสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม สามารถทำได้โดยดำเนินการทุกอย่างตามข้อกำหนดมาตรฐานสุขในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวระหว่างเกิดการแพร่ระบาดของโควิดได้ นอกจากบริเวณที่พักแล้ว ตามสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อ จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวและมีมาตรการการเว้นระยะห่างอย่างเคร่งครัด (ดารณี อาจหาญ และ คณะ, 2565)

3.3 นโยบายและแนวทางในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นโยบายจากทางภาครัฐสามารถวางแผนได้จากการประเมินผลกระทบความรุนแรงของโรคระบาดที่มีส่งต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย และนำมาวางแผนงาน เพื่อจัดเตรียมความพร้อมและประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการรับมือและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสกล ในระหว่างที่เกิดโรคระบาด

3.3.1 ผลักดันประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จังหวัดสกลตั้งอยู่ใกล้กับประเทศลาว และสามารถเดินทางเชื่อมต่อไปลาว พม่าและประเทศจีนได้ ดังนั้นจึงควรใช้ข้อดีของที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ในการสร้างจังหวัดสกลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวผ่านแดน ได้ด้วยการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น คุณภาพถนน เครือข่ายการเชื่อมโยง เครือข่ายรถไฟ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวผ่านสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อีกทั้งเพิ่มท่าอากาศยาน ปรับปรุงคุณภาพของสถานีรถไฟ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดและสนับสนุนท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยกัน

3.3.2 นโยบายการออกแบบโครงข่ายการท่องเที่ยวและสนับสนุนการวางแผนท่องเที่ยว ที่สามารถท่องเที่ยว 1 ครั้งแต่ผ่านหลายจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมในจังหวัดต่างๆ (ศุภลักษณ์ ศรีวิลัย และ รุ่งเรือง ทองศรี, 2564)

3.3.3 กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ข้อตกลงด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน โดยปราศจากการกักตัวแต่ต้องใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยจากโควิดในการท่องเที่ยว

3.3.4 นโยบายของรัฐบาลที่เน้นการยกเว้น ผัดผ่อน (เลื่อน) และลดภาษีและค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ค่าธรรมเนียมการปกป้องสิ่งแวดล้อม ค่าใบอนุญาตต่างๆ ภาษีทางการตลาด ภาษีท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมวีซ่า รวมถึงช่วงเหลือสภาพคล่องทางการเงินให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยว รัฐบาลช่วยเหลือในเรื่องเงินให้เปล่าเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว (Touris Economic, 2563)

3.3.5 นโยบายวางแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่น ลดราคาสินค้าและบริการตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัด หรืออุทยานแห่งชาติที่ต้องเสียค่าเข้าชม ให้ส่วนลดหรือบัตรกำนัลเพิ่มเติม

3.3.6 ผ่อนปรนมาตรการและลดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถมาเที่ยวในประเทศไทยได้ เช่น การขอวีซ่าหน้าด่าน (Visa On Arrival) และวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) หรือลดเว้นการตรวจโควิดแต่ต้องมีประกันสุขภาพคุ้มครอง และทำการโปรโมท สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวในจังหวัดสกล

3.3.7 นโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในประเทศและภาคธุรกิจของการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความนิยมและความยั่งยืน

3.3.8 ผลักดันให้จังหวัดสกลเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกโลกของยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เพื่อเป็นการเพิ่มแรงดึงดูดและแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบและสรุปการกำหนดนโยบายและแนวทางในอนาคตสำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลหลังเกิดวิกฤตการณ์โควิด

นโยบายสำหรับนักท่องเที่ยว	นโยบายสำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง	นโยบายที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาล
1. ใช้เทคโนโลยีออนไลน์มาช่วยในการกลั่นกรองสุขภาพ 2. อัดฉีดงบประมาณกระตุ้นการเดินทาง 3. สะสมแต้มจากการท่องเที่ยว 4. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบวิถีใหม่ หรือ New Normal	1. นโยบายการเสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ 2. การรวมตัวของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและโรงแรม 3. เพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงาน 4. สิทธิพิเศษสำหรับผู้ประกอบการ เช่นการลดภาษี 5. อัดฉีดงบประมาณให้ผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว 6. ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และนโยบายอย่างต่อเนื่อง 7. เทคโนโลยีมาใช้ในการบริการนักท่องเที่ยว 8. วางแผนในการปรับจังหวัดสกลให้เป็นพื้นที่ State Quarantine 9. นโยบายการรองรับการท่องเที่ยวต่อระดับความรุนแรงของโรคระบาด 10. มาตรการรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เพื่อเพิ่มความมั่นใจในสถานที่ท่องเที่ยว	1. ผลักดันประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน 2. นโยบายการออกแบบโครงข่ายการท่องเที่ยว 3. เพิ่มกฎระเบียบ ข้อบังคับ งดเว้นการกักตัว 4. นโยบายของรัฐบาลที่เน้นการยกเว้น ผัดผ่อน (เลื่อน) และลดภาษี 5. นโยบายวางแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว 6. ผ่อนปรนมาตรการและลดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกักตัว 7. นโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในประเทศและภาคธุรกิจของการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความนิยมและความยั่งยืน 8. ผลักดันให้จังหวัดสกลเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกโลกของยูเนสโก

บทสรุป

สามารถสรุปได้ว่านโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเสนอแนะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและโรงแรม และส่วนสุดท้ายคือรัฐบาล พบว่า 1) นโยบายสำหรับนักท่องเที่ยว คือ ควรมุ่งเน้นนโยบายไปที่การอัดฉีดงบประมาณการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นและลดค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ใช้เทคโนโลยีออนไลน์มาช่วยในการกลั่นกรองสุขภาพเพื่อเพิ่มความปลอดภัย และการสะสมแต้มสำหรับการท่องเที่ยว 2) นโยบายสำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การหาพันธมิตรในการให้บริการ เพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงาน มอบสิทธิพิเศษสำหรับผู้ประกอบการในการลดหย่อนภาษีหรือผ่อนจ่าย อัดฉีดงบประมาณให้ผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการนักท่องเที่ยวในการจองคิวหรือช่วยวางแผนกำหนดการเดินทางในการท่องเที่ยว วางแผนในการปรับจังหวัดสกลให้เป็นพื้นที่ State Quarantine มาตรการรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อเพิ่มความมั่นใจในสถานที่ท่องเที่ยว และในส่วนสุดท้ายคือ 3) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาล สามารถทำได้โดยผลักดันประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน นโยบายการออกแบบโครงการท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงกัน นโยบายของรัฐบาลที่เน้นไปที่การยกเว้นและลดภาษี นโยบายวางแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว การผ่อนปรนมาตรการและลดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกักตัว รวมถึงการอำนวยความสะดวกในเรื่องการเข้าประเทศหรือวีซ่า นโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในประเทศและภาคธุรกิจของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความนิยมและความยั่งยืน และสุดท้ายคือการผลักดันให้จังหวัดสกลเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกโลกของยูเนสโก โดยนโยบายทั้งหมดนี้เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลให้พ้นตัวจากภาวะโรคระบาดโควิด-19 และผลกระทบทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ (พุทธชาติ ลุนคา, 2564)

สืบเนื่องจากการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทางรัฐบาลได้มีนโยบายในการปิดประเทศ งดเว้นการเดินทางและการรวมตัวที่ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมและยังรวมถึงการท่องเที่ยวด้วยนั้น จึงทำให้การวิเคราะห์และวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสกล เพื่อผลักดันและฟื้นฟูให้การท่องเที่ยวกลับมาเติบโตได้อีกครั้งหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 หรือโรคระบาดอื่นๆ โดยสามารถวางแผนได้โดยการเตรียมความพร้อมและรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ให้เงินสนับสนุนกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการการสร้างปลอดภัยและความน่าเชื่อถืออีกกลับมา หากดำเนินการตามมาตรการดังกล่าวแล้วสามารถเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดสกล สามารถนำพาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลให้พ้นตัวจากการแพร่ระบาดได้ โดยข้อเสนอแนะในการเขียนบทความวิชาการครั้งต่อไป 1) ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้นโยบายดังกล่าว 2) ทำการศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดอื่นๆ เพื่อขยายและวิเคราะห์ผลการศึกษาให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น 3) มีการนำเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และแก้ปัญหา

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2565). **แผนปฏิบัติการประจำปีของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565**
- จิระพงศ์ เรืองกุล และ วิทยา นามเสาร์. (2563). สมรรถนะผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบ ความสำเร็จในประเทศไทย. *วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 16(2), 43-70.
- ชาญชัย คำจำปา และ ภักดี โพธิ์สิงห์. (2564). นโยบายทางเศรษฐกิจกับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในยุคโควิด -19. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 5(3), 99-116.
- จิตติพร การสูงเนิน. (2558). การจัดการสื่อและองค์ความรู้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว: เส้นทางท่องเที่ยว จังหวัดสกล. *วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (สาขาสังคมศาสตร์และเทคโนโลยี)*, 7(14), 1-14.
- ดารณี อาจหาญ, เกิดศิริ เจริญวิศาล, และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2565). การยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19ในประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 22(1), 187-204.
- ดาว ชุ่มตะขบ. (2563). เศรษฐกิจพอเพียง ทางเลือก ทางรอดฝ่าวิกฤตโควิด-19. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 2(3), 11-22.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์, และ ชนตติ พุ่มพุกษ์. (2565). ทางรอดและแนวทางการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนแนววิถีใหม่ หลังวิกฤติ COVID-19 ของไทย. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*, 9(1), 1-19.
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์แห่งชาติ ประเด็นที่ 5. (2565). <http://Nscr.Nesdc.Go.Th/Wp-Content/Uploads/2021/02/Ns-05_222-277.Pdf> (สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2565).
- พรณี สวนเพลง. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบาเพ็ญประโยชน์ในจังหวัดสกล (สกลนคร-นครพนม และมุกดาหาร)

- พระครูศรีปริยัติการ. (2560). การศึกษาแนวคิด ความเชื่อและหลักการปฏิบัติเพื่อความสุขของกลุ่มชาติพันธุ์ ในกลุ่มจังหวัดสนุ
ภายใต้งานวิจัยเรื่อง พหุวัฒนธรรมชาติพันธุ์: แนวคิด ความเชื่อ ภาษา และกระบวนการจัดการทางสังคม เพื่อ
เสริมสร้างความสุขของจังหวัดสนุ. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครพนม.
- พุทฺธชาติ ลุนคา. (2564). ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19. <<https://www.Krungsri.Com/Th/Research/Research-Intelligence/Ri-Future-Of-Tourism-21>> (สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2565).
- รายงานยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวภาคใต้ จากกรณีปัญหาผลกระทบของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). (2565).
<<http://www.personnel.moi.go.th/recruitment/2563/2.บทความยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวภาคใต้จากกรณีปัญหาผลกระทบของโรคโควิด-19.pdf>> (สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2565).
- เราเที่ยวด้วยกัน. (2565). <<https://www.เราเที่ยวด้วยกัน.com/information>> (สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2565).
- ศุภลักษณ์ ศรีวิไล และ รุ่งเรือง ทองศรี. (2564). การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย. วารสารการ
บริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 7(8), 405-416.
- สายป่าน จักขุจินดา, ลือชัย วงษ์ทอง และ กิจฐเขต ไกรवास. (2563). การนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 3 ธรรม จังหวัดสกลนคร
ไปสู่การปฏิบัติ. วารสารชุมชนวิจัย, 14(3), 223-234.
- อนุชิตา ชินศิริประภา. (2564). ผลกระทบโควิด-19 กับเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวภาคตะวันออก. วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม,
2(3), 1-4.
- Tourist Economic. (2563). รายงานภาวะเศรษฐกิจ COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. <<https://www.Mots.Go.Th/Download/Tourismeconomicreport/4-1Tourismeconomicvol4.Pdf>> (สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2565).

การศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการบนฐานทรัพยากรประเภทถ้ำ A Study of Tourism and Outdoor Recreational Activities Design in Cave System Resources

คมเชษฐา จรุงพันธ์¹

E-mail: Khomchedtha@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดมาตรการและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวถ้ำและภูมิประเทศเขาหินปูน ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ New Normal โดยใช้วิธีการประเมินระดับศักยภาพ (ERRP), มาตรฐานคุณภาพ, ช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (ROS) และขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ (PCC) ของถ้ำต้นแบบนำร่อง 10 แห่ง ในพื้นที่ 10 อุทยานแห่งชาติ ท้องที่ 9 จังหวัด ครอบคลุม 4 ภูมิภาคของประเทศไทย จากการศึกษา พบว่า ถ้ำต้นแบบนำร่อง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 70 มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ET) ที่มีระดับศักยภาพสูง (H) และมีมาตรฐานคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก (★★★★) ร้อยละ 60 ซึ่งอยู่ในเขตธรรมชาติกึ่งสันทนาการ (SPM) ร้อยละ 40 โดยแนวทางการจัดการเพื่อพัฒนาพื้นที่สำหรับรองรับกิจกรรมนันทนาการนั้น จะต้องคำนึงถึงเขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (ROS) และขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ (PCC) ซึ่งมีความสอดคล้องกับเขตการจัดการพื้นที่ (Zoning) ตามแผนการบริหารจัดการพื้นที่อุทยานแห่งชาติ แห่งนั้น สำหรับด้านการท่องเที่ยว หากทุกคนมีความรับผิดชอบ ปฏิบัติตามแนวทาง และมาตรการตามหลักการสากลของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยคำนึงถึงมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อการท่องเที่ยว ตามที่ทางราชการกำหนดก็จะสามารถท่องเที่ยวในแหล่งนันทนาการประเภทถ้ำและภูมิประเทศเขาหินปูน รวมถึงแหล่งนันทนาการประเภทต่าง ๆ ในอุทยานแห่งชาติ ได้อย่างปลอดภัยและยั่งยืน

คำสำคัญ: รูปแบบกิจกรรมนันทนาการ ทรัพยากรประเภทถ้ำ

Abstract

The objective of this research were to determine the measures for the management of outdoor recreation activities of cave tourist attraction in national park to provide an appropriate for New Normal tourism format and to propose an appropriate form of cave tourism activities and karst topography in national park. The study area were divided into 10 sites of main cave were located in 10 national parks, 9 provinces covering 4 regions of Thailand. The research methodology were surveyed and evaluated the evaluation of recreation resource potential (ERRP) and assessed the quality standard of natural attraction in cave and classified recreation opportunity spectrum (ROS). The study found that the majority or 70 % of all cave tourism was ecotourism (ET) The cave recreation resource potential assessment found 6 high potential (60 %), Recreation opportunity spectrum. There were 4 Semi – Primitive Motorized (40%), Cave attraction quality standard assessment found 6 great (★★★★) (60 %). The study result suggest that caves outdoor recreation activities management and the development of cave tourism site considered recreation opportunity spectrum (ROS), physical carrying capacity (PCC) and zoning of national park management plan. Therefore, if people have a responsibility and comply with New Normal tourism format by taking into account the health and safety standards, it will be able to travel safely and sustainably in cave recreation resources and karst topography in the national park.

Keywords: outdoor recreational activities design, cave system resources

¹ เจ้าหน้าที่งานป่าไม้อาวุโส กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กรุงเทพมหานคร

ความเป็นมาของปัญหา

“ถ้า” เป็นทรัพยากรธรรมชาติอย่างหนึ่ง ที่มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์มาอย่างยาวนาน ทั้งเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย หรือใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งนันทนาการ ซึ่งการจัดการถ้าในประเทศไทย โดยเฉพาะในอุทยานแห่งชาติ จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านการอนุรักษ์ เพื่อให้มีการใช้ประโยชน์ได้อย่างสมดุลและยั่งยืน ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ในทุกภาคส่วน ตามหลักการและแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ขององค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ World Tourism Organization กล่าวว่า แหล่งนันทนาการและทรัพยากรนันทนาการ เป็นองค์ประกอบสำคัญ ที่เป็นรากฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ แหล่งนันทนาการและทรัพยากรนันทนาการ เป้าหมายที่เป็นหัวใจหลักขององค์ประกอบนี้ จะเน้นที่คุณภาพและความยั่งยืน เป็นสำคัญ ไม่ว่าทรัพยากรนันทนาการ จะเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือ วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและบริหารจึงต้องพิจารณาถึงกิจกรรมหลักๆ ดังนี้ 1) การประเมินศักยภาพของทรัพยากรนันทนาการ เพื่อให้ทราบและตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญและข้อจำกัดในการที่จะนำมาใช้ประโยชน์, 2) การจำแนกเขตนันทนาการเพื่อนำไปสู่การกำหนดมาตรการ หรือเงื่อนไขของการพัฒนาและการอนุรักษ์ที่สะท้อนถึงศักยภาพโอกาส และข้อจำกัดของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรนันทนาการ, 3) การกำหนดขีดความสามารถรองรับการพัฒนาการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวทางชีวกายภาพ, 4) การบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งและทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าความสำคัญ และเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ ทั้งโดยใช้มาตรการควบคุม และการฟื้นฟูด้วยวิธีการต่างๆ และ 5) การควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยว (คมเชษฐา จรุงพันธ์ และ คณะ, 2554)

ดร.ชนันท์ เอมพันธุ์ และคณะ (2549) แบ่งประเภทรูปแบบของการท่องเที่ยวและนันทนาการในอุทยานแห่งชาติ ออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติทั่วไป (Conventional Nature Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติและภูมิทัศน์ธรรมชาติเป็นองค์ประกอบหลัก ในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว กิจกรรมจะเป็นแบบชื่นชมธรรมชาติ ไม่ใช่พลละกำลังในการประกอบกิจกรรมมากนัก เช่น การพักผ่อนในบรรยากาศที่สงบและการถ่ายภาพธรรมชาติ เป็นต้น แรงจูงใจสำคัญของการท่องเที่ยวแบบนี้ คือ โอกาสที่จะได้ชื่นชมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ความสงบร่มรื่น, 2) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบพิเศษที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ ได้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีลักษณะท้าทายหรือตื่นเต้นเป็นพิเศษ หรือให้ความหวาดเสียวและทักษะเฉพาะ เช่น กิจกรรมปีนเขา ไต่หน้าผา การท่องเที่ยวแบบนี้ คือ โอกาสที่จะได้ตื่นเต้นและผจญภัยในธรรมชาติและ 3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติอันมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน มีโอกาสที่จะได้ไปเยือนแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่นด้านนิเวศที่ยังคงความเป็นธรรมชาติสูงหรือหายาก ได้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ และมีโอกาสในการช่วยเหลือด้านการอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติที่ไปเยือน และอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนท้องถิ่น

ดังนั้นการศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการ บนฐานทรัพยากรประเภทถ้า จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการบริหารจัดการพื้นที่แหล่งนันทนาการประเภทถ้าในอุทยานแห่งชาติ เพื่อการใช้ประโยชน์ได้อย่างปลอดภัยและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อกำหนดมาตรการและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวถ้าและภูมิประเทศเขาหินปูน ในอุทยานแห่งชาติให้มีความเหมาะสม สอดรับกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ New Normal ในถ้าต้นแบบนาร่อง 10 แห่ง ในพื้นที่ 10 อุทยานแห่งชาติ ท้องที่ 9 จังหวัดครอบคลุม 4 ภูมิภาคของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการสำรวจ ศึกษา การประเมินตามแบบมาตรฐานการประเมิน และ วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. แบบประเมินระดับศักยภาพแหล่งนันทนาการในอุทยานแห่งชาติ (Evaluation of Recreation Resource Potential, ERRP) ปรับปรุงจาก ดร.ชนันท์ เอมพันธุ์ (2546; 2547), ดร.ชนันท์ เอมพันธุ์ และ คณะ (2547; 2549) และ นววรรณ ฐานะกาญจน์ และ คณะ (2549) โดยการใช้สมการถ่วงน้ำหนักอย่างง่าย (simple weighting score method)

1.1 กำหนดค่าความสำคัญหรือค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยชี้วัดแต่ละปัจจัย จาก 1 ถึง 3 จากระดับความสำคัญน้อย - ความสำคัญมาก ทำการเปรียบเทียบระดับศักยภาพแหล่งนันทนาการ กับเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อบ่งชี้สถานภาพปัจจุบันของแหล่งนันทนาการแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ 1 ศักยภาพระดับต่ำ ถึง 3 ศักยภาพระดับสูง จากช่วงชั้น ดังนี้

- <1.66 = ระดับศักยภาพต่ำ ในการรองรับกิจกรรมนันทนาการ (Low, L)
1.67-2.33 = ระดับศักยภาพปานกลาง ในการรองรับกิจกรรมนันทนาการ (Moderate, M)
>2.34 = ระดับศักยภาพสูง ในการรองรับกิจกรรมนันทนาการ (High, H)

1.2 จำแนกกลุ่มรูปแบบแหล่งนันทนาการ โดยปัจจัยในการประเมิน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพของทรัพยากร, 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกการบริการและสื่อความหมาย, 3) ด้านการจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อม, 4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 5) ด้านการบริหารจัดการ โดยรูปแบบแหล่งนันทนาการ 3 ประเภท ได้แก่

- 1.2.1 รูปแบบการท่องเที่ยวธรรมชาติทั่วไป (conventional nature tourism, NT)
1.2.2 รูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure tourism, AT)
1.2.3 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism, ET)

2. แบบประเมินปัจจัยและเกณฑ์ในการจำแนกเขตนันทนาการตามหลักช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (Recreation Opportunity Spectrum, ROS) โดยใช้ปัจจัยทางสังคม ปรับปรุงจาก ดร.ชนี เอมพันธุ์ (2546; 2547), ดร.ชนี เอมพันธุ์ และคณะ (2547; 2549) และ นววรรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ (2549) ค่าคะแนนในแต่ละปัจจัยชี้วัดตามเกณฑ์ที่กำหนด มีค่าคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 และค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 ปัจจัยในการประเมิน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การเดินทางและการเข้าถึง, 2) ความเป็นธรรมชาติและการพัฒนาพื้นที่, 3) สิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพการจัดการแหล่งนันทนาการ, 4) ระดับการควบคุมนักท่องเที่ยว/ควบคุมกิจกรรมการใช้ประโยชน์ และ 5) โอกาสในการพบปะผู้คน โดยค่าระดับคะแนนประเภทเขตนันทนาการ ตามหลักการช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (Recreation Opportunity Spectrum, ROS) มีช่วงชั้น ดังนี้

- 2.1 เขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการประเภทพัฒนามาก (Developed, D) พิสัย 1.00-1.80
2.2 เขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการประเภทกึ่งพัฒนา (Semi-Developed, SD) พิสัย 1.81-2.60
2.3 เขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการประเภทธรรมชาติกึ่งสันโดษใช้ยานยนต์ (Semi - Primitive Motorized, SPM)

พิสัย 2.61-3.40

2.4 เขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการประเภทธรรมชาติกึ่งสันโดษไม่ใช้ยานยนต์ (Semi - Primitive Non-Motorized, SPNM) พิสัย 3.41-4.20

- 2.5 เขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการประเภทธรรมชาติสันโดษ (Primitive, P) พิสัย 4.21-5.00

3. แบบตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ ของกรมการท่องเที่ยว (2557) กำหนดเกณฑ์มาตรฐานเป็น 2 ส่วน (ค่าการให้คะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน จากนั้นน้อย ไปหา มาก การประเมินแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

3.1 ส่วนที่ 1 การประเมินศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน 13 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ขนาดของถ้ำ, 2) ลักษณะภายในถ้ำ, 3) การรูกถ้ำเข้าไปในถ้ำ, 4) กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการทำลายสภาพธรรมชาติบริเวณถ้ำ, 5) ความเสี่ยงต่อการถูกทำลายจากภัยธรรมชาติ, 6) ความปลอดภัยภายในถ้ำ, 7) การถ่ายเทอากาศภายในถ้ำ, 8) การเกิดเหตุอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากภัยธรรมชาติ, 9) การจัดกิจกรรมที่เหมาะสม, 10) เจ้าหน้าที่ดูแลถ้ำ, 11) โอกาสในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว, 12) ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของตัวแหล่งท่องเที่ยว และ 13) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว

โดยจะต้องทำการประเมินตัวชี้วัดที่ 1 - 13 ซึ่งมีคะแนนเต็ม 65 คะแนน ทั้งนี้ ถ้านั้น จะต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่า 39 คะแนน จึงทำการประเมินต่อในส่วนที่ 2 แต่ถ้าได้คะแนนต่ำกว่า 39 คะแนน แสดงว่าถ้านั้นขาดความดึงดูดใจหรือไม่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว (ไม่ต้องทำการประเมินในส่วนที่ 2)

3.2 ส่วนที่ 2 การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ มีองค์ประกอบในการประเมิน 3 ประการ ได้แก่ 1) คุณค่าด้านการท่องเที่ยว, 2) ศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และ 3) การบริหารจัดการ โดยทำการประเมินเกณฑ์ 3 ด้าน 22 ตัวชี้วัด ซึ่งมีคะแนนเต็ม 110 คะแนน

ผลจากการประเมินในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 จะมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 35 ตัวชี้วัด คะแนนรวมทั้งสิ้น 175 คะแนนนำมากำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ 5 ระดับ คือ

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| ดีเยี่ยม (>150 คะแนน) ★★★★★ | ดีมาก (>125-150 คะแนน) ★★★ |
| ดี (>95-125 คะแนน) ★★★ | ปานกลาง (>70-95 คะแนน) ★★ |
| ต่ำ (>45-70 คะแนน) ★ | |

4. กำหนดขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity; PCC) เทียบค่ามาตรฐานขนาดพื้นที่ต่อคนสำหรับประกอบกิจกรรมนันทนาการต่อหนึ่งช่วง เวลาเดียวกัน (PCC of People At One Time (PCC, PAOT) ของ วิลลิสท์ ทรายกูร์ (2537) แสดงดังตารางที่ 1

5. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำต้นแบบนำร่อง จำนวน 10 แห่ง ในพื้นที่ 10 อุทยานแห่งชาติ ท้องที่ 9 จังหวัด โดยพิจารณาจากการกระจายตัวของที่ตั้งถ้ำ ให้ครอบคลุมทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ค่ามาตรฐานขนาดพื้นที่ต่อคนสำหรับประกอบกิจกรรมนันทนาการต่อหนึ่งช่วงเวลาเดียวกัน (PAOT) แหล่งนันทนาการ จำนวนเนื้อที่ต่อคน (ตร.ม./คน)

แหล่งนันทนาการ	จำนวนเนื้อที่ต่อคน (ตร.ม./คน)	
	เขต P, SPNM และ SPM	เขต SD และ D
1. พื้นที่ในถ้ำ	7.5	4
2. จุดชมวิว/ ชมทัศนียภาพ	4	3

ตารางที่ 2 รายชื่อถ้ำต้นแบบนำร่อง จำนวน 10 แห่งในพื้นที่ 10 อุทยานแห่งชาติ ท้องที่ 9 จังหวัด ครอบคลุม 4 ภูมิภาคของประเทศไทย

ภูมิภาค	จังหวัด	อุทยานแห่งชาติ	รายชื่อถ้ำ
1. เหนือ	1. เชียงราย	1. ถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน (เตรียมการ)	1. ถ้ำหลวง
	2. ลำปาง	2. ถ้ำผาไท (เตรียมการ)	2. ถ้ำผาไท
	3. พิษณุโลก	3. หุ่นจำลองถ้ำ	3. ถ้ำเดือน-ถ้ำดาว
2. ตะวันออกเฉียงเหนือ	4. ขอนแก่น	4. ถ้ำผาม่าน	4. ถ้ำผานาคราช
	5. หนองบัวลำภู	5. ถ้ำหินจอมธาตุ-ภูพระบาท (เตรียมการ)	5. ถ้ำเอราวัณ
3. กลาง – ตะวันตก	6. ประจวบคีรีขันธ์	6. เขาสามร้อยยอด	6. ถ้ำพระยานคร
	7. กาญจนบุรี	7. เอราวัณ	7. ถ้ำพระธาตุ
		8. ไทรโยค	8. ถ้ำละว้า
4. ใต้	8. สุราษฎร์ธานี	9. เขาสวก	9. ถ้ำประกายเพชร
	9. กระบี่	10. ถ้ำโถง	10. ถ้ำผีหัวโต – ถ้ำลอด



1. ถ้ำหลวง



2. ถ้ำผาไท



3. ถ้ำเดือน-ถ้ำดาว



4. ถ้ำผานาคราช



5. ถ้ำเอราวัณ



6. ถ้ำพระยานคร



7. ถ้ำพระธาตุ



8. ถ้ำละว้า



9. ถ้ำประกายเพชร



10. ถ้ำผีหัวโต – ถ้ำลอด

ภาพที่ 1 ถ้ำต้นแบบนำร่อง จำนวน 10 แห่ง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวและนันทนาการ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบเชิงนิเวศ (ET) 7 แห่ง (70%), ธรรมชาติทั่วไป (NT) 2 แห่ง (20%) และแบบผจญภัย (AT) 1 แห่ง (10%) มีศักยภาพระดับสูง (H) 6 แห่ง (60%), ปานกลาง (M) 3 แห่ง (30%) และต่ำ (L) 1 แห่ง (10%) เขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (ROS) อยู่ในเขตธรรมชาติที่กึ่งสันโดษใช้ยานยนต์ (SPM) 4 แห่ง (40%), เขตกึ่งพัฒนา (SD) 3 แห่ง (30%) เขตธรรมชาติที่กึ่งสันโดษไม่ใช้ยานยนต์ (SPNM) 2 แห่ง (20%) และเขตพัฒนา (D) 1 แห่ง (10%) มีมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ อยู่ในระดับดีมาก (★★★★) 6 แห่ง (60%) ระดับดี (★★★)

2 แห่ง (20%) ระดับปานกลาง (★★) และ ระดับดีเยี่ยม (★★★★★) อย่างละ 1 แห่ง (ร้อยละ 10% เท่ากัน) ตามลำดับ สำหรับขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ (PCC) ในการรองรับกิจกรรมนันทนาการตามขนาดของพื้นที่ภายในถ้ำที่อุทยานแห่งชาติฯ เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชม (ตามค่ามาตรฐานขนาดพื้นที่ต่อคน สำหรับประกอบกิจกรรมนันทนาการต่อหนึ่งช่วงเวลาเดียวกัน PCC of People At One Time (PCC, PAOT)) พบพื้นที่รองรับกิจกรรมนันทนาการในถ้ำ และพื้นที่จุดชมวิว โดยถ้ำพระยานคร มีพื้นที่ PCC ในถ้ำมากที่สุดสามารถรองรับได้ เท่ากับ 240 คน รองลงมาคือ ถ้ำเอราวัณ จำนวน 230 คน และถ้ำละว้า จำนวน 121 คน โดยประมาณตามลำดับ (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ผลการประเมินรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวถ้ำและภูมิประเทศเขาหินปูนในอุทยานแห่งชาติ จำนวน 10 แห่ง

รายชื่อถ้ำ	รูปแบบ/ระดับศักยภาพ	มาตรฐาน	ช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (ROS)	รองรับได้ PCC (คน)
1. ถ้ำหลวง	ET/H	★★★★★	D	21
2. ถ้ำผาไท	ET/M	★★★★★	SPM	81
3. ถ้ำเดือน-ถ้ำดาว	AT/M	★★★	SPNM	60
4. ถ้ำพญานาคราช	NT/M	★★★	SPNM	40
5. ถ้ำเอราวัณ	ET/L	★★	SD	230
6. ถ้ำพระยานคร	ET/H	★★★★★	SPM	240
7. ถ้ำพระธาตุ	NT/H	★★★★★	SPM	32
8. ถ้ำละว้า	ET/H	★★★★★	SD	121
9. ถ้ำประกายเพชร	ET/H	★★★★★	SPM	13
10. ถ้ำผีหัวโต – ถ้ำลอด	ET/H	★★★★★	SD	90 - 50

หมายเหตุ

รูปแบบกิจกรรม	ET = เจริญเวศ (ecotourism), NT = ธรรมชาติทั่วไป (conventional nature tourism)
นันทนาการ	AT = ผจญภัย (adventure tourism)
ระดับศักยภาพ	H = สูง (High) M = ปานกลาง (Moderate) L = ต่ำ (Low)
ช่วงชั้นโอกาส	เขตธรรมชาติสันโดษ (Primitive, P)
ด้านนันทนาการ	เขตธรรมชาติกึ่งสันโดษไม่ใช้ยานยนต์ (Semi-Primitive Non-Motorized, SPNM)
ROS	เขตธรรมชาติกึ่งสันโดษใช้ยานยนต์ (Semi-Primitive Motorized, SPM)
	เขตกึ่งพัฒนา (Semi-Developed, SD)
	เขตพัฒนามาก (Developed, D)
ระดับมาตรฐาน	ดีเยี่ยม (>150) ★★★★★ ดีมาก (>125-150) ★★★★
(คะแนน)	ดี (>95-125) ★★★ ปานกลาง (>70-95) ★★
	ต่ำ (>45-70) ★
ขีดความสามารถในการ	ค่ามาตรฐานขนาดพื้นที่/คน/หนึ่งช่วงเวลาเดียวกัน (People At One Time : PAOT)
รองรับได้ด้านกายภาพ (PCC)	พื้นที่ในถ้ำ เขตP,SPNM และSPM = 7.5 ตร.ม./คน เขต SD และ D = 4 ตร.ม./คน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถเสนอแนะแนวทางกำหนดมาตรการและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวถ้ำ ในพื้นที่ถ้ำต้นแบบนำร่องในอุทยานแห่งชาติ ให้ความเหมาะสมสอดคล้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ New Normal โดยการพัฒนาพื้นที่ เพื่อรองรับกิจกรรมนันทนาการของแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จะต้องคำนึงถึงเขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (ROS) ขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ (CC) และลักษณะทางกายภาพของสภาพพื้นที่ถ้ำแต่ละแห่งโดยให้สัมพันธ์กับช่วงเวลาตามรอบที่กำหนดในแต่ละวัน ที่มีการเปิดให้บริการด้านการท่องเที่ยว หรือให้ประโยชน์อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับเขตการจัดการพื้นที่ (Zoning) ตามหลักเกณฑ์ของแผนการบริหารจัดการพื้นที่อุทยานแห่งชาติเป็นสำคัญ รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวถ้ำส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ET) การท่องเที่ยวธรรมชาติทั่วไป (NT) ซึ่งเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่พบเห็นเป็นส่วนใหญ่ในอุทยานชาตินั้นคือนักท่องเที่ยวมุ่งหวังที่จะแสวงหาความเพลิดเพลินและพักผ่อนกับธรรมชาติ การได้สัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติและได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ ตลอดจนโอกาสที่จะได้ประกอบกิจกรรมที่ส่งผลด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและและการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นและพื้นที่อนุรักษ์

มีการควบคุมและมีมาตรการจัดการลดผลกระทบจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ของนักท่องเที่ยว ที่มีความเชื่อแบบผิดๆ เพื่อมิให้นำเศษไม้ เศษวัสดุไปค้ำยันตามผนังถ้ำ หรือการขนย้ายหินเพื่อนำไป ก่อเจดีย์ รวมทั้งการขีดเขียน ทำลายผนังถ้ำในจุดต่างๆ ภายในถ้ำ โดยการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และลดพฤติกรรมคล้ายๆ กัน ที่เป็นการทำลายสภาพสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติของถ้ำ รวมถึงการจัดการของเสีย ขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล วัสดุสิ่งของที่ไม่พึงประสงค์และน้ำทิ้ง จากกิจกรรมการใช้ประโยชน์ให้ถูกหลัก สุขาภิบาล และไม่ก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่พื้นที่ระบบนิเวศและชุมชนโดยรอบ ซึ่งการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับได้ ด้านกายภาพ (Physical CC) โดยจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการป้องกันและลดผลกระทบในทางลบต่อทรัพยากรถ้ำ มีความ สอดคล้องกับมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมระหว่างบุคคล (Social Distancing) ในแต่ละพื้นที่ได้อย่างปลอดภัยตามหลักการสากล ของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)

กิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการ เพื่อรักษาความยั่งยืนของระบบนิเวศ จากผลการจำแนกเขตช่วงชั้นโอกาส ด้านนันทนาการ (ROS) ของถ้ำ ทั้ง 10 แห่ง ควรดำเนินการตามแนวทางของดร.ชรี เอมพันธุ์ และคณะ (2547) ในแต่ละเขต ดังนี้

1. เขตธรรมชาติกึ่งสันโดษไม่ใช้ยานยนต์ (SPNM) เป็นเขตที่มีการเข้าถึงโดยจัดทำเส้นทางเดินเท้า หรือเส้นทางให้มีขนาดเล็กและกลมกลืนกับธรรมชาติ มีการบำรุงรักษาเพื่อให้สามารถสังเกตเห็นเส้นทางได้ ห้ามใช้พาหนะและอุปกรณ์ท่องเที่ยวที่ใช้ เครื่องยนต์ทุกชนิด นักท่องเที่ยวต้องมียกขะในการท่องเที่ยวในป่า มีความพร้อม และการเตรียมตัวล่วงหน้า สิ่งอำนวยความสะดวก มี เฉพาะป้ายบอกทางเท่าที่จำเป็น เพื่อป้องกันอันตรายแก่นักท่องเที่ยว หรือป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร ต้องมีขนาดเล็กกลมกลืน กับธรรมชาติ ใช้วัสดุในพื้นที่หรือวัสดุเลียนแบบธรรมชาติ มีความกลมกลืนอย่างมาก เน้นการท่องเที่ยวอย่างรักษาระบบนิเวศ, การ ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว และเน้นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีคุณภาพ ประมาณ 3-5 กลุ่มต่อวัน กลุ่มละไม่เกิน 5-10 คน (ขึ้นกับ ความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยว) การสื่อความหมายควรใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถนำติดตัวไปได้ และ/หรือ เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ ท้องถิ่นนำเที่ยว

2. เขตธรรมชาติกึ่งสันโดษใช้ยานยนต์ (SPM) การเข้าถึงได้สะดวกโดยรถยนต์ 4 ล้อ มีการจัดเส้นทางเดินเท้าที่มีขนาดและ พื้นผิวที่คงทน สามารถรองรับปริมาณการใช้ประโยชน์ของคน มีขนาดเล็กและกลมกลืนกับธรรมชาติ มีการบำรุงรักษาเส้นทางเพื่อให้ สามารถสังเกตเห็นได้ และรองรับการใช้ประโยชน์ได้ตลอดเวลา, มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพพื้นที่และความยากของเส้นทางแก่นัก ท่องเที่ยวล่วงหน้า, สิ่งอำนวยความสะดวก มีทั้งป้ายบอกทางเท่าที่จำเป็นเพื่อป้องกันอันตรายแก่นักท่องเที่ยว ป้องกันผลกระทบต่อ ทรัพยากรท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการประกอบกิจกรรมในเขตท่องเที่ยว มีขนาดเล็กและกลมกลืนกับ ธรรมชาติ ใช้วัสดุเลียนแบบธรรมชาติ, ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้แออัด และเกิดความสับสนวุ่นวาย จำนวนคนขึ้นกับความ เหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยว, การสื่อความหมายใช้ได้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ หรือ เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยวหรือป้ายสื่อความหมาย

3. เขตกึ่งพัฒนา (SD) เน้นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั่วไป รวมไปถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเข้าถึงโดย รถยนต์ 4 ล้อ หรือรถบัสทัศนจรเข้าถึงได้สะดวก และค่อนข้างรวดเร็ว มีการจัดการระบบถนน จัดเส้นทางเดินเท้า หรือจักรยาน ที่มีขนาด และ พื้นผิวที่คงทนสามารถรองรับปริมาณการใช้ประโยชน์ของคนจำนวนมาก, มีสิ่งอำนวยความสะดวกเกือบทุกรูปแบบที่สามารถจัดให้มีได้ ในพื้นที่ใกล้เคียงเมืองใหญ่ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายกาแฟ ของที่ระลึก ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวก ออกแบบให้น่าสนใจ มีความทันสมัย (modern) หรืออาจเลียนแบบธรรมชาติหรือสถาปัตยกรรมท้องถิ่น สำหรับรองรับการใช้ ประโยชน์จากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก มีการจัดการขยะ และระบบบำบัดของเสีย อย่างถูกสุขลักษณะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม, ส่วนใหญ่ เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่อิงธรรมชาติ เช่น การเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และประเพณี เป็นต้น, มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและ การรักษากฎหมายสำหรับคนหมู่มาก และการสื่อความหมายมีได้ทุกประเภท

4. เขตพัฒนามาก (D) เน้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์, การป้องกัน ผลกระทบจากการท่องเที่ยวกระทำได้ ทุกรูปแบบ, การเข้าถึง: รวดเร็ว มีถนน และระบบจราจรที่เอื้อให้เกิดความสะดวก สามารถรองรับปริมาณการใช้ประโยชน์ของคน จำนวนมาก พาหนะทุกรูปแบบ แต่เน้นการขนส่งมวลชน เช่น รถประจำทาง รถรางฯ เพื่อความสะดวก และรวดเร็วในการเดินทาง กิจกรรมหรือการบริการพึ่งพาเทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นส่วนใหญ่, มีสิ่งอำนวยความสะดวกเกือบทุกรูปแบบ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายกาแฟ ของที่ระลึก ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกออกแบบให้น่าสนใจ มีความ ทันสมัย (modern) หรืออาจเลียนแบบธรรมชาติหรือสถาปัตยกรรมท้องถิ่น สำหรับรองรับการใช้ประโยชน์จากนักท่องเที่ยวจำนวน มาก มีการจัดการขยะและระบบบำบัดของเสีย อย่างถูกสุขลักษณะ, มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และการรักษากฎหมายสำหรับ คนหมู่มาก และการสื่อความหมาย มีได้ทุกประเภท

สำหรับผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ ซึ่งพบถ้ำที่มีมาตรฐาน ระดับดีเยี่ยม (★★★★★), ระดับดีมาก (★★★★), ระดับดี (★★★), และระดับปานกลาง (★★) นั้น ตามกรอบแนวคิดของกรมการท่องเที่ยว (2557) กล่าวว่า ถ้ำที่ผ่านการประเมิน เป็นถ้ำที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำได้ต่อไปจากปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วน ช่วยเสริมแหล่งธรรมชาติประเภทถ้ำให้มีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ส่งผลให้เกิดการทำลายสภาพธรรมชาติ

ของถ้า มีความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลถ้า การจัดการด้านการใช้ประโยชน์โดยมีคุณค่าที่เกิดขึ้นจากหลายปัจจัย ทั้งในด้านกายภาพ ชีวภาพ และด้านศิลปวัฒนธรรม รวมถึงองค์ประกอบต่างๆ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ามีรูปแบบกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมกับพื้นที่ และเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาได้เสนอแนะ แนวทางการบริหารจัดการกิจกรรมนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้า โดยการพัฒนาพื้นที่จะต้องคำนึงถึงเขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (ROS) และขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ (PCC) และควรสอดคล้องกับเขตการจัดการพื้นที่ (Zoning) ตามแผนการบริหารจัดการพื้นที่อุทยานแห่งชาติสำหรับด้านการท่องเที่ยวขึ้น หากทุกคนมีความรับผิดชอบและปฏิบัติตามแนวทางและมาตรการ ตามหลักการสากลของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยคำนึงถึงมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อการท่องเที่ยว ตามที่ทางราชการกำหนด ก็จะสามารถท่องเที่ยวในแหล่งนันทนาการประเภทถ้าและภูมิประเทศเขาหินปูน รวมถึงแหล่งนันทนาการประเภทต่างๆ ในอุทยานแห่งชาติได้อย่างปลอดภัยและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมนันทนาการของแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้า จะต้องคำนึงถึงเขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ และขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ และควรสอดคล้องกับเขตการจัดการพื้นที่ (Zoning) ตามแผนการบริหารจัดการพื้นที่อุทยานแห่งชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรดำเนินโครงการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับถ้าและระบบนิเวศเขาหินปูนเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการ รวมถึงการใช้ประโยชน์รูปแบบอื่นๆ ตลอดจนทำการศึกษาวิจัยในแหล่งถ้าและระบบนิเวศอื่นๆ ทั้งที่ตั้งอยู่บนบกในอ่างเก็บน้ำหรือในทะเลให้ครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกเขตพื้นที่ป่าอนุรักษ์ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
2. ควรดำเนินโครงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับถ้าในประเทศไทยเพิ่มเติม ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ การฟื้นฟูและการอนุรักษ์ เพื่อรวบรวมทุนทางธรรมชาติ ในหลากหลายองค์ประกอบและหลากหลายมิติ เป็นฐานข้อมูลทางวิชาการ เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้า**. สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- คมเชษฐา จรุงพันธ์, เรืองยศ ปลื้มใจ, ทรงธรรม สุขสว่าง, สรรเสริญ ทองสมนึก, ชุตินา พงศ์พัชรพันธุ์ และสุภัทรา ทองเพชร. (2554). **การจำแนกช่วงชั้นโอกาสทางด้านนันทนาการในกลุ่มป่าคลองแสง – เขาสก**. รายงานการวิจัยอุทยานแห่งชาติ ปีที่ 8 ฉบับที่ 3. ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. กรุงเทพฯ.
- ดรรชนี เอมพันธ์. (2546). **ระบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. ในเอกสารประกอบการสอน วิชา308424 การวางแผนจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดรรชนี เอมพันธ์. (2547). **การจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ**. ในเอกสารประกอบการสอนรายวิชา 308511 หลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดรรชนี เอมพันธ์, สุทัศน์ วรรณเลิศ และเรณูภา รัชโน.(2547). **คู่มือการจำแนกเขตท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยหลักการช่วงชั้นโอกาสทางด้านนันทนาการ (Recreation Opportunity Spectrum, ROS)**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ดรรชนี เอมพันธ์, เรณูภา รัชโน, อำนาจ รักษาพล, มยุรี นาสา และ จุฬารัตน์ ขาวคม. (2549). **ข้อมูลการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดเชียงใหม่ ในรายงานฉบับสุดท้าย สารสำคัญประกอบแผนแม่บทเพื่อพัฒนาโครงการการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดเชียงใหม่**. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์, วันชัย อรุณประภารัตน์, นันทชัย พงศ์พัฒนานุรักษ์, รติกร น่วมภักดี และธีรพงษ์ ชุมแสงศรี. (2549). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (เล่มที่ 1) โครงการ “ระบบสนับสนุนการวางแผนการจัดการแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ระยะที่ 1”**. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิลลสิทธิ์ หทรายกูร. (2537). **พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม: ฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด The Satisfaction of Students with the Use of the Cafeteria Service of Roi Et Rajabhat University

รุ่งอรุณ ชัยศิริรัตน์¹

E-mail: Roongaroon.baac@reru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 380 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยการคำนวณหาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาที่ใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 21 ปี รองลงมาคือ อายุ 20 และ 22 ปี เรียนอยู่ชั้นปีที่ 2 และ 3 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 4 และ สังกัดคณะครุศาสตร์ รองลงมา คือ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี เมื่อจำแนกความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านคุณภาพการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ รสชาติของอาหารโดยรวมมีความอร่อย กลมกล่อม รองลงมา คือ รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายชนิด และเครื่องปรุงรสมีเพียงพอ สะอาด และถูกสุขอนามัย 2) ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้นในการบริการ รองลงมา คือ พ่อค้าแม่ค้าบริการด้วยความรวดเร็ว และถูกต้องตาม ที่ลูกค้าต้องการ และพ่อค้าแม่ค้ามักจะเพิ่มอาหาร หรือเครื่องดื่มให้ลูกค้าในปริมาณที่มากกว่าปกติเสมอ 3) ด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาของอาหารเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ รองลงมา คือ อาหารและเครื่องดื่มมีหลายราคาให้ลูกค้าได้เลือกรับบริการ และราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ 4) ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ โรงอาหารและพื้นที่ทางเดินภายในโรงอาหาร มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ รองลงมา คือ มีความเพียงพอของโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหาร การจัดสถานที่นั่งไม่แออัดจนเกินไป และบริเวณที่ล้างจานเป็นสัดส่วน และถูกสุขอนามัย 5) ด้าน การส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ รับผิดชอบต่ออาหารและเครื่องดื่มทั้งภายในและภายนอกสถานที่เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น รองลงมา คือ มีบริการอาหารตามฤดูกาล เพื่อส่งเสริมการขาย และมีการประชาสัมพันธ์แนะนำรายการอาหารใหม่ๆ อยู่เสมอ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การใช้บริการ โรงอาหาร

Abstract

The purpose of this research was to survey students' satisfaction with cafeteria service. Roi Et Rajabhat University. The sample was 380 students of Roi Et Rajabhat University. The questionnaire was used as a tool for collecting data. Statistical data were analyzed by calculating frequency, percentage, mean and standard deviation. The results of the study revealed that students who came to use the cafeteria service at Roi Et Rajabhat University Most of them were more female than male, aged 21 years, followed by 20 and 22 years old, studying in the 2nd and 3rd year, followed by the 4th year and belonging to the Faculty of Education, followed by the Faculty of Business Administration and Accountancy. When categorizing the students' satisfaction with the use of cafeteria services Roi Et Rajabhat University by side found that: 1) Quality and service satisfaction at a high level when considering each item, the averages were sorted from least to greatest. The first three were as follows: the overall taste of the food was delicious, and mellow, followed by a variety of food items to choose from. And the condiments are adequate, clean, and hygienic. 2) Seller's service was satisfied at a high level when considering each item, The first three were as follows: sellers have good human relations. With enthusiasm in service, followed by vendors who provide quick service and correct those customers' wants and vendors always

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาวัฒนธรรมการบริการและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

add food or drinks to customers in larger quantities than usual. 3) In terms of price, satisfied in terms of price is at a moderate level. When considering each item, the first three were as follows: the price of food is appropriate for the quantity and quality, followed by the food and beverages with many prices for customers to choose to receive services. And the price of the drink is suitable for the quantity and quality. 4) Location and environment, satisfied at a high level When considering each item, The first three were as follows: canteen and walkway in the cafeteria. There is regular cleaning, followed by the availability of tables and chairs for dining. The seating arrangement is not too crowded. And the dishwashing area is proportional and hygienic. 5) Marketing promotion, satisfied moderate When considering each item, The first three were as follows: serving food and beverages both inside and outside the premises to make the shop more popular, followed by seasonal food service for promotional purposes. And there is always publicity to introduce new food items.

Keywords: satisfaction, service usage, cafeteria

ความเป็นมาของปัญหา

งานบริการเป็นงานที่สร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการ พนักงานบริการทุกคนจะต้องให้ความสำคัญและมีความรับผิดชอบในการบริการ เพราะพนักงานบริการคือหน้าตาของร้าน การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพต้องอาศัยทัศนคติที่ดี การบริการที่แสดงออกถึงความพร้อมของการบริการ มีความสุภาพ อ่อนโยน มีไมตรีจิตที่ดี เพื่อจะสามารถชนะใจลูกค้าที่มาใช้บริการ การบริการสามารถกระทำได้ตั้งแต่ลูกค้าก้าวเข้ามาถึงร้าน จนกระทั่งลูกค้าเดินออกจากร้าน การให้บริการที่ดีจะเป็นเสมือนเครื่องมือช่วยให้ผู้มารับบริการเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งมีผลต่อการใช้บริการในอนาคตต่อไป (ประพัทธ์ ศิริวงศ์รังสรรค์, 2558)

สำหรับการบริการอาหาร ถือเป็นเรื่องสำคัญในงานบริการอย่างหนึ่ง เป็นการบริการที่ผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารภายในสถานที่ให้บริการนั้นๆ หรือนำไปรับประทานที่อื่น อาหารที่ให้บริการอาจเป็นชนิดเดียว หรือหลายชนิด เช่น บริการเฉพาะอาหารว่าง หรืออาหารคาว หวาน ขนม เครื่องดื่ม อาหารจึงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งการบริโภคอาหารเพื่อให้ร่างกายเจริญเติบโตและสามารถดำรงชีวิตอยู่โดยปกติสุข ในการบริโภคอาหารสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณา คือ ความสะอาด ความปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรคและสารเคมีต่างๆ ที่เป็นอันตรายหรืออาจเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย สุขภาพ อนามัยและการดำรงชีวิตของผู้บริโภค การบริโภคที่ถูกหลักสุขาภิบาลอาหารจึงไม่หมายความว่าแค่บริโภคเข้าไปแล้วไม่ก่อให้เกิดโรคหรือโทษในระยะเวลานั้นๆ เท่านั้น ยังหมายถึงจะต้องไม่มีพิษภัย ที่เป็นโทษหรือก่อให้เกิดโรคในระยะยาวหรือในอนาคตอีกด้วย การจัดการและการควบคุมอาหารให้สะอาดทำได้โดยการจัดการและการควบคุมปัจจัยที่เป็นสาเหตุทำให้อาหารสกปรก รวมไปถึง สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโรงอาหารต้องสะอาดและถูกสุขลักษณะ โต๊ะและอุปกรณ์ต่างๆ ต้องอยู่ในสภาพดีและปลอดภัย (ฐนกร เขียวสง่า และ คณะ, 2558)

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดมีจุดบริการอาหารจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารภายนอกมหาวิทยาลัย และร้านอาหารที่อยู่ภายในโรงอาหารของมหาวิทยาลัย สำหรับการให้บริการของโรงอาหารภายในมหาวิทยาลัยนั้น มีผู้ใช้บริการทั้งนักศึกษา อาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัย รวมถึงบุคคลภายนอก ซึ่งการบริการด้านอาหารต้องใส่ใจเรื่องสุขอนามัย ความสะอาด ทั้งสถานที่ปรุงอาหาร การจัดเก็บวัตถุดิบ ภาชนะต่างๆ รวมไปถึงความสดใหม่ของอาหาร และการให้บริการที่ดีของร้านแต่ละร้าน เป็นต้น ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2562 โรงอาหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างอาคารของโรงอาหารขึ้นใหม่แทนอาคารหลังเก่าที่มีความทรุดโทรมและคับแคบ ซึ่งเป็นการปรับปรุงตามนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินการ เพื่อให้สามารถรองรับจำนวนพ่อค้าแม่ค้าและผู้มารับบริการได้มากขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด” เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนางานบริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด (ชาย 1,428 คน หญิง 3,085 คน) = 4,512 คน ข้อมูล ณ วันที่ 6 สิงหาคม 2564 (ฝ่ายทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 2564)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของการคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (ฮานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) เมื่อคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 380 คน ที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะของคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ จำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชนิดเลือกรายการ โดยตัวแปรด้านข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี และสังกัด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตราวัดใช้มาตรา 5 ระดับ สอบถามเกี่ยวกับข้อมูล ด้านคุณภาพและการบริการ ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการให้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม มีดังต่อไปนี้

1) ศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม

2) กำหนดโครงสร้างรูปแบบคำถามและเขียนแบบสอบถามฉบับร่างโดยให้ครอบคลุมกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

3) ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) แล้วนำมาวิเคราะห์ปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม โดยแบบสอบถามชุดนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00

4) นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ คือ นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

5) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) (มนสิข สิทธิสมบูรณ์, 2550) โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามและนำไปทดสอบกับประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 30 ฉบับ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.96

6) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

4.1 แหล่งข้อมูลได้มาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม คือ การแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มคนในพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยแจกแบบสอบถามให้กับประชาชน จำนวน 380 คน

4.2 แหล่งข้อมูลได้มาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาเอกสาร หนังสือ วารสาร บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย แนวคิดที่ได้มาจากเอกสารอ้างอิงแหล่งต่างๆ ข้อมูลจากฐานข้อมูลเทศบาลตำบลภูศร และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

4.3 ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์

4.4 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการแปรผล มาอธิบายให้เห็นถึงความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยหรือค่ามัธยฐานเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) (ฮานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) การวิเคราะห์ครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอน คือ 1. ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้กลับมาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และ

ตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถาม 2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แล้วบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป โดยกำหนดระดับลักษณะการตอบคำถามแบบมาตรวัด Likert Scale ทั้งหมด 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

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

การหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาตามเกณฑ์ในการประเมินด้วยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (ธำนิษฐ์ ศิลป์จารุ, 2563) ดังนี้

$$\text{ช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ซึ่งแทนค่าได้เท่ากับ} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด

5.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถาม เพื่อสรุปประเด็นความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	120	31.60
1.2 หญิง	260	68.40
รวม	380	100.00
2. อายุ		
1.1 19 ปี	80	21.10
1.2 20 ปี	94	24.70
1.3 21 ปี	112	29.50
1.4 22 ปีขึ้นไป	93	24.50
รวม	380	100.00
3. ชั้นปี		
1.1 ชั้นปีที่ 1	70	18.40
1.2 ชั้นปีที่ 2	105	27.60
1.3 ชั้นปีที่ 3	105	27.60
1.4 ชั้นปีที่ 4	100	26.30
รวม	380	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. สังกัด		
1.1 คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี	80	21.10
1.2 คณะนิติรัฐศาสตร์	57	15.00
1.3 คณะครุศาสตร์	86	22.60
1.4 คณะพยาบาลศาสตร์	47	12.40
1.5 คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	60	15.80
1.6 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	50	13.20
รวม	380	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาที่ใช้บริการร้านอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.40 มีอายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา คือ อายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.70 และอายุ 22 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษา ชั้นปีที่ 2 และ 3 คิดเป็นร้อยละ 27.60 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 26.30 และชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 18.40 สังกัดคณะครุศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 22.60 รองลงมา คือ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี คิดเป็นร้อยละ 21.10 และคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 15.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการร้านอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยรวมและเป็นรายด้าน

ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้บริการร้านอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านคุณภาพและการบริการ	3.81	0.59	มาก
1.1 รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายชนิด	3.83	0.68	มาก
1.2 รสชาติของอาหารโดยรวมมีความอร่อยกลมกล่อม	3.87	0.66	มาก
1.6 เครื่องปรุงรสมีเพียงพอ สะอาด และถูกสุขอนามัย	3.82	0.70	มาก
2. ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ	3.91	0.59	มาก
2.3 พ่อค้าแม่ค้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้นในการบริการ	3.95	0.67	มาก
2.4 พ่อค้าแม่ค้าบริการด้วยความรวดเร็ว และถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการ	3.93	0.67	มาก
2.6 พ่อค้าแม่ค้ามักจะเพิ่มอาหาร หรือเครื่องดื่มให้ลูกค้าในปริมาณที่มากกว่าปกติเสมอ	3.93	0.64	มาก
3. ด้านราคา	3.33	0.66	ปานกลาง
3.1 ราคาของอาหารเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	3.43	0.62	มาก
3.2 ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	3.38	0.72	ปานกลาง
3.4 อาหารและเครื่องดื่มมีหลายราคาให้ลูกค้าได้เลือกรับบริการ	3.40	0.71	ปานกลาง
4. ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	3.76	0.67	มาก
4.1 โรงอาหารและพื้นที่ทางเดินภายในโรงอาหารมีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ	3.83	0.70	มาก
4.2 มีความเพียงพอของโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหาร การจัดสถานที่นั่งไม่แออัดจนเกินไป	3.78	0.75	มาก
4.9 บริเวณที่ล้างจานเป็นสัดส่วน และถูกสุขอนามัย	3.77	0.74	มาก
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.82	0.71	ปานกลาง
5.2 มีการประชาสัมพันธ์แนะนำรายการอาหารใหม่ๆ อยู่เสมอ	2.81	0.73	ปานกลาง
5.3 มีบริการอาหารตามฤดูกาลเพื่อส่งเสริมการขาย	2.82	0.75	ปานกลาง
5.4 รับให้บริการอาหารและเครื่องดื่มทั้งภายในและภายนอกสถานที่เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น	2.87	0.80	ปานกลาง
โดยรวม	3.53	0.55	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D.= 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านคุณภาพและการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D.= 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ รสชาติของอาหารโดยรวมมีความอร่อย กลมกล่อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 0.66) รองลงมา คือ รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายชนิด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.8$, S.D.= 0.68) และเครื่องปรุงรสมีเพียงพอ สะอาด และถูกสุขอนามัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D.= 0.70)

ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D.= 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ พ่อค้าแม่ค้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้นในการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D.= 0.67) รองลงมา คือ พ่อค้าแม่ค้าบริการด้วยความรวดเร็ว และถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการ ($\bar{X} = 3.93$, S.D.= 0.67) และพ่อค้าแม่ค้ามักจะเพิ่มอาหาร หรือ เครื่องดื่มให้ลูกค้าในปริมาณที่มากกว่าปกติเสมอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D.= 0.64)

ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D.= 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ราคาของอาหารเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D.= 0.62) รองลงมา คือ อาหารและเครื่องดื่มมีหลายราคาให้ลูกค้าได้เลือกรับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D.= 0.71) และราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D.= 0.72)

ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D.= 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ โรงอาหารและพื้นที่ทางเดินภายในโรงอาหาร มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D.= 0.70) รองลงมา คือ มีความเพียงพอของโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหาร การจัดสถานที่นั่งไม่แออัดจนเกินไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D.= 0.75) และบริเวณที่ล้างจานเป็นสัดส่วน และถูกสุขอนามัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D.= 0.74)

ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$, S.D.= 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ รับผิดชอบต่ออาหารและเครื่องดื่มทั้งภายในและภายนอกสถานที่เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$, S.D.= 0.80) รองลงมา คือ มีบริการอาหารตามฤดูกาลเพื่อส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$, S.D.= 0.75) และมีการประชาสัมพันธ์แนะนำรายการอาหารใหม่ๆ อยู่เสมอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$, S.D.= 0.73)

อภิปรายผล

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดรายด้าน ดังนี้ ด้านคุณภาพและการบริการ นักศึกษามีความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ รสชาติของอาหาร โดยรวมมีความอร่อย กลมกล่อม รองลงมา คือ รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายชนิด และเครื่องปรุงรสมีเพียงพอ สะอาด และถูกสุขอนามัย ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญฤทัย นันเขียว, ปริญญา เพ็ชรรัตน์, ญัฐฐา ม่วงฤทธิ์เดช, วรวิมล สุวะคำ, เสรี แสงอุทัย และวีระศักดิ์ แก้วทรัพย์ (2564) ได้ศึกษา การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนในการใช้บริการโรงอาหารโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนในการใช้บริการโรงอาหาร 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพและการบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านความสะอาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านภาชนะและอุปกรณ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และด้านผู้ให้บริการในส่วนที่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ผลการเปรียบเทียบ เพศ และระดับการศึกษา พบว่า นักเรียนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และนักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้นในการบริการ รองลงมา คือ พ่อค้าแม่ค้าบริการด้วยความรวดเร็ว และถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการ และพ่อค้าแม่ค้ามักจะเพิ่มอาหารหรือเครื่องดื่มให้ลูกค้าในปริมาณที่มากกว่าปกติเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับยุพิน เกิดป้อม (2563) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหารมีทั้งหมด 7 ข้อ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยของ ความคิดเห็น/พึงพอใจมากที่สุด คือข้อที่ 1 แสดงกิจกรรมรายสัปดาห์และอ่อนโยน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของ ความคิดเห็น/พึงพอใจ

น้อยที่สุด คือข้อที่ 7 ปริมาณร้านอาหารเพียงพอในแต่ละรอบพักของนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และสอดคล้องกับ น้ำลีน เทียมแก้ว (2561) ได้ศึกษา การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ และมีบุคลิกภาพ กิริยามารยาทและการสื่อสารที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ บุคลากรให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และบุคลากรมีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ

ด้านราคา นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาของอาหารเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ รองลงมา คือ อาหารและเครื่องดื่มมีหลายราคาให้เลือกใช้บริการ และราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ บริภัทร กุณทลบุตร (2562) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหารในเครือเซ็นทรัลกรุ๊ป ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารประเภทร้านอาหารของเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานครที่ร้อยละ 74.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่ไม่สอดคล้องกับ วรางคณา เรียนสุทธิ และลลนา อิลพัฒน์ (2561) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของนิสิตต่อการบริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง พบว่า ความพึงพอใจต่อการบริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง อยู่ในระดับปานกลาง นิสิตที่มีชั้นปีและคณะที่ศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยนิสิตชั้นปีที่ 1 และนิสิตชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจสูงกว่านิสิตชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 และนิสิตคณะวิทยาศาสตร์มีความพึงพอใจต่ำที่สุด แต่นิสิตที่มีเพศและความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงอาหารแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สำหรับสาเหตุที่นิสิตไม่เข้าใช้บริการโรงอาหาร คือ ไม่มีความหลากหลายของอาหาร เครื่องดื่ม ไม่พึงพอใจในรสชาติของอาหาร เครื่องดื่ม ไม่พึงพอใจในความสะอาดของอาหาร

ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ โรงอาหารและพื้นที่ทางเดินภายในโรงอาหาร มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ รองลงมา คือ มีความเพียงพอของโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหาร การจัดสถานที่นั่งไม่แออัดจนเกินไป และบริเวณที่ล้างจานเป็นสัดส่วน และถูกสุขอนามัย ซึ่งสอดคล้องกับ บริภัทร กุณทลบุตร (2562) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหารในเครือเซ็นทรัลกรุ๊ป ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารประเภทร้านอาหารของเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานครที่ร้อยละ 74.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับ น้ำลีน เทียมแก้ว (2561) ได้ศึกษา การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมสะอาดเป็นระเบียบเอื้อต่อการเรียนรู้ รองลงมา ได้แก่ มีแผ่นป้ายบอกประเภทสิ่งพิมพ์ และที่นั่งอ่านจัดไว้อย่างเป็นระเบียบ เพียงพอ และพร้อมให้บริการ แต่ไม่สอดคล้องกับ วรางคณา เรียนสุทธิ และลลนา อิลพัฒน์ (2561) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของนิสิตต่อการบริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง พบว่า ความพึงพอใจต่อการบริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง อยู่ในระดับปานกลาง นิสิตที่มีชั้นปีและคณะที่ศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยนิสิตชั้นปีที่ 1 และนิสิตชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจสูงกว่านิสิตชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 และนิสิตคณะวิทยาศาสตร์มีความพึงพอใจต่ำที่สุด แต่นิสิตที่มีเพศและความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงอาหารแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สำหรับสาเหตุที่นิสิตไม่เข้าใช้บริการโรงอาหาร คือ ไม่มีความหลากหลายของอาหาร เครื่องดื่ม ไม่พึงพอใจในรสชาติของอาหาร เครื่องดื่ม ไม่พึงพอใจในความสะอาดของอาหาร

ด้านการส่งเสริมการตลาด นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ รับประทานอาหารและเครื่องดื่มทั้งภายในและภายนอกสถานที่เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น รองลงมา คือ มีบริการอาหารตามฤดูกาลเพื่อส่งเสริมการขาย และมีการประชาสัมพันธ์แนะนำรายการอาหารใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ บริภัทร กุณทลบุตร (2562) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหารในเครือเซ็นทรัลกรุ๊ป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ที่ 10,001 - 20,000 บาท เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับจากการศึกษาความพึงพอใจต่อร้านอาหารประเภทร้านอาหารของกลุ่มเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก

และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกกลุ่มประเภทร้านอาหารของเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานครที่ร้อยละ 74.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับ พิชญ์ยุกต์ สุภาภทรานนท์ (2561) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ น้ำลิน เทียมแก้ว (2561) ได้ศึกษา การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ สำนักวิทยบริการให้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ได้อย่างครบถ้วน รองลงมา ได้แก่ สำนักวิทยบริการมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมบริการใหม่

สรุปผลการวิจัย

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการร้านอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ด้านคุณภาพและการบริการ ได้แก่ รสชาติของอาหารโดยรวมมีความอร่อย กลมกล่อม รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายชนิด และเครื่องปรุงรสมีเพียงพอ สะอาด และถูกสุขอนามัย ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้นในการบริการ บริการด้วยความรวดเร็ว และถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงพ่อค้าแม่ค้ามักจะเพิ่มอาหารหรือเครื่องดื่มให้ลูกค้าในปริมาณที่มากกว่าปกติเสมอ ด้านราคา ได้แก่ ราคาของอาหารเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ อาหารและเครื่องดื่มมีหลายราคาให้ลูกค้าได้เลือกรับบริการ และราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โรงอาหารและพื้นที่ทางเดินภายในโรงอาหาร มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ มีความเพียงพอของโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหาร การจัดสถานที่นั่งไม่แออัดจนเกินไป และบริเวณที่ล้างจานเป็นสัดส่วน และถูกสุขอนามัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ รับประทานอาหารและเครื่องดื่มทั้งภายในและภายนอกสถานที่เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีบริการอาหารตามฤดูกาลเพื่อส่งเสริมการขาย และมีการประชาสัมพันธ์แนะนำรายการอาหารใหม่ๆ อยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ควรมีมาตรการควบคุมคุณภาพและการบริการของโรงอาหารอย่างชัดเจนและใช้เป็นแนวปฏิบัติเดียวกัน
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ควรจัดทำป้ายประกาศเกี่ยวกับมาตรการด้านสุขอนามัย และการดูแลป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ติดตั้งบริเวณหน้าทางเข้าโรงอาหาร
3. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ควรดูแลด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการดูแลทำความสะอาดห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มการตกแต่งภูมิทัศน์บริเวณโรงอาหารให้สวยงาม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ต่อการใช้บริการโรงอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
2. ควรศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของบุคลากรและนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญฤทัย นันเขียว, ปริญญา เพ็ชรรัตน์, ณัฏฐา ม่วงฤทธิ์เดช, วรุตติ ธวัชคำ, เสรี แสงอุทัย และ วีระศักดิ์ แก้วทรัพย์. (2564). การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนในการใช้บริการโรงอาหารโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. **วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์**, 2564(2), 57 - 64.
- ฐนกร เขียวสง่า และคณะ. (2558). ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. **การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร**, 508 - 515.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561). การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560. สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บริภัทร กุณทลบุตร. (2562). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหารในเครือเซ็นทรัลกรุ๊ป. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประพัชร ศิริวงศ์รังสรรค์. (2558). การบริการอาหารและเครื่องดื่ม. <<http://narairestaurantservice.blogspot.com/>>
- ฝ่ายทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. (2564). จำนวนนักศึกษาในภาคการศึกษา ต้น ปีการศึกษา 2564. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. ร้อยเอ็ด.
- พิชญ์ยุกต์ สุภาภักทรานนท์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มนสิข สิริสมบุญ. (2550). ระเบียบวิธีวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 8). พิษณุโลก: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ยุพิน เกิดป้อม. (2563). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา.
- วรางคณา เรือนสุทธิ และลลนา อิลพัฒน์. (2561). ความพึงพอใจของนิสิตต่อการบริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**, 13(2), 263 - 274.

แนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาการท่องเที่ยวในท้องที่ เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Guidelines for Upgrading Food Service for Promote Tourism A Case Study of Local in Nyol District Luangprabang Province Lao People's Democratic Republic

วาบอ ท่อมะนิวง¹ เกรียงศักดิ์ สร้อยสุวรรณ² พรหมพงษ์ มหพรพงษ์³

E-mail:sm647336109@lru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยว เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว 2) นำเสนอแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่ เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การศึกษาเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายคือ เจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านอาหารในเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง ตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 11 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสนทนากลุ่ม และแบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ใน 7 ด้านที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปเนื้อหา การศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยว หรือผู้มาใช้บริการในสถานประกอบการ 2 แห่งได้แก่ ร้านอาหาร ซี ที และ ร้านอาหารแคมอูว์ โดยใช้ระยะเวลาภายใน 7 วัน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ใน 2 ด้าน สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการการบริการด้านอาหาร พบว่า 1) สภาพปัญหา พบว่า ยังไม่มีข้อกำหนด หรือมาตรฐานการบริการด้านอาหารที่ชัดเจน ผู้ประกอบการและพนักงานยังขาดความรู้พื้นฐาน และทักษะในการบริการ ยังขาดการ ประเมินด้านสุขาภิบาล ขาดการออกแบบเมนูอาหารใหม่และเมนูอาหารพื้นถิ่น ไม่มีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน ขาดแนวคิดในการ ตกแต่งสภาพแวดล้อม ไม่มีการส่งเสริมการขาย 2) ความต้องการการบริการด้านอาหาร พบว่า ต้องการให้มีข้อกำหนดหรือมาตรฐาน มี การยกระดับหรือฝึกอบรมด้านการบริการ มีการเรียนรู้วิธีเอาตัวรอดดิบมาประยุกต์ใช้ในการทำอาหารให้ได้หลายแบบ มีส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ภายในพื้นถิ่น มีการออกแบบตกแต่งสภาพแวดล้อม มีสิ่งกระตุ้นการมาใช้บริการของลูกค้าเพื่อส่งเสริมการขาย

2. แนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว พบว่า 1) ควรสร้างข้อกำหนดหรือมาตรฐานการบริการด้านอาหารที่ชัดเจน ควรทำการยกระดับหรือฝึกอบรมด้านการบริการให้แก่ ผู้ประกอบการ และพนักงานบริการ ควรประเมินด้านสุขาภิบาลอาหารทุกๆปี ควรมีการเรียนรู้วิธีเอาตัวรอดดิบมาประยุกต์ใช้ในการ ทำอาหารให้ได้หลายแบบและออกแบบเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นถิ่น ควรมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายใน ควรมีการ ออกแบบ ตกแต่งสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมการขาย 2) ผลการประเมินการทดลอง แนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร 2 ด้าน พบว่า ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.352 ด้านสุขาภิบาล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.217

คำสำคัญ: การยกระดับการบริการด้านอาหาร การท่องเที่ยว เมืองงอย

Abstract

The purposes of this research were 1) to analyze the problem and needs for food service. For tourism in Ngoi District LuangPrabang Province, Lao PDR. 2) Propose guidelines for improving food service to promote tourism in Ngoi District LuangPrabang Province, Lao PDR, using both qualitative and quantitative research methodologies. Qualitative study the target group is tourism related officer restaurant operators in Ngoi District LuangPrabang Province 11 tourist representatives. The tools used to collect data consisted of in-depth interview group chat and a non-participatory observation in 7 areas created by the researcher. Data analysis with content analysis and content summaries. Quantitative study the sample group was tourists or people who used to use the service in two establishments, namely C T Tea and Cam u View restaurants. The period of time was 7 days.

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ที่ปรึกษา

³ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

The tool used for data collection was a questionnaire in two aspects. The statistics used for data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The research results

1. The results of the analysis of the problems and demand for food service revealed that 1) the problem state found that there were no clear requirements or standards for food service. Operators and employees still lack basic knowledge. And service skills there is still a lack of sanitation assessment. Lack of new menu design and local food menu there is no standard median price. Lack of ideas for decorating the environment no upsell. 2) The demand for food services found that there was a requirement or a standard. Service upgrades or training learned how to use raw materials in various ways of cooking. Local products are promoted. There is a design to decorate the environment. There is an incentive for customers to use the service to promote sales.

2. Guidelines for upgrading food service to promote tourism in Ngoi District LuangPrabang Province, Lao PDR, found that 1) Clear requirements or standards for food service should be established. Upgrading or training in service should be provided to operators and service staff Food sanitation should be assessed annually. They should learn how to apply raw materials in a variety of dishes and design food menus that are unique to the local area. The product should be promoted internally should have a design Decorate the environment to be beautiful along with tourism. There should be a free sale. 2) The results of the evaluation of the experimental approaches for improving food service in 2 aspects found that the service at a high level the mean was 3.63, the standard deviation was 0.352. In terms of sanitation, it was at a high level. The mean was 3.84, the standard deviation was 0.217.

Keywords: upgrade food service, tourism, Ngoi district

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก เห็นได้จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในทุกปี ซึ่งก่อให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมใหญ่ๆ หลายอุตสาหกรรม ทั้งทางด้านการว่าจ้างแรงงานหมุนเวียนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตลาดแรงงานในการท่องเที่ยวที่มีการขยายการเติบโตจากเดิมมากขึ้นหลายเท่าตัว ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สำหรับในประเทศลาวนั้น ได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมานาน ส่งผลให้การพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศลาวมีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ผลจากการพัฒนากการท่องเที่ยวปรากฏอย่างชัดเจนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เห็นได้ จากผลประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสูงขึ้น ทั้งยังเป็นตัวช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่น ดังนั้นรัฐบาลพยายามผลักดันนโยบายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและวางกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (กาญจนา สุคันธสิริกุล, 2556)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นการบริการแก่นักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ อย่างเป็นระบบครบวงจร ประกอบด้วย ธุรกิจขนส่ง สถานที่ท่องเที่ยว ไกด์ทัวร์ ที่พัก อาหาร ของที่ระลึก เทศกาลและอื่นๆ โดยใช้แรงงาน การลงทุน และความ เป็นมืออาชีพสูง โดยใช้เทคนิคที่ทันสมัย การวางแผนการตลาดอย่างเป็นระบบและการจัดองค์กร (กฎหมายการท่องเที่ยว ของ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, 2548)

ประเทศลาวก็เป็นประเทศที่มีศักยภาพที่ดีในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เช่น หลวงพระบาง มรดกโลก ซึ่งได้รับการยกย่องจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากในโลกว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้มาเยือนมากที่สุดในโลก มรดกโลก วัดภูจำปาสัก หังไหหินเชียงขวาง วัด วัฒนธรรมดั้งเดิม และวิถีชีวิตของชาวลาว น้ำตก ถ้ำ พื้นที่คุ้มครอง ภูเขา ป่าดิบ อากาศบริสุทธิ์ และอื่นๆ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ 10 ปี 2559-2568)

การท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 6 ภาคส่วนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ-สังคมของ สปป.ลาว (รายงานสถิติการท่องเที่ยว สปป.ลาว, 2564) ดังนั้น รัฐบาลสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จึงถือเอาการสร้างเงื่อนไขเพื่ออำนวยความสะดวกและปกป้องผลประโยชน์ของบุคคลและองค์กรทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ลงทุนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยว

เป็นองค์ประกอบเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อส่งเสริมการผลิตบริการ เพิ่มการส่งออกกับที่ เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ และ ปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ให้แก่ชาวลาวทุกกลุ่มชาติพันธุ์ให้ดีขึ้น ส่งเสริมการโฆษณากิจกรรม เทศกาลเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของชาติ มรดกอันล้ำค่าของชาวลาว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ (กฎหมายการท่องเที่ยว ของ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, 2548) และ กระทรวงแถลงข่าว วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว จึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของ สปป.ลาว ปี 2564-2568 เพื่อให้สอดคล้องด้วยนโยบายของรัฐบาลลาวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเกษตรกรรมสีเขียวและยั่งยืน แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของสปป.ลาว ได้ตั้งเป้าหมายไว้ 6 ประการได้แก่ 1) พัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว ให้มีความสามารถทางด้านวิชาการ รับผิดชอบต่อทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ 2) พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกบริการนักท่องเที่ยวทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ 3) สร้าง ปรับปรุง และเผยแพร่กฎหมายและข้อกำหนดหรือมาตรฐานในภาคการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเป็นระยะ 4) พัฒนาและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์และการบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน 5) ส่งเสริมและโฆษณาการท่องเที่ยวลาว ให้เข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายให้ได้ทั้งปริมาณและคุณภาพ 6) ประสานงานและร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศพัฒนา ส่งเสริม และบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ (รายงานสถิติการท่องเที่ยว สปป.ลาว, 2564)

แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้รับการรับรองให้เป็นมรดกโลกจาก UNESCO ในปี พ.ศ. 2538 นับเป็นศักยภาพและปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นแขวงที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะ เมืองงอย ก็เป็นเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เมืองงอยได้การสำรวจและเปิดตัวสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด 40 แห่ง ในนั้นมี 36 แห่งที่เปิดให้บริการแล้วเมื่อเทียบกับปี 2557 เพิ่มขึ้นจาก สถานที่ 20 แห่ง: สถานที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ 14 แห่ง สถานที่ท่องเที่ยววัฒนธรรม 7 แห่ง และสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ 15 แห่ง ทั่วเมืองมีบ้านพัก 31 แห่ง รีสอร์ท 4 แห่ง ร้านอาหาร 33 แห่ง และหน่วยบริการท่องเที่ยว 11 แห่ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยว 82,706 คน ผู้หญิง 38,250 คน ในนั้นมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 65,390 คน ผู้หญิง 32,915 คน และนักท่องเที่ยวในประเทศ 17,316 คน ผู้หญิง 5,335 คน สร้างรายได้ 48,560 ล้านกีบ (รายงานการปฏิบัติแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมของเมืองงอย ครั้งที่ 10 ปี 2558 – 2562)

อาหารจัดเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดสำหรับร่างกายนักท่องเที่ยวทุกคนจำเป็นต้องรับประทานอาหาร จึงมีการกำหนดการบริการด้านอาหารขึ้นเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งสำหรับการท่องเที่ยว หากมีลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก ย่อมทำให้มีการรับประทานอาหารมากขึ้นและย่อมทำให้มีความต้องการพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และ ทักษะความเป็นมืออาชีพเกี่ยวกับการบริการด้านอาหาร การบริการที่ดีจะมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังนั้น เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ก็เป็นเมืองหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว แต่ก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาการบริการด้านอาหารให้ได้มาตรฐาน จากการลงสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารในเมืองงอย จำนวน 22 ร้าน พบว่า การประกอบธุรกิจร้านอาหาร มีเพียงร้อยละ 4.5 ที่ผู้ประกอบการ มีระดับการศึกษา ปวช หลักสูตรการบริการด้านอาหาร มีร้อยละ 50 ที่ผู้ประกอบการ ได้ผ่านการอบรมระยะสั้นแต่ส่วนมากจะเป็นการอบรมเฉพาะด้านการทำอาหาร และ มีร้อยละ 45.5 ที่ผู้ประกอบการ ไม่ได้ผ่านการอบรมหลักสูตรการบริการด้านอาหารหรือหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพบว่าการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการดำเนินธุรกิจภายในครอบครัวที่อาศัยประสบการณ์ในการทำอาหารเป็นเวลานาน และ ใช้แรงงานจากคนในพื้นที่เพื่อสนับสนุนการจ้าง (สัมภาษณ์ 6-8 สิงหาคม 2565) และ เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาการบริการด้านอาหารให้ได้มาตรฐาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณี ศึกษาเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เพื่อจะได้นำไปใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. นำเสนอแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาการท่องเที่ยวในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 1.1 สร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว
- 1.2 สร้างประเด็นการสนทนากลุ่มเพื่อหาแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 1.3 หาแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นำเสนอหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเมืองและสถานประกอบการร้านอาหาร ในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว
- 1.4 ทดลองการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 1.5 ประเมินผลการทดลองการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว โดยการประเมินความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านอาหารในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มเป้าหมาย ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหาร และ หาแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แก่

- 2.1.1 หัวหน้าหน่วยงานการท่องเที่ยวเมืองงอย
- 2.1.2 หัวหน้าห้องการแรงงานและสวัสดิการสังคม
- 2.1.3 ตัวแทนสถานประกอบการร้านอาหาร 6 แห่ง ได้แก่ ผู้บริหารสถานประกอบการร้านอาหารซีที ร้านอาหารน้ำลิน ร้านอาหารเลอเมืองงอย ร้านอาหารพูซอง ร้านอาหารแคมอูวิ และ ผู้บริหารสถานประกอบการร้านอาหารเพือนใจ
- 2.1.4 ตัวแทนนักท่องเที่ยว 3 คน โดยมีเงื่อนไขคือ ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้พื้นฐานและทักษะการบริการด้านอาหาร และเป็นผู้ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจต่อการบริการด้านอาหาร ในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว คือ นักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการอยู่สถานประกอบการร้านอาหาร 2 แห่ง ได้แก่ ร้านอาหาร ซีที และ ร้านอาหารแคมอูวิ โดยใช้ระยะเวลาในการประเมินภายใน 1 สัปดาห์ หรือ 7 วัน มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 53 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว คือ แบบสัมภาษณ์ และ แบบสังเกต
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว คือ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการทดลองการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว คือ แบบสอบถาม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

- 4.1.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลและขอความร่วมมือจาก โรงเรียนเทคนิควิชาชีพแบบผสม น้ำบาก แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- 4.1.2 นำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการลงเก็บรวบรวมข้อมูลไปขอความอนุเคราะห์ ท่านเจ้าเมือง เมืองงอย และหัวหน้าห้องว่าการปกครองเมืองงอย เพื่อขอสัมภาษณ์และสังเกตการณ์
- 4.1.3 แจ้งทางเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองงอย ผู้ประกอบการร้านอาหาร และตัวแทนนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการไปเก็บข้อมูล พร้อมทั้งนำเครื่องมือในการเก็บข้อมูลไปให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยให้ระยะเวลาภายใน 1 สัปดาห์
- 4.1.4 นำเอาข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ และการสังเกต ทั้งหมด ตรวจสอบความถูกต้อง แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปเนื้อหา

4.2 การศึกษาแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

4.2.1 ทำหนังสือเชิญกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่ม

4.2.2 จัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) หาประเด็นเพื่อมาเป็นแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร

4.3 เอาแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นำเสนอหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเมืองและสถานประกอบการร้านอาหาร ในท้องที่เมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

4.4 นำเอาแนวทางไปทดลองใช้กับสถานประกอบการ โดยมีการดำเนินการยกระดับหรือทดลอง ตามขั้นตอนดังนี้

4.4.1 จัดประชุมเพื่อพิจารณาหัวข้อหรือด้าน และ พิจารณาสถานประกอบการที่จะนำใช้ในการทดลอง

4.4.2 ขอความร่วมมือจากแผนกอาหารของโรงเรียนเทคนิควิชาชีพแบบผสมน้ำบก แขวงหลวงพระบาง ในการสร้างคู่มือหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับการบริการด้านอาหาร ได้แก่ ด้านการบริการ และ ด้านสุขภาพ

4.4.3 ดำเนินการยกระดับหรือทดลอง โดยการจัดฝึกอบรมด้วยบรรยายเอกสาร ด้านการบริการ และ ด้านสุขภาพ ให้สถานประกอบการร้านอาหาร 2 แห่ง ได้แก่ ร้านอาหารซีที และ ร้านอาหารแคมอูวี่

4.4.5 ประเมินผลการทดลอง โดยเอาแบบสอบถามไปให้สถานประกอบการร้านอาหาร เพื่อขอความร่วมมือในการประเมินความพึงพอใจจากผู้มาใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว

4.6 รวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบประเมิน ทั้งหมด ตรวจสอบความถูกต้องเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว ผู้วิจัยนำเอาข้อมูลที่ได้รับจาก การสัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม และการสังเกต ทั้งหมด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปเนื้อหาเพื่อนำเสนอเป็นแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

5.2 นำเอาข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม ทั้งหมด มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยายสำหรับคะแนนในแบบประเมิน ตอนที่ 2 ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบจากมาตราส่วน (Rating scale) ประเมินค่า 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ท และตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิดโดยให้ผู้ตอบแบบประเมิน ได้แสดงความคิดเห็นลงในช่องของคำถามแล้วผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลมารวมกลุ่มกัน สำหรับความคิดเห็นคล้ายๆ กันและต่างกัน นอกจากนั้นผู้วิจัยได้กำหนด ค่าระดับคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การตัดสินด้วยค่าเฉลี่ยที่ได้จากมาตราส่วนประมาณค่าทั้ง 5 ระดับดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

0.01 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ และ สนทนากลุ่ม เจ้าหน้าที่หน่วยงานการท่องเที่ยว 1 คน เจ้าหน้าที่หน่วยงานแรงงานและสวัสดิการสังคม 1 คน ตัวแทนสถานประกอบการร้านอาหาร จำนวน 6 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยว 3 คน รวมทั้ง 11 คน และได้สังเกตการบริการด้านอาหาร เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว สามารถสรุปหรือรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว ทั้ง 7 ด้านที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ดังนี้

1.1 สภาพปัญหาการบริการด้านอาหาร เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

1.1.1 ด้านรูปแบบ พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารส่วนมากเป็นการดำเนินธุรกิจภายในครอบครัว ที่อาศัยประสบการณ์ในการทำอาหารเป็นเวลานานและใช้แรงงานจากคนในพื้นที่เพื่อสนับสนุนการจ้างงาน ด้วยเหตุนี้ จึงพบปัญหาในการพัฒนารูปแบบการบริการที่ทันสมัยตามกระแสบริโภค ดังที่ ท่าน สมพอน ตัวแทนนักท่องเที่ยวได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “เราเคยไปทำงานและไปท่องเที่ยวเมืองงอยตลอดเป็นเวลามากกว่า 10 ปี แต่เห็นว่ารูปแบบการบริการด้านอาหารก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐาน รูปแบบของสถานประกอบการยังเป็นการดำเนินธุรกิจภายในครอบครัว ที่อาศัยประสบการณ์ในการทำอาหารเป็นเวลานานและใช้แรงงานจากคนในพื้นที่เพื่อสนับสนุนการจ้างงาน เนื่องจากยังไม่มีข้อกำหนดหรือมาตรฐานที่เป็นตัวชี้วัดในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับร้านอาหาร”

1.1.2 ด้านการบริการ พบว่า สถานประกอบการส่วนมากยังขาดด้านการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ขาดคุณสมบัติการเป็นพนักงานบริการที่ดี ขาดความชำนาญในการให้บริการที่มีมาตรฐาน ขาดความรู้ความเข้าใจในรายการอาหารของร้านทั้งหมดที่มี และยังขาดความรู้ความสามารถและทักษะในการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากพนักงานขาดความรู้พื้นฐานและทักษะการบริการ ดังที่ ผู้ประกอบการร้านอาหารน้ำล้นได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “ร้านเราเปิดมามากกว่า 20 ปี และเราเคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับการทำอาหารมาหลายครั้ง แต่ไม่เคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับด้านการบริการมาก่อน จึงทำให้เราไม่มีความชำนาญในการให้บริการที่มีมาตรฐาน”

1.1.3 ด้านสุขาภิบาล พบว่า ยังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการจัดการด้านสุขาภิบาล ขาดมาตรฐานและขาดการประเมินด้านสุขาภิบาล ปัญหาด้านความสะอาดโดยรวม พบว่า มาจากสาเหตุที่ตั้งของร้านซึ่งเป็นพื้นที่ในชุมชนทำให้มีความลำบากในการจัดการ เช่น การจัดการฝุ่นที่มาจากถนนในชุมชน การจัดการสัตว์แมลงนำโรค แต่ระบบการจัดการด้านสุขาภิบาลภายในร้าน เช่น การจัดการสัตว์แมลงนำโรค การทำความสะอาดพื้นที่ส่วนหน้าและส่วนครัว พบว่า ทุกร้านมีมีการจัดการด้านสุขาภิบาลอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก ดังที่ ผู้ประกอบการร้านอาหารเลอเมืองงอยได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “เราเปิดมามากกว่า 5 ปี หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องไม่เคยมาประเมินด้านสุขาภิบาล แต่หากให้ประเมินความสะอาดโดยรวมของร้าน ก็น่าจะอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก เพราะเราได้ทำความสะอาดทุกวันและเรามีภาชนะเก็บที่สะอาดมีการปกปิด แต่ปัญหาที่จัดการยากที่สุดคือฝุ่นที่มาจากถนนและสัตว์แมลงนำโรค”

1.1.4 ด้านการทำอาหาร พบว่า อาหารส่วนมากยังเป็นอาหารแบบเดิมหรือแบบชาวบ้าน ที่อาศัยประสบการณ์ในการทำอาหารภายในครอบครัว ยังขาดการออกแบบเมนูอาหารใหม่หรืออาหารและ เครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ และขาดการแนะนำหรือบอกถึงคุณประโยชน์ของอาหารที่มีต่อสุขภาพ โดยเฉพาะชุดเมนูอาหารพื้นถิ่น ดังที่ ผู้ประกอบการร้านอาหารพูซงได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “การทำอาหารของเราส่วนมากเป็นการทำอาหารแบบชาวบ้านชาวบ้าน ที่อาศัยประสบการณ์ในการทำอาหารภายในครอบครัวมานาน เรายังพบปัญหาการคิดเมนูอาหารใหม่ที่ถูกใจผู้บริโภค เพราะคนทำงานเราเป็นคนชาวบ้านไม่ได้เรียนจบหลักสูตรด้านการทำอาหารนี้ จึงค่อนข้างยากหน่อยที่จะคิดอาหารใหม่ที่ดูสวยงามออกมา แต่อย่างไรก็ตามพวกเราจะพยายามพัฒนาตนเองเท่าที่จะทำได้”

1.1.5 ด้านการกำหนดราคาอาหาร พบว่า ยังไม่มีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากไม่สามารถควบคุมราคาวัตถุดิบได้ เพราะวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบหรือปรุงอาหารส่วนมากเป็นกานนำเข้าจากต่างเมือง ต่างแขวงและต่างประเทศ ราคาวัตถุดิบยังมีการขึ้นๆ ลงๆ ได้ตลอด ทำให้สถานประกอบการไม่สามารถแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน ดังที่ ผู้ประกอบการร้านซีทีได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “เราไม่สามารถกำหนดราคากลางที่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากราคาวัตถุดิบมีการขึ้นๆ ลงๆ ได้ตลอด วัตถุดิบส่วนมากเป็นกานนำเข้า เพราะอยู่ในท้องถิ่นไม่สามารถตอบสนองวัตถุดิบตามความต้องการของผู้บริโภค”

1.1.6 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ พบว่า สถานประกอบการส่วนมากยังขาดแนวคิดในการออกแบบ ตกแต่ง สภาพบรรยากาศ การใช้แสงและสีภายในร้านอาหาร ให้มีความน่าสนใจของผู้มาใช้บริการ ดังที่ ท่าน นาง ดี ตัวแทนนักท่องเที่ยวได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “เราเคยไปท่องเที่ยวอยู่เมืองงอยตลอดได้สังเกตเห็นว่าสถานประกอบการยังขาดแนวคิดในการออกแบบ ตกแต่ง สภาพบรรยากาศของร้านให้มีความสวยงาม” และ ผู้ประกอบการร้านอาหารเลอเมืองงอยได้กล่าวว่า “เราเป็นชาวบ้านไม่รู้ออกแบบ ตกแต่งอย่างไร รวมถึงขาดทุนที่จะมาลงทุน”

1.1.7 ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า สถานประกอบการส่วนมากไม่มีสิ่งส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด แคมของฟรี และการจำหน่ายอาหารคู่กับเครื่องดื่มเฉพาะถิ่นหรือสิ่งที่สามารถกระตุ้นการมาใช้บริการของลูกค้า ดังที่ ผู้ประกอบการร้านซีทีได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “ในระยะเวลาที่ผ่านมายอมรับว่า มีน้อยมากที่ร้านเรามีส่วนลดหรือให้ของแถมให้ลูกค้า เพราะเราว่าวัตถุดิบทุกอย่างเป็นการนำเข้าทั้งนั้น หากเราลดหรือแถมให้ลูกค้าเราก็คงขาดทุน และเราก็ยังไม่มีเมนูอาหารเฉพาะถิ่นที่น่าสนใจ แต่อย่างไรก็ตามต่อไปเราจะพยายามเอาใจลูกค้า โดยการมีส่วนลดและออกแบบเมนูอาหารที่น่าสนใจ”

1.2 ความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหารเมืองอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

1.2.1 ด้านรูปแบบ พบว่า อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานท่องเที่ยว หน่วยงานการค้า สร้างข้อกำหนดหรือมาตรฐานเกี่ยวกับเงื่อนไขของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารให้ชัดเจน และ อยากให้สถานประกอบการพัฒนารูปแบบการบริการที่ทันสมัยตามกระแสบริโภคนิยม ดังที่ ท่าน สุก หัวหน้าหน่วยงานท่องเที่ยวเมืองอยได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “หากจะให้สถานประกอบการแห่งมีการยกระดับการบริการด้านอาหารขึ้นแน่นอนมาก เพราะยังไม่มีข้อกำหนดหรือมาตรฐานเกี่ยวกับเงื่อนไขของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารให้ชัดเจน”

1.2.2 ด้านการบริการ พบว่า อยากให้มีการยกระดับหรือฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ และ พนักงานบริการ เนื่องจากการบริการเป็นงานที่มีความสำคัญมาก การบริการจะผลโดยตรงต่อการการอยู่รอด และความล้มเหลวของผู้ประกอบการ ดังที่ ผู้ประกอบการร้านอาหารน้ำดื่มได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “ร้านเราเปิดมานานกว่า 20 ปี และเราเคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับการทำอาหารมาหลายครั้ง แต่ไม่เคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับการบริการมาก่อน จึงทำให้เราไม่มีความชำนาญในการให้บริการที่มีมาตรฐาน” และ ท่าน อั้ง ตัวแทนนักท่องเที่ยวได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “ควรมีการยกระดับด้านการบริการให้ทุกสถานประกอบการเนื่องจากสถานประกอบการยังขาดความรู้พื้นฐานและทักษะการบริการ สถานประกอบการร้านอาหารส่วนมากเป็นการดำเนินธุรกิจภายในครอบครัวที่อาศัยประสบการณ์ในการทำอาหาร ยังไม่ได้จบหรือผ่านการอบรมด้านการบริการมาก่อน”

1.2.3 ด้านสุขาภิบาล พบว่า อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานท่องเที่ยว หน่วยงานสาธารณสุข สร้างข้อกำหนดหรือมาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหารให้ชัดเจน มีการเผยแพร่ และ มีการประเมินด้านสุขาภิบาลของทุกๆ ปี พร้อมมีใบรับรองให้สถานประกอบการที่ประเมินผ่าน ดังที่ ผู้ประกอบการร้านอาหารซีที ได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “เราเปิดร้านมานานกว่า 20 ปีแล้ว แต่เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องยังไม่มีข้อกำหนดหรือมาตรฐานด้านสุขาภิบาลมาเผยแพร่ให้ร้านเราได้รับรู้ และก็ไม่ได้เคยประเมินด้านสุขาภิบาล เราจึงไม่รู้ว่าด้านสุขาภิบาลของร้านเราอยู่ระดับใด แต่เราก็ได้ทำความสะอาดทุกวันเพื่อร้านเรามีความสะอาดน่าสนใจของผู้มาใช้บริการ”

1.2.4 ด้านการทำอาหาร พบว่า อยากให้สถานประกอบการมีการยกระดับหรือเรียนรู้วิธีเอาวัตถุดิบมาประยุกต์ใช้ในการทำอาหารให้ได้หลายแบบหรือหลายเมนูและศึกษาคุณสมบัติของอาหารที่มีต่อสุขภาพ เพื่อจะได้แนะนำให้ผู้ลูกค้า โดยเฉพาะชุดเมนูอาหารพื้นถิ่น ดังที่ ท่าน สมพอน ตัวแทนนักท่องเที่ยวได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “เราเคยไปท่องเที่ยวอยู่เมืองอยตลอดแต่เห็นว่าสถานประกอบการยังทำแต่อาหารแบบเดิมหรือแบบชาวบ้าน ไม่มีการออกแบบหรือประยุกต์ใช้วัตถุดิบเพื่อทำเมนูอาหารแบบใหม่ หากเป็นไปได้อยากให้สถานประกอบการมีการยกระดับหรือเรียนรู้ในด้านเพิ่มเติม”

1.2.5 ด้านการกำหนดราคาอาหาร พบว่า อยากให้มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายใน นำใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ภายในพื้นที่นั้น จำกัดในการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างเมือง ต่างแขวงและต่างประเทศ จึงสามารถควบคุมราคาวัตถุดิบ และกำหนดราคากลางที่เป็นมาตรฐานได้ ดังที่ ท่าน คำพัน หัวหน้าห้องแรงงานและสหกรณ์การเกษตรเมืองอย ได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “หากจะสามารถควบคุมราคาวัตถุดิบ และกำหนดราคากลางที่เป็นมาตรฐานได้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสถานประกอบการต้องมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายใน นำใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ภายในพื้นที่นั้น จำกัดในการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างเมือง ต่างแขวงและต่างประเทศ”

1.2.6 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ พบว่า อยากให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการออกแบบ ตกแต่ง สภาพบรรยากาศ การใช้แสงและสีภายในร้านอาหารให้มีความสวยงามควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เป็นที่น่าสนใจของผู้มาใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว ท่าน อั้ง ตัวแทนนักท่องเที่ยวได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “ในนามที่เป็นนักท่องเที่ยวคนหนึ่งเห็นว่าผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากยังขาดแนวความคิดในการออกแบบ ตกแต่ง สภาพบรรยากาศ การใช้แสงและสีภายในร้านอาหารให้มีความสวยงาม เป็นที่น่าสนใจของผู้มาใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว หากเป็นไปได้อยากให้สถานประกอบการมีการพัฒนาด้านนี้ให้ดีขึ้น”

1.2.7 ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า อยากให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร มีส่วนลด มีของแถมฟรี และการจำหน่ายอาหารคู่กับเครื่องดื่มเฉพาะถิ่น ฯลฯ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ดังที่ นาง ดี ตัวแทนนักท่องเที่ยวได้กล่าวถึงในด้านนี้ว่า “การส่งเสริมการขายมี 2 ปัจจัยที่สำคัญ คือ 1) การมีส่วนลด มีของแถมฟรีและการจำหน่ายอาหารคู่กับเครื่องดื่มเฉพาะถิ่น ฯลฯ 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ปลั๊กไฟ และ Free Wi-Fi หากสถานประกอบการที่มีสิ่งนี้ย่อมมีปริมาณร้อยละ 80-90 ของนักท่องเที่ยวต้องอยากใช้บริการ”

2. แนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการยกระดับการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว ผู้วิจัยสามารถสรุปรวบรวมข้อมูล ทั้ง 7 ด้าน เพื่อมาเป็นแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว ดังนี้

2.1 ด้านรูปแบบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเช่น ห้องว่าการปกครองเมือง ห้องการแถลงข่าว วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ห้องการอุตสาหกรรมและกานค้า และห้องการแรงงานและสหวัติการสังคมเมืองอย ควรสร้างข้อกำหนดเกี่ยวกับเงื่อนไขของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารให้ชัดเจน การอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ต้องมีการตรวจสอบเงื่อนไขก่อน ควรพัฒนารูปแบบการบริการให้ทันสมัยตามกระแสบริโภค ควรมีการฝึกอบรมหรือเรียนรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ ควรรับพนักงานที่เรียนจบหลักสูตรหรือผ่านการอบรมเกี่ยวกับด้านการบริการ หรือต้องทำการฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน

2.2 ด้านการบริการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเช่น ห้องการแรงงานและสหวัติการสังคมเมืองอย และ โรงเรียนเทคนิควิชา ชีพแบบผสมน้ำบก แขวงหลวงพระบาง ควรมีการยกระดับหรือฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถและทักษะด้านการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ และพนักงานบริการ เนื่องจากการบริการเป็นงานที่มีความสำคัญมาก การบริการจะมีผลโดยตรงต่อการการอยู่รอดและความล้มเหลวของผู้ประกอบการ

2.3 ด้านสุขภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเช่น ห้องว่าการปกครองเมือง ห้องการแถลงข่าว วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว และห้องการสาธารณสุขเมืองอย ควรสร้างข้อกำหนดหรือมาตรฐานด้านสุขภาพอาหารให้ชัดเจน ทำการเผยแพร่ หรือฝึกอบรมด้านสุขภาพให้แก่ผู้ประกอบการ และพนักงานบริการ ให้รับรู้ถึงวิธีการจัดการด้านสุขภาพ เนื่องจากการสุขภาพเป็นการป้องกันโรคติดต่อต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคอาหาร ซึ่งสามารถทำได้โดยการควบคุมและแก้ไขสิ่งแวดล้อม ต่างๆ รวมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมอาหารเพื่อทำให้อาหารสะอาด ปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรค และสารเคมีต่างๆที่เป็นอันตราย หรืออาจจะเป็นอันตรายต่อการเจริญของร่างกาย สุขภาพอนามัยและการดำรงชีวิตของผู้บริโภค ควรมีการประเมินด้านสุขภาพของทุกๆปี พร้อมมีใบรับรองให้สถานประกอบการที่ประเมินผ่าน

2.4 ด้านการทำอาหาร สถานประกอบการร้านอาหาร ควรมีการยกระดับหรือเรียนรู้วิธีเอาตัวตลุดิบมาประยุกต์ใช้ในการทำอาหารให้ได้หลายแบบ เช่น ไก่ สามารถทำได้หลายเมนู ได้แก่ ต้ม ปิ้งหรือย่าง แกงใส่ผัก อบ หมก คั่ว ทอด ฯลฯ ควรมีการออกแบบเมนูอาหารแบบใหม่หรือเมนูอาหารและ เครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่นั้น ต้องได้เรียนรู้คุณประโยชน์ของอาหารที่มีต่อสุขภาพ เพื่อจะได้แนะนำให้ลูกค้า

2.5 ด้านการกำหนดราคาอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเช่น ห้องว่าการปกครองเมือง ห้องการแถลงข่าว วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ห้องการอุตสาหกรรมและกานค้า และห้องการกสิกรรม และป่าไม้เมืองอย ควรมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในพื้นที่นั้น นำใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ภายในพื้นที่นั้นมากขึ้น ส่งเสริมการปลูก การเลี้ยงภายในพื้นที่นั้น เพื่อจำกัดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างเมืองต่างแขวงและต่างประเทศ จึงสามารถควบคุมราคาวัตถุดิบ และกำหนดราคากลางที่เป็นมาตรฐาน ควรทำป้ายแสดงรายการอาหารพร้อมราคาที่ชัดเจน และทำเป็นหลายภาษา เช่น ภาษาลาว อังกฤษ ไทย จีน เวียดนาม

2.6 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ สถานประกอบการร้านอาหาร ควรมีการออกแบบ ตกแต่ง สภาพบรรยากาศ การใช้แสงและสีภายในร้านอาหารควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ให้มีความสวยงาม ให้เป็นที่น่าสนใจของผู้มาใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว

2.7 ด้านการส่งเสริมการขาย สถานประกอบการร้านอาหาร ควรมีสิ่งกระตุ้นการมาใช้บริการของลูกค้า เช่น การให้ส่วนลด มีของแถมเช่น เพิ่มอาหาร น้ำฟรี ฯลฯ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

3. ประเมินผลการทดลองการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามให้ผู้มาใช้บริการประเมินความพึงพอใจต่อการบริการด้านอาหาร ในท้องที่เมืองอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว โดยขอความร่วมมือจากสถานประกอบการร้านอาหาร 2 แห่ง ได้แก่ ร้านอาหารซีที และ ร้านอาหารแคมอุว ใช้ระยะเวลาในการประเมิน 7 วัน มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 53 คน เพื่อมาวิเคราะห์ข้อมูล 3 ตอนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1.1 จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย 31 คนคิดเป็นร้อยละ 58.5 เป็นเพศหญิง 22 คิดเป็นร้อยละ 41.5

3.1.2 จำแนกตามอายุ พบว่า ระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมา อายุระหว่าง 30-39 ปีคิดเป็นร้อยละ 26.4 มีอายุระหว่าง 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.8 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.7 และ น้อยที่สุดสูงกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.8

3.1.3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนมากเป็นระดับ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมา ระดับปวส คิดเป็นร้อยละ 26.4 มัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 17.0 มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 9.4 ปวช. คิดเป็นร้อยละ 7.5 ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.7 และน้อยที่สุดเป็นระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3.8

3.1.4 จำแนกตามสัญชาติ พบว่า เป็นสัญชาติลาว คิดเป็นร้อยละ 79.2 รองลงมา สัญชาติไทย คิดเป็นร้อยละ 7.5 เวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 5.7 น้อยที่สุดเป็นสัญชาติจีนและสัญชาติอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.8

3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการด้านอาหาร

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการ

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การทักทายลูกค้า	4.06	0.497	มาก
2. การอำนวยความสะดวก สะดวกแก่ผู้รับ บริการ	3.77	0.505	มาก
3. การแนะนำรายการอาหาร	3.08	0.513	ปานกลาง
4. การเตรียมอุปกรณ์รับประ ทานอาหาร	3.75	0.515	มาก
5. การให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน	3.83	0.545	มาก
6. การให้บริการด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	3.21	0.769	ปานกลาง
7. การแก้ไขปัญหาเหตุการณ์เฉพาะหน้า	3.70	0.463	มาก
รวม	3.63	0.352	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการทักทายลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D.= 0.497) มีความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D.= 0.505) มีความพึงพอใจต่อการแนะนำรายการอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$, S.D.= 0.513) มีความพึงพอใจต่อการเตรียมอุปกรณ์รับประทานอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D.= 0.515) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D.= 0.545) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D.= 0.769) มีความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาเหตุการณ์เฉพาะหน้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D.= 0.463)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านสุขภิบาล

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การทำความสะอาดสถานที่รับประทานอาหาร และบริเวณทั่วไป	3.77	0.423	มาก
2. การทำความสะอาดสถานที่เตรียม-ปรุงอาหาร	3.94	0.362	มาก
3. การเก็บอาหารที่ปรุงสำเร็จ	3.81	0.441	มาก
4. การทำความสะอาดอาหารสดที่ใช้บริโภคหรือปรุง	3.58	0.497	มาก
5. การแยกประเภท วัตถุดิบ	3.36	0.591	ปานกลาง
6. น้ำและน้ำแข็งที่ใช้บริโภค	4.28	0.601	มาก
7. การทำความสะอาดภาชนะที่ใช้อาหาร	3.89	0.320	มาก
8. การทำความสะอาดภาชนะที่ใช้ในการรับประทานอาหาร	3.91	0.295	มาก
9. การใช้เชียงและมิดทำอาหาร	3.91	0.741	มาก
10. การแต่งกายของผู้สัมผัสอาหาร	3.92	0.267	มาก
11. การสัมผัสอาหารสำหรับผู้ปรุงอาหาร	3.96	0.338	มาก
12. การทำความสะอาดห้องน้ำ ห้องส้วม	3.70	0.463	มาก
13. การจัดการขยะ	3.89	0.320	มาก
รวม	3.84	0.217	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการทำความสะอาดของสถานที่รับประทานอาหาร และบริเวณทั่วไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D.= 0.423) มีความพึงพอใจต่อการทำความสะอาดสถานที่เตรียมปรุงอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D.= 0.362) มีความพึงพอใจต่อการเก็บอาหารที่ปรุงสำเร็จ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D.= 0.441) มีความพึงพอใจต่อการทำความสะอาดของอาหารสดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D.= 0.497) มีความพึงพอใจต่อการแยกประเภทวัตถุดิบ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D.= 0.591) มีความพึงพอใจต่อความสะอาดของน้ำและน้ำแข็งที่ใช้บริโภค อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D.= 0.601) มีความพึงพอใจต่อการทำความสะอาดของภาชนะที่ใช้อาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D.= 0.320) มีความพึงพอใจต่อการทำความสะอาดของภาชนะที่ใช้ในการรับประทานอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D.= 0.295) มีความพึงพอใจต่อการใช้เชียงและมิดทำอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D.= 0.741) มีความพึงพอใจต่อการแต่งกายของผู้สัมผัสอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D.= 0.267) มีความพึงพอใจต่อการสัมผัสอาหารสำหรับผู้ปรุงอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D.= 0.338) มีความ

พึงพอใจต่อการทำความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D.= 0.463) มีความพึงพอใจต่อการวางขยะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D.= 0.320)

3.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3.1 ควรมีการขยาย หรือปรับปรุงที่จอดรถให้สามารถรองรับรถของผู้มาใช้บริการให้ได้มากขึ้น เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนมากต้องได้ใช้รถในการเดินทาง หากไม่มีที่จอดรถผู้ใช้บริการอาจเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น

3.3.2 สถานประกอบการควรมีการปรับปรุงหรือตกแต่งสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงาม

3.3.3 ควรเพิ่มรายการอาหารให้มากขึ้น ให้ลูกค้าสามารถเลือกตามใจชอบ

3.3.4 ควรมีการส่งเสริมการขายตามความเหมาะสม เช่น มีส่วนลด หรือ มีของแถมฟรี เพื่อความประทับใจแก่ลูกค้า อยากกลับมาใช้บริการอีกต่อไป

3.3.5 ผู้ประกอบการควรเตรียมอุปกรณ์ วัสดุดิบ ก่อนเสมอ เพื่อให้การบริการมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

3.3.6 อยากให้ให้ผู้ประกอบการมีการยกระดับเพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถและทักษะด้านการทำอาหาร เรียนรู้วิธีประยุกต์ใช้ในการทำอาหารแบบใหม่ รวมถึงการใช้วัตถุดิบและเครื่องปรุงที่ได้คุณภาพมาตรฐาน ปลอดภัย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. สภาพปัญหาการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เมืองงอย แหวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารส่วนมากมีปัญหาในการพัฒนารูปแบบการบริการที่ทันสมัยตามกระแสบริโภค เนื่องจากไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับเงื่อนไขการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารชัดเจน ซึ่งมีความสอดคล้องตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ 10 ปี 2559-2568 (2559: 12) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจุบันทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเทศของลาวยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาให้เป็นระบบที่สมบูรณ์ เช่น การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการที่ได้มาตรฐาน และการโฆษณา การพัฒนาความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวยังไม่สมบูรณ์ ดังนั้นโอกาสและศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ควรสร้างข้อกำหนดเกี่ยวกับเงื่อนไขการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารให้ชัดเจน

2. แนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เมืองงอย แหวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า ควรทำการยกระดับหรือฝึกอบรมด้านการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ และพนักงานบริการ ซึ่งมีความสอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ของแหวงหลวงพระบาง ประจำปี 2565 (2565: 42) ซึ่งได้กล่าวว่า เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์ฟื้นฟูการท่องเที่ยวของ สปป. ลาว ต้องพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ โดยจัดอบรมงานบริการแก่ผู้ประกอบการด้านบริการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ มีความสอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองงอย ครั้งที่ XI (2563: 14) ซึ่งได้กล่าวว่า สร้างเมืองงอยเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมสืบสานมาภายใต้การบริการมีคุณภาพ เป็นประตูสู่แขกทั้งในและต่างประเทศ เชื่อมโยงกับกระบวนการผลิตเพื่อการส่งออกที่ยั่งยืน โครงสร้างพื้นฐานได้รับการปรับปรุง ชีวิตของผู้นับถือศาสนาดีขึ้นกว่าเก่า กลายเป็นหัวหน่วยแข็งแรงขึ้นที่ละก้าว ดังนั้นจึงมีความต้องการในการยกระดับหรือฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถและทักษะด้านการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ และพนักงานบริการ เพราะการบริการเป็นงานที่มีความสำคัญมาก เป็นงานที่สร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการ การให้บริการจะส่งผลโดยตรงต่อการปฏิบัติงาน และความล้มเหลวของผู้ประกอบการ

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการด้านอาหาร เมืองงอย แหวงหลวงพระบาง สปป.ลาว พบว่า ในภาพรวมด้านความสะอาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.217) ซึ่งมีความสอดคล้องตามกฎหมายการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (2548: 9) มาตรา 27 ได้บัญญัติว่า อาหาร และเครื่องดื่ม ที่บริการให้นักท่องเที่ยว ต้องรับประกันคุณภาพความปลอดภัย ความสะอาด ถูกต้องตามหลักสุขอนามัย ผู้ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ต้องปฏิบัติตามหลักวิชาการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้สถานประกอบการอื่นได้รู้และเข้าใจถึงผลประโยชน์ของด้านความสะอาด เนื่องจากการทำความสะอาดเป็นการป้องกันโรคติดต่อต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นอันตรายต่อการเจริญของร่างกาย สุขภาพอนามัยและการดำรงชีวิตของผู้บริโภค และยังเป็นสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการด้วย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการการบริการด้านอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว พบว่า

1.1 สภาพปัญหาการบริการด้านอาหาร เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว พบว่า ยังไม่มีข้อกำหนดหรือมาตรฐานการบริการด้านอาหารที่ชัดเจน ผู้ประกอบการและพนักงานยังขาดความรู้พื้นฐาน และทักษะในการบริการ ยังขาดการประเมินด้านสุขาภิบาล ขาดการออกแบบเมนูอาหารใหม่และเมนูอาหารพื้นถิ่น ไม่มีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน ขาดแนวคิดในการตกแต่งสภาพแวดล้อม ไม่มีการเสริมการขาย

1.2 ความต้องการการยกระดับการบริการด้านอาหารเมืองงอยแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว พบว่า ต้องการให้มีข้อกำหนดหรือมาตรฐาน มีการยกระดับหรือฝึกอบรมด้านการบริการ มีการเรียนรู้วิธีเอาตัวรอดดิบมาประยุกต์ใช้ในการทำอาหารให้ได้หลายแบบ มีส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในพื้นถิ่น มีการออกแบบตกแต่งสภาพแวดล้อม มีสิ่งกระตุ้นการมาใช้บริการของลูกค้าเพื่อส่งเสริมการขาย

2. แนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องที่เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว พบว่า

2.1 ควรสร้างข้อกำหนดหรือมาตรฐานการบริการด้านอาหารที่ชัดเจน ควรทำการยกระดับหรือฝึกอบรมด้านการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ และพนักงานบริการ ควรการประเมินด้านสุขาภิบาลอาหารทุกปี ควรมีการเรียนรู้วิธีเอาตัวรอดดิบมาประยุกต์ใช้ในการทำอาหารให้ได้หลายแบบและออกแบบเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นถิ่น ควรมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายใน ควรมีการออกแบบ ตกแต่งสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมการขาย

2.2 ผลการประเมินการทดลองแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร 2 ด้าน พบว่า ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.352 ด้านสุขาภิบาล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.217

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเช่น สำนักงานปกครองเมือง หน่วยงานท่องเที่ยว หน่วยงานสาธารณสุข หน่วยงานแรงงานของเมือง ควรนำเอาแนวทางการยกระดับการบริการด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ไปสู่การปฏิบัติกับสถานประกอบการในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริการด้านอาหารมีคุณภาพดี นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2. ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้สถานประกอบการได้รู้และเข้าใจถึงผลประโยชน์ของการบริการด้านอาหาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการยกระดับการบริการในด้านอื่นๆ เมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2. ศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการด้านอาหารทุกด้านและทุกสถานประกอบการร้านอาหารในเมืองงอย แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

เอกสารอ้างอิง

กฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. (9 พฤศจิกายน 2548). ฉบับเลขที่ 10/สภ. นครหลวงเวียงจันทน์: สภาแห่งชาติ.

กฎหมายว่าด้วยแรงงาน ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. (27 ธันวาคม 2549). ฉบับเลขที่ 06/สภ. นครหลวงเวียงจันทน์: สภาแห่งชาติ.

กฎหมายว่าด้วยอาหาร ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. (15 พฤษภาคม 2547). ฉบับเลขที่ 04/สภ. นครหลวงเวียงจันทน์: สภาแห่งชาติ.

กระทรวง สาธารณสุข กรมอนามัย. (2557). คู่มือ การปฏิบัติงานด้านสุขาภิบาลอาหารและน้ำ สำหรับสตรีสุขอำเภอ สำนักสุขภิบาลและน้ำ .

กระทรวงแผนการและการลงทุน สถาบันค้นคว้าเศรษฐกิจแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ 10 ปี (พ.ศ. 2559-2568). นครหลวงเวียงจันทน์: สถาบันค้นคว้าเศรษฐกิจแห่งชาติ.

- กระทรวงศึกษาธิการ และกีฬา สถาบันพัฒนาอาชีพศึกษา. (2563). **หลักสูตรการทำอาหารลาว ประกาศนียบัตรวิชาชีพขั้นต้นระดับ 1 (Certificate Level 1: C1)**. นครหลวงเวียงจันทน์: สถาบันพัฒนาอาชีพศึกษา.
- กระทรวงศึกษาธิการ และกีฬา สถาบันพัฒนาอาชีพศึกษา. (2563). **หลักสูตรการทำอาหารลาว ประกาศนียบัตรวิชาชีพขั้นต้น ระดับ 3 (Certificate Level 3: C3)**. นครหลวงเวียงจันทน์: สถาบันพัฒนาอาชีพศึกษา.
- กระทรวงศึกษาธิการ และกีฬา สถาบันพัฒนาอาชีพศึกษา. (2563). **หลักสูตรการทำอาหารลาว ประกาศนียบัตรวิชาชีพขั้นต้น ระดับ 2 (Certificate Level 2: C2)**. นครหลวงเวียงจันทน์: สถาบันพัฒนาอาชีพศึกษา.
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2556). **การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี**.
- แขวงหลวงพระบาง หอว่าการปกครองแขวง. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ประจำปี พ.ศ. 2565**. นครหลวงพระบาง: หอว่าการปกครองแขวง.
- ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์. (2562). **รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องการการฝึกอบรมระยะสั้น**.
- นิชาภัทร อันนันทน์. (2559). **คุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารอิสลามในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิตยา งามยิ่งยง และ ละเอียด ศิลาน้อย. (2560). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก**.
- นิตยา งามยิ่งยง และ ละเอียด ศิลาน้อย. (2560). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน-ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี**.
- เมืองงอย หอว่าการปกครองเมือง. (2562). **รายงานการปฏิบัติแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ครั้งที่ 10 (พ.ศ. 2558-2562)**. เมืองงอย: หอว่าการปกครองเมือง.
- เมืองงอย หอว่าการปกครองเมือง. (2562). **วิสัยทัศน์ปี 2563-2573 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ครั้งที่ 11 (พ.ศ. 2563-2567)**. เมืองงอย: หอว่าการปกครองเมือง.
- วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). **คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิลาวัลย์ อันมาก. (2556). **การศึกษาการบริการการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาของรัฐสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2**. วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิลาสินี จงกลพิช. (2563). **คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ววิทยาศาสตร์กรณีศึกษา บริษัทเอ็นเค แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สิริรัชต์ แก้วงาม. (มปป). **การพัฒนารูปแบบการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนโรงเรียนบ้านผู้สังัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสงครามในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี**.
- อภิขญา สุขประเสริฐ และ สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรม. (2563). **การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี**.

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกของอุตสาหกรรมยางล้อ ระหว่างไทยกับเวียดนาม ในตลาดสหรัฐอเมริกา

An Analysis of the Revealed Comparative Advantage between Thailand and Vietnam on New Pneumatic Tires Export to The United States of America's Market

วิรัตน์ วรศิริสิน^{1*} สมศักดิ์ ตันตาศณี²

E-mail: virat.sirin@gmail.com

บทคัดย่อ

ผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อรถยนต์ (HS 4011) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกสำคัญที่สร้างรายได้มูลค่าให้ระบบเศรษฐกิจไทยกว่า 5,071.7 ล้านบาทหรือร้อยละ 2562 ช่วยผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวซึ่งอัตราการเติบโตของการผลิตโดยรวมขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันทางการค้าอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา 2) เพื่อศึกษาส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา 3) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกความได้เปรียบของอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และ 4) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการส่งออกอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยในสหรัฐอเมริกาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) และคำนวณมูลค่าส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกของรหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ผลจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังคงมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในระดับได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและค่าดัชนีค่อนข้างคงที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงมากและสามารถในการแข่งขันการส่งออกที่สูงกว่าประเทศเวียดนาม ความสามารถส่งออกยางล้อรถยนต์ได้มากกว่าเวียดนาม ยางล้อไทยมีมาตรฐานกำกับสินค้าและศูนย์ทดสอบ อย่างไรก็ตามยังขาดการสนับสนุนอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบหลัก

คำสำคัญ: ยางล้อ การแข่งขัน การส่งออก ส่วนแบ่งตลาด

Abstract

New Pneumatic Tires (HS 4011) are important products for the Thai economy. As it is an important export product that generates more than \$ 5,071.7 million in revenue for the Thai economy in 2019, it helps drive the country's economy to grow at a continuous growth rate of overall production. The research objectives are 1) to study and compare the competitiveness of the tire industry of Thailand and Vietnam to the United States market; 2) to study the market share of the New Pneumatic Tires industry of Thailand in the United States market 3) to study 4) to study and analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and treats of Thai New Pneumatic Tires exports in the United States market. By analyzing the competitiveness of the New Pneumatic Tires industry in Thailand in the United States, as the results calculated from the Revealed Comparative Advantage (RCA) and calculating the export market share in Customs Harmonized System HS 4011. The results of the study showed that Thailand still has a comparative advantage is relatively stable. It has a very high market share and has a higher export competitiveness than Vietnam. the New Pneumatic Tires export competitiveness more than Vietnam also the New Pneumatic Tires have product supervision standards and testing centers. However, there is still a lack of support for import tariffs on main raw materials.

Keywords: new pneumatic tires, competitive, export, market share

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

ความเป็นมาของปัญหา

ผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกสำคัญที่สร้างรายได้มูลค่าให้ระบบเศรษฐกิจไทยกว่า 5,071.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาในปี 2562 และมีอัตราการเติบโตของการส่งออกที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับประเทศไทยถือได้ว่าเป็นแหล่งผลิตยานยนต์ขนาดใหญ่อันดับที่ 11 ของโลก อันดับที่ 5 ในภูมิภาคเอเชีย และอันดับที่ 1 ในกลุ่ม ประเทศอาเซียน ช่วยผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวซึ่งอัตราการเติบโตของการผลิตโดยรวมขยายตัวมาโดยตลอด ทั้งนี้อุตสาหกรรมผลิตยางล้อเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ภายในประเทศที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตยางล้อเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยให้เกิดการบริโภคและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางธรรมชาติ ข้อมูลการส่งออกยางรถยนต์ไปยังตลาดโลกพบว่าการส่งออกยางล้อของไทยในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมามีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถสะท้อนได้จากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีในอัตราร้อยละ 14.9 โดยมีตลาดส่งออกหลักที่สำคัญคือสหรัฐอเมริกา ที่มีสัดส่วนการส่งออกในปี 2562 สูงเกือบร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกยางล้อทั้งหมดของไทย และไทยยังเป็นตลาดนำเข้ายางล้ออันดับหนึ่งของสหรัฐอเมริกาซึ่งการขยายตัวของยางล้อของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาในช่วงที่ผ่านมานั้นมีสาเหตุมาจากความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา-จีนและมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping) ของสหรัฐอเมริกา รวมถึงผลจากการย้ายฐานการผลิตของผู้ประกอบการยางล้อในจีนมาตั้งโรงงานผลิตที่ประเทศไทย (สถาบันพลาสติก, 2563) ภาพรวมด้านการผลิตยางล้อรถยนต์มีแนวโน้มชะลอตัวลงตั้งแต่ช่วงกลางปี 2562 ซึ่งเป็น ผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา-จีน และสถานการณ์ดังกล่าวเริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้นในช่วงต้นปี 2563 จากบรรยากาศการเจรจาที่สามารถหาข้อตกลงร่วมกันได้ของทั้งสองประเทศ จนกระทั่งเข้าสู่เดือนเมษายน ปี 2563 ระดับการผลิตของอุตสาหกรรมยางล้อที่สะท้อนจากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมกลุ่มยางนอก และยางใน (TSIC 2211) ลดลงอย่างรุนแรง จากระดับ 105 จุด ในเดือนมีนาคม ลดลงสู่ 62 จุด ในเดือนเมษายน และ 47 จุดในเดือนพฤษภาคม (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2564) โดยการลดลงของดัชนีดังกล่าวเป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ทำให้สายการผลิตของอุตสาหกรรมต่างๆ ทั่วโลกหยุดชะงักรวมไปถึง อุตสาหกรรมยานยนต์ที่เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมยางล้อต่างได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงทำให้ผู้ผลิตยานยนต์ทั่วโลกต้องหยุดสายการผลิตชั่วคราวตั้งแต่ช่วงเดือนเมษายน ปี 2563 ส่งผลให้ระดับความต้องการยางล้อลดลงไปด้วย ประกอบกับไทยมีคำสั่งอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 จึงให้ขยายระยะเวลาการใช้บังคับประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรเพื่อควบคุมสถานการณ์โรค COVID-19 มีการควบคุมการเดินทาง การสัญจรต่าง ๆ ให้เป็นไปตามประกาศ อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม 2563 ผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยจึงจะเริ่มกลับมาเดินสายการผลิตได้อีกครั้ง ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกยางล้อของไทยพิกัดศุลกากร 4011 ในปี 2564 มีมูลค่าการส่งออกโดยรวมมากถึง 6,261.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาคือเป็นมูลค่าสูงสุดของการส่งออกยางล้อในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตเฉลี่ย (Average Growth Rate: AGR) มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 7.37 ต่อปีของการส่งออกทั้งหมด และพบว่าสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับ 1 ของอุตสาหกรรมยางล้อของไทย โดยในปี 2564 ไทยมีมูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา 3,050.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.71 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ข้อมูลปริมาณการส่งออกยางล้อของไทยและมูลค่าการส่งออกยางล้อของไทยไปสหรัฐอเมริกา ดังตารางที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ปริมาณการส่งออกยางล้อของไทย พิกัดศุลกากร 4011 มูลค่าการส่งออก ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริก

ประเทศคู่ค้า	2560	2561	2562	2563	2564
1. สหรัฐอเมริกา	1,803.54	2,106.94	2,654.09	2,684.42	3,050.16
2. ออสเตรเลีย	179.39	197.83	225.52	225.72	282.23
3. เกาหลีใต้	55.96	99.70	165.91	191.06	247.20
4. ญี่ปุ่น	192.13	189.27	201.70	197.87	235.74
5. มาเลเซีย	205.18	222.96	193.64	168.13	184.15

ที่มา: Global Trade Atlas 2022 สืบค้นข้อมูลวันที่ 24 ตุลาคม 2565

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกยางล้อของไทยไปสหรัฐอเมริกา จำแนกตามผลิตภัณฑ์ยาง ปี 2560 – 2564 มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา

รหัสพิกัดศุลกากร	ประเภทของยางล้อ	2560	2561	2562	2563	2564
4011	ยางยานพาหนะ	1,803.54	2,106.94	2,654.09	2,684.42	3,050.16
401110	ยางยานพาหนะสำหรับรถยนต์นั่ง	1,261.39	1,392.40	1,649.54	1,569.78	1,502.16
401120	ยางยานพาหนะสำหรับรถบัส/รถบรรทุก	416.82	572.54	867.55	985.48	1,320.50
401190	อื่นๆ	12.25	11.37	10.05	21.28	67.69

ที่มา: Global Trade Atlas 2022 สืบค้นข้อมูลวันที่ 24 ตุลาคม 2565

จากตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกยางล้อของไทยพิกัดศุลกากร 4011 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีมูลค่าการส่งออก 3,050.16 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับ 1 ของอุตสาหกรรมยางล้อของไทย อัตราการเติบโตเฉลี่ย (Average Growth Rate :AGR) มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 11.08 ต่อปี ผลิตภัณฑ์ยางล้อของไทยที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา สูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ 1) ยางรถยนต์สำหรับนั่ง 2) ยางสำหรับรถบัส/รถบรรทุก และ 3) ยางอื่นๆ

คู่แข่งที่สำคัญในการผลิตอุตสาหกรรมยางล้อของไทยในอาเซียนมีตลาดเวียดนามที่เป็นผู้ผลิตหลักและกำลังการผลิตใกล้เคียงกับประเทศไทย มูลค่าการส่งออกยางล้อของเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยที่เวียดนามตั้งเป้าหมายหลักในการส่งออกเป็นสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับ 1 เช่นเดียวกับกับประเทศไทย ปัจจุบันมูลค่าการส่งออกยางล้อรหัสพิกัดศุลกากร 4011 ของเวียดนามไปยังคู่ค้าในโลกมีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกยางล้อของเวียดนาม รหัสพิกัดศุลกากร 4011 มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา

ประเทศคู่ค้า	2560	2561	2562	2563	2564
1. สหรัฐอเมริกา	422.22	489.47	615.80	742.54	909.73
2. แคนาดา	13.68	23.47	25.62	39.45	99.62
3. บราซิล	38.60	43.27	40.58	30.42	65.67
4. เยอรมัน	24.26	29.45	26.36	32.26	53.26
5. มาเลเซีย	38.42	44.14	38.04	35.90	40.54

ที่มา: Global Trade Atlas 2022 สืบค้นข้อมูลวันที่ 24 ตุลาคม 2565

นอกจากผู้ผลิตในประเทศเวียดนามแล้ว ยังมีบริษัทต่างชาติที่ลงทุนและดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับยางรถยนต์ในประเทศเวียดนาม อาทิ Bridgestone, Kumho Tire, Michelin, Yokohama, Cheng Shin และ Hankook เป็นต้น สำหรับผู้ผลิตเวียดนามมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีการผลิตมากขึ้นเพื่อเพิ่มคุณภาพสินค้าและสามารถแข่งขันกับบริษัทต่างชาติการที่มีนักลงทุนจากต่างชาติสนใจตลาดเวียดนามเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเวียดนามมีแหล่งวัตถุดิบยางพารา จากข้อมูลศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ศูนย์ข้อมูลพัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2563) ทำการสำรวจพบว่าในปี 2561 มีพื้นที่ปลูกยางพารา 965,000 เฮกตาร์ ผลผลิตรวม 1.1 ล้านตัน รวมทั้งภาษีส่งออกผลิตภัณฑ์ยางรถของเวียดนาม ที่ร้อยละ 0 ขณะที่ภาษีส่งออกของจีนอยู่ที่ร้อยละ 8 ผู้ผลิตยางรถในเวียดนามนอกจากจำหน่ายสินค้าในตลาดเวียดนามแล้วยังส่งเสริมการส่งออก ทั้งนี้ โครงสร้างการผลิตและตลาดเป้าหมายมีความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างกลุ่มบริษัทต่างชาติและบริษัทในประเทศผู้ประกอบการต่างชาติมุ่งเน้นที่ผลิตภัณฑ์ยางรถเป็นหลักเพื่อการส่งออก เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์ยางล้อของเวียดนาม รหัสพิกัดศุลกากร 4011 พบว่ามูลค่าการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นยางสำหรับรถบัส/รถบรรทุกสูงสุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ยางประเภทอื่นๆ รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกยางล้อของเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา จำแนกตามผลิตภัณฑ์ยาง ปี 2560 – 2564 มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา

รหัสพิกัดศุลกากร	ประเภทของยางล้อ	2560	2561	2562	2563	2564
4011	ยางยานพาหนะ	422.22	489.47	615.80	742.54	909.73
401120	สำหรับรถบัส/รถบรรทุก	172.45	156.19	205.81	312.51	465.24
401110	สำหรับรถยนต์นั่ง	227.18	296.23	346.67	358.66	338.52
401190	อื่นๆ	0.85	1.39	17.02	32.01	45.08

ที่มา: Global Trade Atlas 2022 สืบค้นข้อมูลวันที่ 24 ตุลาคม 2565

ตามที่สำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมยางล้อพบว่าโครงสร้างตลาดส่งออกยางล้อของไทยและเวียดนามใกล้เคียงกัน โดยมีตลาดหลักอยู่ที่สหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 แต่แตกต่างกันที่ผลิตภัณฑ์หลักของไทยเป็นผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่งในทางกลับกันผลิตภัณฑ์ยางล้อส่งออกหลักของเวียดนามเป็นยางล้อสำหรับรถบัส/รถบรรทุก อย่างไรก็ตามในภาพรวมมูลค่าการส่งออกยางล้อของไทยและเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคล้ายกัน ทำให้ผู้วิจัยสนใจในประเด็นวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าและการส่งออกยางล้อของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งปัจจุบันเป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย ผลการศึกษาที่ได้จะสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเบื้องต้นสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อดำเนินกลยุทธ์เพื่อการส่งออกยางล้อที่มีประสิทธิภาพและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันทางการค้าอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อศึกษาส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา
3. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกความได้เปรียบของอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา
4. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการส่งออกอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การดำเนินวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา การดำเนินงานวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีการใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลมูลค่าการส่งออกสินค้ายางล้อ มูลค่าการส่งออกของไทยซึ่งเป็นข้อมูลรายปี 2560-2564 และใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้เชี่ยวชาญการผลิตหรือการส่งออกธุรกิจยางล้อจากหอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการธุรกิจยางล้อ และนักวิชาการ

2.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.2.1 ผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการส่งออกทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 1 ท่าน

2.2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจยางล้อเพื่อการส่งออก 1 ท่าน

2.2.3 นักวิชาการที่เคยศึกษา/วิจัย ในเรื่องที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมยางล้อ 1 ท่าน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการคำนวณและวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลปริมาณและมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมยางล้อของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาข้อมูลอนุกรมรายปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2560 ถึง 2564 ด้วยดัชนีชี้วัดได้แก่ การคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ดัชนีส่วนแบ่งการตลาดระหว่างประเทศ (Market

Share: MS) และดัชนีความสามารถในการแข่งขันทางการค้า (Trade Competitiveness :TC) และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญในการผลิตหรือการส่งออกธุรกิจยางล้อจากหอการค้าไทย สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการธุรกิจยางล้อ และนักวิชาการ ในการเก็บข้อมูลสภาพแวดล้อมทั่วไปทางธุรกิจส่งออก ความสามารถในการแข่งขัน ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม นำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทำการวิเคราะห์ถึงปัญหา อุปสรรค และโอกาสการส่งออกของสินค้ายางล้อรหัสพิกัดศุลกากร 4011 ไปยังตลาดเป้าหมาย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ได้ใช้การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลปริมาณและมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมยางล้อของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาข้อมูลอนุกรมรายปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2560 ถึง 2564 โดยข้อมูลดังกล่าวจะรวบรวมข้อมูลสถิติของ Global Trade Atlas และข้อมูลภาพรวมของอุตสาหกรรมยางล้อจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย สมาคมการส่งออก และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

การเก็บข้อมูลปฐมภูมิสำหรับการศึกษานี้ครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดได้แก่

4.1 ผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการส่งออกทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 1 ท่าน

4.2 ผู้ประกอบการธุรกิจยางล้อเพื่อการส่งออก 1 ท่าน

4.3 นักวิชาการที่เคศศึกษา/วิจัย ในเรื่องที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมยางล้อ 1 ท่าน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่กำหนดไว้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ศึกษาข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสถิติในการอธิบายสภาพทั่วไปของการผลิตและการส่งออกอุตสาหกรรมยางล้อตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยและศึกษาผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการผลิตหรือการส่งออกธุรกิจยางล้อ ผู้ประกอบการธุรกิจยางล้อ และนักวิชาการ ในการเก็บข้อมูลสภาพแวดล้อมทั่วไปทางธุรกิจส่งออก ความสามารถในการแข่งขัน ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมรวมทั้งศึกษาโครงสร้างการผลิตการตลาดและแนวโน้มการส่งออกของอุตสาหกรรมยางล้อของไทยภายใต้ขอบเขตการศึกษาที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางล้อของไทยโดยใช้วิธีการ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ (พัชรินทร์ เหมรา, 2558) ดังนี้

S (Strengths) หมายถึง จุดแข็งทางด้านทรัพยากรที่มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน

W (Weaknesses) หมายถึง จุดอ่อนทางด้านทรัพยากรที่มีศักยภาพและความสามารถเสียเปรียบในการแข่งขัน

O (Opportunities) หมายถึง โอกาสด้านศักยภาพของอุตสาหกรรม

T (Threats) อุปสรรคจากภายนอกมีผลต่อศักยภาพในการแข่งขัน

5.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยในสหรัฐอเมริกาวิเคราะห์ผลคำนวณจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) และคำนวณมูลค่าส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกของรหัสพิกัดศุลกากระบบฮาร์โมนี HS 4011 เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวิเคราะห์ตามวิธีคำนวณทางคณิตศาสตร์ในการคำนวณดังนี้

5.2.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) จากวิธีการคำนวณในทางคณิตศาสตร์เป็นดัชนีที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันโดยพิจารณาจากข้อมูลการส่งออกเชิงประจักษ์เป็นหลัก (Balassa, 1989) โดยค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏจะประเมินความสามารถในการแข่งขันรายสินค้า ในการศึกษานี้ใช้วัดความสามารถของการส่งออกยางล้อรหัสพิกัดศุลกากระบบฮาร์โมนี HS 4011 โดยจะพิจารณาสัดส่วนของมูลค่าสินค้ายางล้อส่งออกของประเทศไทยในการวิเคราะห์เทียบกับมูลค่าสินค้าส่งออกยางล้อทั้งหมดเทียบกับสัดส่วนเดียวกันของประเทศอื่นๆทุกประเทศรวมกันในโลก ผลที่ได้จากการคำนวณประเทศเป้าหมายในการวิเคราะห์มีสัดส่วนการส่งออกสินค้าในสัดส่วนต่อมูลค่าส่งออกทั้งหมดมากกว่าสัดส่วนเดียวกันของประเทศอื่นๆทุกประเทศรวมกันส่งผลให้ผลการวิเคราะห์ว่าประเทศเป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันในสินค้า

$$RCA_{it} = \frac{X_{it} / X_i}{X_{wt} / X_w} \quad (1)$$

โดยที่กำหนดให้	RCA_{it}	หมายถึง	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศ i
	X_{it}	หมายถึง	มูลค่าการส่งออกสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศ i
	X_i	หมายถึง	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i
	X_{wt}	หมายถึง	มูลค่าการส่งออกสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ทั้งหมดของโลก
	X_w	หมายถึง	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

การอ่านผลที่คำนวณได้จากวิธีการคำนวณดัชนี RCA (คณสัน สุริยะ, 2544) กำหนดให้ $RCA > 1$ (ดัชนี RCA มากกว่า 1) หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศไทยกล่าวได้ว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก และ $RCA < 1$ (ดัชนี RCA น้อยกว่า 1) หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศไทยกล่าวได้ว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า และ $RCA = 1$ (ดัชนี RCA เท่ากับ 1) มีความหมายว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศไทยกล่าวได้ว่าทัดเทียมกับค่าเฉลี่ยของโลก ความหมายของค่าที่ได้เปรียบหรือเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบหมายถึงมีความคุ้มค่าที่จะผลิตสินค้านี้ในประเทศไทยเมื่อได้พิจารณาจากต้นทุนค่าเสียโอกาส

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏคือมูลค่าการส่งออกรายปีของสินค้าทั้งหมด (X_i) และรายสินค้าที่พิจารณาของประเทศผู้ส่งออกที่สนใจและมูลค่าการส่งออกรายปีของสินค้าทั้งหมดและ รายสินค้าที่พิจารณาของโลกถ้าหากต้องการเปรียบเทียบกันระหว่างหลายหลายประเทศควรใช้ข้อมูลที่มาจากแหล่งเดียวกัน ข้อมูลมูลค่าการส่งออกที่นำมาคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏใช้ข้อมูลจาก Global Trade Atlas และ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

5.2.2 ส่วนแบ่งการตลาดระหว่างประเทศ (Market Share: MS)

จากวิธีการคำนวณในทางคณิตศาสตร์ $MS_{it} = \frac{X_{it}}{X_{wt}} \times 100 \% \quad (2)$

โดยที่กำหนดให้	MS_{it}	หมายถึง	ส่วนแบ่งการตลาดระหว่างประเทศ
	X_{it}	หมายถึง	มูลค่าการส่งออกสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศ i
	X_{wt}	หมายถึง	มูลค่าการส่งออกสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของโลก

การอ่านผลที่คำนวณได้จากวิธีการคำนวณ $MS > 20\%$ หมายความว่า ส่วนแบ่งการตลาดมีค่ามากกว่าร้อยละ 20 กล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าครองส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกสินค้าในระดับสูงมาก

$10\% < MS \leq 20\%$ หมายความว่า ส่วนแบ่งการตลาดมีค่าอยู่ในช่วงมากกว่าร้อยละ 10 และมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 20 กล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าครองส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกสินค้าในระดับสูง

$0.5\% < MS \leq 10\%$ หมายความว่า ส่วนแบ่งการตลาดมีค่าอยู่ในช่วงมากกว่าร้อยละ 0.5 และมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 10 กล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าครองส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกสินค้าระดับปานกลาง

$MS \leq 0.5\%$ หมายความว่า ส่วนแบ่งการตลาดมีค่าอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 0.5 กล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าครองส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกสินค้าในระดับน้อย

5.2.3 ความสามารถในการแข่งขันทางการค้า (Trade Competitiveness: TC)

$$TC_{it} = \frac{X_{it} - M_{it}}{X_{it} + M_{it}} \quad (3)$$

โดยที่ TC_{it} หมายถึง ดัชนีความสามารถในการแข่งขันสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศ i

X_{it} หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศ i

M_{it} หมายถึง มูลค่าการนำเข้าสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศ i

โดยกำหนดให้ $0.5 \leq TC \leq 1$ หมายความว่า ดัชนีความสามารถในการแข่งขันสินค้า รหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศไทยมีค่าอยู่ในช่วงมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 มีความสามารถในการแข่งขันที่สูง

$0 \leq TC < 0.5$ หมายความว่า ดัชนีความสามารถในการแข่งขันสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศไทยมีค่าอยู่ในช่วงมากกว่าหรือเท่ากับ 0 และน้อยกว่า 0.5 มีความสามารถในการแข่งขันต่ำ

$-0.5 \leq TC < 0$ หมายความว่า ดัชนีความสามารถในการแข่งขันสินค้ารหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศไทยมีค่าอยู่ในช่วงมากกว่า 0 และน้อยกว่าหรือเท่ากับติดลบ 0.5 มีความสามารถในการแข่งขันเสียเปรียบต่ำ

$TC < -0.5$ หมายความว่า ดัชนีความสามารถในการแข่งขันรหัสพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี HS 4011 ของประเทศไทยมีค่าอยู่ในช่วงน้อยกว่าติดลบ 0.5 มีความสามารถในการแข่งขันเสียเปรียบต่ำมาก

ผลการวิจัย

ตารางที่ 5 แสดงมูลค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ดัชนีส่วนแบ่งการตลาดระหว่างประเทศและดัชนีแสดงความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของอุตสาหกรรมยางล้อระหว่างไทยกับเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา

ดัชนี	ประเทศ									
	ไทย					เวียดนาม				
	2560	2561	2562	2563	2564	2560	2561	2562	2563	2564
1. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ RCA	22.10	22.15	20.95	22.52	21.15	29.30	26.43	24.39	25.93	24.27
2. ส่วนแบ่งการตลาดระหว่างประเทศ MS	41.06	42.98	47.54	51.11	48.71	9.61	9.98	11.03	14.14	14.53
3. ความสามารถในการแข่งขัน TC	0.85	0.83	0.85	0.85	0.87	0.18	0.17	0.16	0.28	0.45

จากตารางที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า พิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกยางล้อของไทยกับเวียดนามไปยังสหรัฐอเมริกา พบว่า ปี พ.ศ. 2560-2564 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) อยู่ในระดับได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และค่าดัชนีค่อนข้างคงที่ทั้ง 5 ปี โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 22.52 ในปี พ.ศ. 2563 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ขณะที่ประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) อยู่ในระดับได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแต่มีค่าดัชนีลดลงอย่างช้าๆตาม เวียดนามยังคงมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าประเทศไทยเล็กน้อยโดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 29.30 ในปี พ.ศ. 2560 ลดลงเหลือ 24.27 ในปี พ.ศ. 2564

สำหรับการพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดระหว่างประเทศ (MS) พบว่าประเทศไทยครองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับสูงมากและสูงมากที่สุดถึงร้อยละ 51.11 ในปี 2563 ในขณะที่เวียดนามครองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับน้อย ช่วงปี 2560-2562 จนกระทั่งปี 2563 – 2564 เวียดนามครองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับปานกลางและมีแนวโน้มจะครองส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น

ในส่วนการพิจารณาความสามารถในการแข่งขัน (TC) พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในระดับสูงตลอดระยะเวลาปี 2560-2564 และประเทศเวียดนาม ปี 2560-2562 มีความสามารถในการแข่งขันในระดับต่ำจนกระทั่งปี 2563 – 2564 เวียดนามมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางล้อเพิ่มขึ้น

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางล้อไทย (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

จุดแข็ง

- 1) ประเทศไทยมีแหล่งผลิตยางพาราอันเป็นวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมยางล้อ
- 2) ผู้ผลิตยางล้อของไทยมีผู้ผลิตเป็นต่างชาติจำนวน 11 บริษัท และผู้ผลิตไทยจำนวน 10 บริษัท จุดมุ่งหมายในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลักและการบริโภคภายในประเทศ

- 3) การเติบโตของอุตสาหกรรมยางล้อจะเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมยานยนต์เพราะเป็นสินค้าประกอบกัน
- 4) อุตสาหกรรมยางล้อไทยมีการจัดทำระบบป้ายแสดงข้อมูลยางรถยนต์ตามมาตรฐานสากล ECO Sticker ยางรถยนต์

จุดอ่อน

- 1) การผลิตยางล้อเพื่อการส่งออกที่ผลิตส่งออกไปต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นบริษัทของต่างชาติที่ประเทศไทยทำการรับจ้างผลิตในรูปแบบ OEM เท่านั้น
- 2) ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศเพื่อการส่งออกของประเทศไทยยังไม่เพียงพอต่อปริมาณสินค้าที่ประเทศไทยผลิตได้เพื่อการส่งออกหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง สินค้ายางล้อเกิดอุปทานส่วนเกินในการส่งออก
- 3) ขาดแนวทางสนับสนุนด้านการเงินและสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับผู้ประกอบการให้แก่ผู้ผลิตในประเทศ และขาดการสนับสนุนสิทธิประโยชน์ทางภาษีและไม่ใช้ภาษี
- 4) ขาดการสนับสนุนผู้ประกอบการในการผลิตวัตถุดิบขั้นพื้นฐานสำหรับผลิตยางล้อ เนื่องจากยางล้อหนึ่งเส้นประกอบด้วยวัตถุดิบหลายชนิดที่ประเทศไทยยังต้องนำเข้า ภาครัฐจึงควรให้สิทธิประโยชน์ในอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้องในการผลิตยางล้อ อาทิ เส้นลวดสำหรับยางเรเดียล อุตสาหกรรมเหล็กกล้า

โอกาส

- 1) รัฐบาลเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมยางล้อโดยให้การสนับสนุนโครงการศูนย์ทดสอบยางล้อแห่งชาติ โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และสถาบันยานยนต์ดำเนินโครงการจัดตั้งศูนย์ทดสอบ ณ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อทดสอบรายการเสียงจากยางล้อที่สัมผัสผิวถนน (Noise) การยึดเกาะถนนบนพื้นเปียก (Wet Grip) และความต้านทานการหมุนของยางล้อ
- 2) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ร่วมกับสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) จัดทำระบบป้ายแสดงข้อมูลยางรถยนต์ตามมาตรฐานสากล ECO Sticker ยางรถยนต์ เป็นฉลากสินค้าตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดง ระดับเสียง ความต้านทานการหมุน และการยึดเกาะถนนบนพื้นเปียกของยางล้อ ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการผลิตในระบบจำนวน 206 รายและมีการอนุมัติ ECO Sticker ยางรถยนต์ จำนวน 31,606 ป้าย

อุปสรรค

- 1) ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอดีตคือประเทศจีน เมื่อเกิดสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับประเทศจีนส่งผลให้ประเทศจีนไปลงทุนในประเทศเวียดนามและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการผลิตยางล้อให้แก่เวียดนาม
- 2) ประเทศเวียดนามยังคงได้รับสิทธิทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP) ในการส่งออกสินค้ายางล้อไปสหรัฐอเมริกาในขณะที่ประเทศไทยถูกตัดสิทธิทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP)

อภิปรายผล

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ RCA ของการส่งออกยางล้อ HS 4011 ของประเทศไทยและเวียดนามมีค่ามากกว่า 1 หมายความว่าประเทศไทยและประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกยางล้อไปสหรัฐอเมริกา เมื่อเปรียบเทียบกันพบว่าไทยมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่าเวียดนามเพียงเล็กน้อย อาจเป็นผลเนื่องมาจากประเทศไทยได้ถูกตัดสิทธิทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP) จากประเทศสหรัฐอเมริกาในขณะที่ประเทศเวียดนามยังได้รับสิทธินี้อยู่และอาจเป็นผลอันเนื่องมาจากสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาส่งผลให้ประเทศจีนไปลงทุนในเวียดนามและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการผลิตยางล้อให้แก่เวียดนาม ทำให้เวียดนามมีค่าดัชนี RCA เพิ่มขึ้น ครองส่วนแบ่งการตลาดได้เพิ่มขึ้นและความสามารถในการแข่งขันปัจจุบันเพิ่มขึ้นกว่าในช่วงปี 2560-2562 และจากการศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย(ทองคำ เทียมเทศแก้ว, 2558) การเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกยังคงพึ่งพิงการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกและจากอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมากกว่าศักยภาพด้านการแข่งขันการส่งออกที่แท้จริง เนื่องจากการร่วมมือระหว่างภาครัฐและผู้ผลิตในการนำเทคโนโลยีมาสู่การผลิตยางล้อต้องมีการปรับปรุงให้ทันสมัยเพื่อช่วยลดต้นทุนในการส่งออก และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความสามารถของการส่งออกยางไทยภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจโลก (กฤษณี พิสิษฐกุล และ คณะ, 2558) พบว่าประเทศไทยมีความสามารถการส่งออกยางล้อรถยนต์ได้เป็นอันดับ 1 ในกลุ่มประเทศอาเซียน มีวัตถุดิบยางธรรมชาติในการผลิตยางล้อมีสิทธิประโยชน์สนับสนุนการลงทุน มีศูนย์ทดสอบยางล้ออย่างไรก็ตามพบว่า จุดอ่อนที่สำคัญของยางล้อไทยคือภาษีนำเข้ายางสังเคราะห์และวัตถุดิบอื่นมีอัตราสูง เป็นเพียงผู้ผลิตรายเล็กไม่ก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้พบว่าจุดอ่อนที่สำคัญคือภาษีการนำเข้าเส้นลวดสำหรับยางเรเดียล เหล็กกล้า เป็นต้น โอกาสที่พบในอุตสาหกรรมยางล้อพบว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์โลกเติบโตอย่างต่อเนื่องอันเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้แก่อุตสาหกรรมยางล้อและภาครัฐให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมยางล้อการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็น

ระยะเวลา 8 ปีและในเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลระยะเวลา 8 ปี ลดหย่อนได้ร้อยละ 50 ต่อเนื่องระยะเวลา 5 ปี

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์การแข่งขันระหว่างไทยกับเวียดนามในการส่งออกอุตสาหกรรมยางล้อในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงปี 2560-2564 แม้ว่าประเทศไทยยังคงมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในระดับได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและค่าดัชนีค่อนข้างคงที่ ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงมากและความสามารถในการแข่งขันการส่งออกที่สูงกว่าประเทศเวียดนาม มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นได้รับผลอันเนื่องมาจากสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตามเวียดนามยังคงเป็นคู่แข่งที่น่าจับตามองหลังจากความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นและครองส่วนแบ่งการตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนและอุปสรรคในการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาด้วยการถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรและพิจารณามูลค่าการส่งออกยางล้อของไทยและเวียดนามมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคล้ายกัน มีโครงสร้างตลาดส่งออกยางล้อของไทยและเวียดนามใกล้เคียงกัน ตลาดหลักเป็นสหรัฐอเมริกา มีความแตกต่างกันเพียงที่ผลิตภัณฑ์ยางล้อที่ทำการส่งออก โดยผลิตภัณฑ์ยางล้อหลักของไทยในการส่งออกคือ ยางล้อรถยนต์นั่ง ส่วนผลิตภัณฑ์ยางล้อส่งออกหลักของเวียดนามคือยางล้อสำหรับรถบรรทุก/รถบรรทุก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ประเทศไทยควรเพิ่มตลาดการส่งออกนอกเหนือจากประเทศสหรัฐอเมริกาโดยมีการเร่งทำข้อตกลงทางการค้าเสรี
2. สนับสนุนปัจจัยทางด้านการเงินและเทคโนโลยีให้แก่ผู้ผลิตในประเทศไทยให้มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น
3. ยกระดับเทคโนโลยีการผลิตยางล้อและมีการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เปรียบเทียบประเทศคู่แข่งคือเวียดนามเพียงประเทศเดียวควรนำไปเปรียบเทียบกับประเทศอาเซียนที่มีการส่งออกยางล้อด้วย ซึ่งเป็นแหล่งสำคัญของการผลิตยางล้อเพื่อการส่งออก
2. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้พิจารณาเพียงประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญ ในการศึกษาครั้งหน้าควรศึกษาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพเพิ่มเติม อาทิ กลุ่มประเทศยุโรป แคนาดา

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎี พิสิษฐกุล และ คณะ. (2558). ความสามารถในการส่งออกยางไทยภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจโลก. <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/DocLib/Rubber_Export_Performance.pdf> (สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2565).
- คมสัน สุริยะ. (2544). เทคนิคการแปลความหมายค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด. วารสารเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 5(3), 10-15.
- ทองคำ เทียมเทศแก้ว. (2558). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัยเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พัชรินทร์ เหมรา. (2558). ชีตความสามารถในการแข่งขันส่งออกเครื่องจักรกลและอุปกรณ์เครื่องจักรของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่น อินโดนีเซียและสิงคโปร์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2563). ตลาดรถยนต์และรถจักรยานยนต์เวียดนาม. <https://www.ditp.go.th/contents_attach> (สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2565).
- สถาบันพลาสติก. (2563). โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางฯ. <<http://rubber.oie.go.th/Article.aspx>> (สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2565).
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2564). รายงานการศึกษาเชิงลึกการขยายฐานการผลิตยางล้อเพื่อการส่งออก. <<http://rubber.oie.go.th/Article.>> (สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2565).

การจัดการโลจิสติกส์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตร
ผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ตำบลเต่างอย อำเภอเต่างอย จังหวัดสกลนคร
Logistics Management and Marketing Mix Influencing Agricultural Achievement
of Processed Tomato Products Tao Ngoi Subdistrict Tao Ngoi District
Sakon Nakhon Province

ชญาพร แนนขิต¹ กาญจนารณ์ นิลจินดา² วันวิสา ด่วนตระกูลศิลป์³ เกริกไกร ปริญาพล⁴
E-mail: Chadarporn@snru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของเกษตรกรผู้นำมะเขือเทศมาแปรรูปที่มีอิทธิพลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ในพื้นที่ตำบลเต่างอย อำเภอเต่างอย จังหวัดสกลนคร โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการศึกษาตัวแปรส่วนประสมการตลาด พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายรวมถึงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านการจัดการโลจิสติกส์คือการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง การพยากรณ์ความต้องการผลผลิตการแปรรูปมะเขือเทศ ส่งผลกระทบต่อปริมาณการผลิต พาหนะที่ใช้ในการขนส่งจะส่งผลกระทบต่อผลผลิตจะส่งผลโดยตรงกับรายได้และต้นทุนซึ่งสอดคล้องกับการเลือกรูปแบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพช่วยในเรื่องของการลดต้นทุนการขนส่งและรายได้ที่จะเกิดกับเกษตรกร

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาด การจัดการโลจิสติกส์

Abstract

This study aims to investigate the impact of marketing mix and logistics management on the success of tomato processing farmers in Tao Ngoi Subdistrict, Tao Ngoi District, Sakon Nakhon Province. A purposively selected sample of 200 farmers was administered a questionnaire to collect data. The results indicate that several marketing mix factors, including product quality, price, distribution channels, and marketing promotion, have a significant impact on the success of tomato processing farmers. Effective logistics management, encompassing the management of information from origin to destination, demand forecasting for tomato processing products, and transportation planning, was found to have a direct impact on production volume, costs, and income. The choice of an efficient transportation mode, for instance, reduces transportation costs and increases farmers' income. The findings contribute to the existing literature on the importance of marketing and logistics in enhancing the success of agricultural businesses, particularly those involved in the processing of perishable goods.

Keywords: marketing mix, Logistics management

ความเป็นมาของปัญหา

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรที่อยู่ในพื้นที่นำมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิต ช่วยเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรไว้บริโภคในครัวเรือนเป็นเวลานานโดยไม่เน่าเสีย ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีรูปแบบและรสชาติแตกต่างจากเดิม ช่วยเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผลผลิตทางการเกษตรทำให้บริโภคสะดวกและง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มช่องทางของตลาดให้มากขึ้นตลอดจนช่วยกระจายปริมาณสินค้าเกษตรออกสู่ตลาดในปริมาณที่สมดุล

มะเขือเทศหรือมะเขือเทศราชินีมีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Solanum Lycopersicum L.Var. Cerasiforme* มีถิ่นกำเนิดอยู่ในทวีปอเมริกากลางและอเมริกาเหนือ เป็นพืชประเภทล้มลุกตระกูลเดียวกับมะเขือ ลำต้นมีลักษณะเป็นพุ่มตั้งตรงและมีขนอ่อนปกคลุมทั่วลำต้น ผลมีลักษณะ สี ขนาด และรูปร่างกลมหรือรีเมื่อผลสุกจะมีสีแดง สีส้มหรือสีเหลือง เนื้อภายในผลสุกมีรสอมเปรี้ยว และมีเมล็ดอยู่เป็นจำนวนมาก มะเขือเทศมีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมด้วยวิตามินและแร่ธาตุต่างๆเช่น วิตามินซี วิตามินเอ วิตามินอี

^{1,4} อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ธาตุโพแทสเซียม ธาตุเหล็ก ธาตุแคลเซียมและมีไลโคปีน อัลฟาโทคฟีรอล เบตาแคโรทีน กรดอะมิโน แคโรทีนอยด์และไฟเลตซึ่งเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย มะเขือเทศเชอร์รี่มีสรรพคุณเป็นยา เช่น ยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อรา ลดอาการความดันเลือดสูง บำรุงสายตา บำรุงผิวพรรณและลดอัตราเสี่ยงในการเกิดมะเร็งต่อมลูกหมากและโรคหลอดเลือดหัวใจ(มูลินนิธิหมอชาวบ้าน ออนไลน์) ปัจจุบันผลผลิตมะเขือเทศเชอร์รี่สดของอำเภอต่างอย จังหวัดสกลนครมีปริมาณผลผลิตมากทำให้เกิดความเน่าเสีย ดังนั้นการนำมะเขือเทศเชอร์รี่มาแปรรูปให้เป็นมะเขือเทศเชอร์รี่อบแห้งเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยในการแก้ไขปัญหาการเน่าเสียของมะเขือเทศและเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับมะเขือเทศเชอร์รี่ของอำเภอต่างอยช่วยในการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และทำให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นสำหรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะเขือเทศเชอร์รี่

การลงพื้นที่และการสัมภาษณ์ในเชิงลึกของผู้วิจัยได้รู้ถึงกิจกรรมของกระบวนการแปรรูปมะเขือเทศเชอร์รี่และยังมีหลายประเด็นที่น่าสนใจของเกษตรกร เช่น การส่งเสริมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ สำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้มีเพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ความภักดีของลูกค้าเป็นการวัดผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานด้านการตลาดรูปแบบหนึ่ง โดยจากการศึกษาแนวคิดความภักดีของลูกค้าของ Oliver (1999: 34-39) ที่กล่าวว่า ความภักดีต่อสินค้าเป็นการสร้างความผูกพันอย่างมั่นคงต่อการซื้อซ้ำหรือให้การอุปถัมภ์สินค้าหรือบริการที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมอในอนาคตและไม่ว่าสินค้าอื่นจะนำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้าสู่ส่งเสริมการตลาดอย่างไรก็ตาม (ธัญ ชัยพร, 2560) ลูกค้าที่มีความภักดีต่อสินค้าก็จะไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้าแบรนด์อื่น ความภักดีของลูกค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเมื่อผู้บริโภคไว้วางใจและเชื่อมั่นต่อสินค้าและการบริการจะง่ายต่อการจำหน่ายและสามารถสร้างความแตกต่างจากสินค้าชนิดอื่นได้อย่างชัดเจนทำให้เกิดการแนะนำบอกต่อให้มาซื้อสินค้าและการซื้อซ้ำหรือพร้อมที่จะแสวงหาสินค้าเพื่อซื้ออย่างต่อเนื่องจนเกิดความภักดีต่อสินค้าในที่สุดในการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับภาคการเกษตร จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของเกษตรกรผู้นำมะเขือเทศมาแปรรูปที่มีอิทธิพลที่ต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตร ในพื้นที่เขตอำเภอต่างอย ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้านอกจากการกำหนดนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ ความพร้อมทางด้านปัจจัยทางการตลาดและการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจและการตลาดของภาคการเกษตร ที่จะช่วยให้สามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงการสร้างศักยภาพของระบบเศรษฐกิจทางการเกษตร เพื่อร่วมกันยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อต้องการศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของเกษตรกรผู้นำมะเขือเทศมาแปรรูปที่มีอิทธิพลที่ต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตร ในพื้นที่เขตอำเภอต่างอย

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ส่วนประสมการตลาดของมะเขือเทศแปรรูป อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร

สมมุติฐานที่ 2 การจัดการโลจิสติกส์ของมะเขือเทศแปรรูป อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร

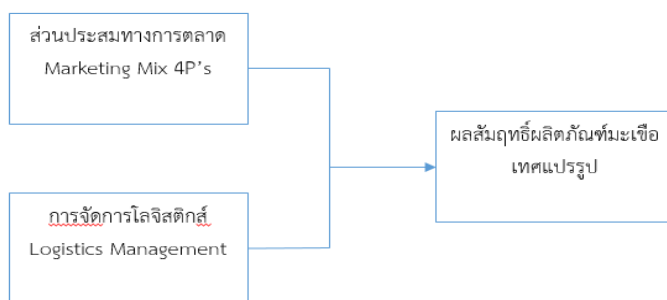
ขอบเขตของวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของเกษตรกรผู้นำมะเขือเทศมาแปรรูปที่มีอิทธิพลที่ต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตร ในพื้นที่เขตอำเภอต่างอย
2. ขอบเขตด้านสถานที่หมู่บ้านนางอย หมู่บ้านโนนปลาไหล หมู่บ้านจันทร์เพ็ญและหมู่บ้านบึงทวาย ตำบลต่างอย อำเภอต่างอย
3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้แปรรูปมะเขือเทศ กลุ่มลูกค้า หน่วยงานภาครัฐ ร้านค้า จำนวน 200 คน

คำจำกัดความ

1. ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์การบริหารจัดการที่นำมาใช้สำหรับเกษตรกรเพาะปลูกมะเขือเทศให้เกิดการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมี 7 ด้านคือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร หลักฐานทางกายภาพ
2. การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กิจกรรมการดำเนินงานของเกษตรกรเพาะปลูกมะเขือเทศที่ตั้งแต่การวางแผนการดำเนินการและการควบคุมการทำงาน การบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้องให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บการรวบรวม การกระจายมะเขือเทศ และการบริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

กรอบแนวคิด



การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) และเชิงคุณภาพ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ผลการศึกษา ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนได้อย่างแน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ ครอนบาคโคซาร์น (Cochran, 1953 อ้างใน อภินันท์ จันตะนี, 2550) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษา เท่ากับ 200 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) กับเกษตรกรในพื้นที่อำเภอต่างอย ลักษณะของข้อมูลที่น่าสนใจในการศึกษา ประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากผลการศึกษา ผลงานวิจัย การค้นคว้าจากบทความในนิตยสารวารสาร สิ่งพิมพ์รวมถึง บทความวิชาการ บทความวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับเกษตรกรผู้แปรรูปมะเขือเทศที่อยู่ในพื้นที่หมู่บ้านนางอย หมู่บ้านโพนปลาโหล หมู่บ้านจันทร์เพ็ญและหมู่บ้านบึงทวาย ตำบลต่างอย อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=200)

	ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	76	38
	หญิง	124	62
อายุ	น้อยกว่า 40 ปี	24	12
	41-50 ปี	50	25
	51-60 ปี	84	42
	มากกว่า 60 ปี	42	21
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าประถมศึกษา	20	10
	ประถมศึกษา	100	50
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	20
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	30	15
	อนุปริญญาตรี/ปวส.	10	5
ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพทางการเกษตร	น้อยกว่า 20 ปี	130	65
	ระหว่าง 21-30 ปี	40	20
	ระหว่าง 31-40 ปี	20	10
	ระหว่าง 40ปีขึ้นไป	10	5
ประเภทของผลผลิตทางการเกษตร	มะเขือเทศ	114	57
	ข้าว	60	30
	อื่นๆ	26	13

ผลการศึกษาลักษณะของข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการเกษตรมะเขือเทศในพื้นที่อำเภอต่างอย กลุ่มของผู้ให้ข้อมูล จำนวน 200 คน (ตาราง 1) เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 76 คน ร้อยละ 38 เพศหญิง 124 ร้อยละ 62 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 42 ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพทางการเกษตร น้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 65 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด นอกจากนี้ยังพบว่า เกษตรกรทำการเพาะปลูกมะเขือเทศเป็นส่วน ใหญ่คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือปลูกข้าวคิดเป็นร้อยละ 30 นอกนั้นเป็นผลผลิตทางการเกษตรอื่น เช่น การปลูกผัก ผลไม้ตามความ ต้องการของโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ 3 (ต่างอย) จังหวัดสกลนคร

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทางการเกษตรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร		ความถี่	ร้อยละ
ประมาณการผลิต	น้อยกว่า 3 ตัน	130	65
	ระหว่าง 3 – 5 ตัน	50	25
	ระหว่าง 6- 10 ตัน	20	10
	มากกว่า 10 ตัน	0	0
ประมาณการรายได้	น้อยกว่า 50,000 บาท	50	25
	ระหว่าง 50,001-100,000 บาท	140	65
	ระหว่าง 100,001-150,000 บาท	5	2.5
	ระหว่าง 150,001–200,000 บาท	5	2.5
	มากกว่า 200,000 บาท	0	0
ประมาณการต้นทุน	น้อยกว่า 10,000 บาท	30	15
	ระหว่าง 10,001-20,000 บาท	140	70
	ระหว่าง 20,001-30,000 บาท	15	7.5
	ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท	10	5
	มากกว่า 50,000 บาท	5	2.5
ลักษณะการขายผลผลิต	นำไปขายเอง	44	22
	พ่อค้าคนกลางมารับซื้อ	25	12.5
	แปรรูปก่อนจำหน่าย	116	58
	อื่นๆ	13	6.5
การคัดเกรดผลผลิตก่อนจำหน่าย	มี	25	12.5
	ไม่มี	175	87.5

ผลการศึกษาข้อมูลทางการเกษตรเกษตรกรผู้ปลูกมะเขือเทศราชินีในพื้นที่อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร (ตาราง 2) พบว่า ปริมาณผลผลิตมะเขือเทศราชินีของเกษตรกรส่วนใหญ่มีจำนวนน้อยกว่า 3 ตันคิดเป็นร้อยละ 65 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 70 ผลผลิตนำไปแปรรูปก่อนจำหน่าย ร้อยละ 58 และเกษตรกรส่วนใหญ่จะทำการจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูปโดยไม่มีการคัดแยกประเภทหรือคัดมาตรฐานของมะเขือเทศแปรรูปก่อนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 87.50

ส่วนที่ 2 ความสำคัญการจัดการโลจิสติกส์การตลาดของมะเขือเทศแปรรูป อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร

ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 ราย สามารถสรุปคะแนนเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะและ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นการกำหนดข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลผลิต ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์การตลาดของมะเขือเทศแปรรูป อำเภอต่างอย

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนประสมการตลาดมะเขือเทศแปรรูป

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
ผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป				
ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์	3.30	1.21	ปานกลาง	3
ชนิด/ประเภทของผลิตภัณฑ์	3.46	1.08	มาก	1
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.38	1.14	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41	1.11		
ราคามะเขือเทศแปรรูป				
การเปลี่ยนแปลงราคา	3.70	1.27	มาก	1
การกำหนดราคา	3.37	1.38	ปานกลาง	4
ข้อมูลราคาตลาดกลาง	3.46	1.36	มาก	3
อำนาจในการต่อรองการกำหนดราคา	3.54	1.44	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51	1.36		
ช่องการจัดจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูป				
ขั้นตอนการซื้อ	3.05	1.32	ปานกลาง	4
ปริมาณในการรับซื้อ	3.42	1.41	มาก	2
ความน่าเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์	3.27	1.37	ปานกลาง	3
ตลาดรับซื้อของผู้บริโภค	3.47	1.44	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30	1.21		
ปัจจัยอื่น				
ต้นทุนการแปรรูป	3.84	1.18	มาก	1
พาหนะในการขนส่ง	3.38	1.48	ปานกลาง	3
ข้อมูลการประชาสัมพันธ์	3.55	1.27	มาก	2
ความรู้การแปรรูป	3.31	1.31	ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52	1.31		

Cronbach's Alpha (α) = 0.9351

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการแสดงส่วนประสมทางการตลาดของมะเขือเทศแปรรูปในเขตพื้นที่อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป พบว่าชนิด/ประเภทของผลิตภัณฑ์แปรรูปมีความสำคัญต่อการแปรรูปมะเขือเทศเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 3.46 รองลงมาคือในเรื่องของคุณภาพการแปรรูปมะเขือเทศ คิดเป็นร้อยละ 3.38 และลำดับสุดท้ายของด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูปคือ เรื่องของความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 3.30

ปัจจัยในด้านของราคามะเขือเทศแปรรูป พบว่า การเปลี่ยนแปลงในด้านของราคามะเขือเทศสดและส่วนประกอบวัตถุดิบในการแปรรูปมีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 3.70 รองลงมาคือ อำนาจในการต่อรองราคาไม่ต่ำจะเป็นในส่วนของมะเขือเทศวัตถุดิบส่วนประกอบอื่นหรือราคาที่ขายให้กับผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 3.54 ปัจจัยข้อมูลราคาส่งกลางราคาตลาด ราคาโรงงานหลวงคิดเป็นร้อยละ 3.46 และปัจจัยในการกำหนดราคามะเขือเทศแปรรูปคิดเป็นร้อยละ 3.37

ปัจจัยในด้านช่องการจัดจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูป ผลการศึกษาพบว่าในด้านของตลาดรับซื้อของผู้บริโภคมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 3.47 รองลงมาคือด้านปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ คิดเป็นร้อยละ 3.42 ด้านความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ คิดเป็นร้อยละ 3.27 และลำดับสุดท้ายของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูปคือขั้นตอนในการซื้อคิดเป็นร้อยละ 3.05

ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการตลาดที่ถือว่าเป็นส่วนประสมการตลาดของการแปรรูปมะเขือเทศ อำเภอต่างอยประกอบไปด้วยด้านต่างๆ ผลการศึกษาพบว่า ด้านต้นทุนที่ใช้สำหรับการแปรรูปมีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.84 ลำดับรองลงมาคือด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 3.55 ด้านพาหนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์แปรรูปให้กับผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 3.38 และปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดของด้านปัจจัยอื่นๆ คือความรู้ในการแปรรูปมะเขือเทศแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 3.31

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการโลจิสติกส์มะเขือเทศแปรรูป อำเภอต่างอย

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
การพยากรณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป				
การประมาณการความต้องการของตลาด	3.54	1.07	มาก	2
การวางแผนเรื่องของการใช้ส่วนประกอบเช่น วัตถุดิบต่างๆ และเงินทุน	3.91	0.84	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	0.96		
การขนส่งผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ				
การวางแผนการขนส่งผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค	3.51	1.23	มาก	4
ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง	3.85	1.09	มาก	5
ปริมาณผลิตภัณฑ์ตรงตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค	3.88	1.10	มาก	1
ช่องทางการขนส่งที่เหมาะสมและประหยัด	3.71	1.13	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74	0.94		
การบริหารจัดการคลังสินค้า				
การวางแผนจัดการคลังสินค้า	3.23	1.35	ปานกลาง	3
การบันทึกรายการสินค้าคงคลัง	3.20	1.46	ปานกลาง	4
การกำหนดพื้นที่ใช้สอยภายในคลังสินค้า	3.30	1.37	ปานกลาง	1
การออกแบบการถ่ายเทผลิตภัณฑ์เข้า-ออก	3.27	1.45	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24	1.41		
การดำเนินงานตามคำสั่งซื้อ				
ขั้นตอนการรับคำสั่งซื้อถูกต้องและรวดเร็ว	3.91	1.14	มาก	2
การสื่อสารกับผู้บริโภค	3.92	1.21	มาก	1
การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	2.57	1.67	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53	1.06		
สถานที่ในการแปรรูปมะเขือเทศ				
ความสะดวกในการเดินทาง	4.25	1.10	มากที่สุด	2
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	3.84	1.12	มาก	4
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับลูกค้า	4.03	1.06	มาก	3
การเดินทางของลูกค้ามาถึงที่ทำการแปรรูป	4.26	0.88	มากที่สุด	1
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	1.04		

Cronbach's Alpha (α) = 0.9351

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการโลจิสติกส์มะเขือเทศแปรรูปผลการศึกษาพบว่า อำเภอต่างอยด้านการพยากรณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญมากกับการวางแผนเรื่องของการใช้ส่วนประกอบเช่น วัตถุดิบต่างๆและเงินทุนเพราะเป็นขั้นตอนที่ต้องใช้เงินลงทุนและการประมาณการอย่างถี่ถ้วนเพื่อไม่ให้เกิดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 3.91และรองลงมาคือการประมาณการความต้องการของตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.54

ด้านการขนส่งผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับปริมาณผลิตภัณฑ์ตรงตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภคเพราะมองว่าการที่ดำเนินการส่งผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามคำสั่งซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 3.88 รองลงมาคือระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง ต้องใช้เวลาให้น้อยที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 3.85 ช่องทางการขนส่งที่เหมาะสมและประหยัดต้นทุนในการขนส่งผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 3.71และลำดับสุดท้ายในเรื่องของการขนส่งผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศคือการวางแผนการขนส่งผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 3.51

ด้านการบริหารจัดการคลังสินค้า ผลการศึกษาพบว่าการบริหารจัดการคลังสินค้าให้ความสำคัญในเรื่องการกำหนดพื้นที่ใช้สอยภายในคลังสินค้าเพื่อสามารถใช้ประโยชน์ของพื้นที่ภายในคลังสินค้าให้ได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.30 อันดับรองลงมาคือการออกแบบการถ่ายเทผลิตภัณฑ์เข้า-ออก การนำเข้าของวัตถุดิบเพื่อนำมาใช้ในการแปรรูปมะเขือเทศและการนำของสินค้าสำเร็จรูปที่

ผ่านกระบวนการแปรรูปเรียบร้อยแล้วพร้อมนำผลิตภัณฑ์ส่งให้กับผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 3.27 ส่วนในเรื่องของการวางแผนจัดการคลังสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.23 และสุดท้ายคือการบันทึกการรายการสินค้าคงคลัง การจดบันทึกการรายการวัตถุดิบ งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูป คิดเป็นร้อยละ 3.20

ด้านการดำเนินงานตามคำสั่งซื้อ ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคเพราะถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการทำการค้า คิดเป็นร้อยละ 3.92 ลำดับต่อมาคือขั้นตอนการรับคำสั่งซื้อถูกต้องและรวดเร็ว การตรวจสอบคำสั่งซื้อเพื่อให้ได้ทราบถึงความต้องการและปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ คิดเป็นร้อยละ 3.91 แต่ยังคงมีปัญหาในเรื่องของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่นั่นก็คือเรื่องของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.57

ด้านสถานที่ในการแปรรูปมะเขือเทศ ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุดกับการเดินทางของลูกค้านำมาถึงที่ทำการแปรรูป เพราะลูกค้าสามารถเข้าถึงแหล่งผลิตและสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 4.26 ความสะดวกในการเดินทางเส้นทางการเดินทางสะดวกสบายใช้เวลาในการเดินทางไม่นานมาก คิดเป็นร้อยละ 4.25 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับลูกค้าเพราะเป็นแหล่งชุมชนและเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร คิดเป็นร้อยละ 4.03 ส่วนสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 3.84

ด้านการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบในการแปรรูป ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรจะให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการเลือกอุปกรณ์ที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 3.90 และคำนึงถึงเรื่องต้นทุนการเคลื่อนย้ายสำหรับการขนส่งตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 3.84

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลสัมฤทธิ์ผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
ปริมาณผลผลิตมะเขือเทศแปรรูป	3.75	0.76	มาก	2
รายได้จากการขายมะเขือเทศแปรรูป	3.86	0.86	มาก	1
ต้นทุนการแปรรูป	3.75	1.20	มาก	2

Cronbach's Alpha (α) = 0.9351

จากตารางที่ 5 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลสัมฤทธิ์ผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ผลการศึกษาพบว่ารายได้จากการขายมะเขือเทศแปรรูปสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยมีความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 3.86 รองลงมาคือปริมาณผลผลิตมะเขือเทศแปรรูปและต้นทุนการแปรรูปสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้เช่นกัน

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรหรือไม่นั้นในการศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษางานวิจัยโดยกำหนดให้ตัวแปรในเรื่องของโลจิสติกส์และส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และกำหนดให้ผลสัมฤทธิ์การแปรรูปมะเขือเทศ เป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) ซึ่งประกอบด้วย ปริมาณผลผลิตมะเขือเทศแปรรูป รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศและต้นทุนการแปรรูป

ตารางที่ 6 แสดงอิทธิพลของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลสัมฤทธิ์การแปรรูปมะเขือเทศ

ตัวแปร	ผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตร		
	ปริมาณผลผลิตมะเขือเทศแปรรูป (β)	รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ (β)	ต้นทุนการแปรรูป (β)
ปัจจัยผลผลิตมะเขือเทศแปรรูป	0.58	0.179**	0.124*
ปัจจัยราคามะเขือเทศแปรรูป	0.117	0.067	0.053
ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูป	0.299**	0.086	0.047
ปัจจัยอื่น	0.355**	0.244**	0.311**
Adj. R^2	0.10	0.10	0.06
F	10.979**	12.228**	7.473**
Durbin-Watson	1.622	1.858	2.144

Note: ** Sig. at .01, *Sig. at .05

จากตารางที่ 6 แสดงอิทธิพลของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลสัมฤทธิ์การแปรรูปมะเขือเทศในเขตพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ประกอบไปด้วย หมู่บ้านนางอย หมู่บ้านโพนปลาโหล หมู่บ้านบึงทวายและหมู่บ้านจันทร์เพ็ญ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อปริมาณผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศเท่ากับ 10 เปอร์เซ็นต์ ($Adj.R^2 = 0.10$, $F=10.979$, $P<.01$) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซ็นต์ ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปรคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูป ($\beta = 0.299$, $P<.01$)และปัจจัยด้านอื่น ($\beta = 0.355$, $P<.01$) ตามลำดับ ในขณะที่ตัวแปรผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูปและราคามะเขือเทศแปรรูปไม่ได้มีอิทธิพลต่อปริมาณผลผลิตทางการเกษตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ เท่ากับ 10 เปอร์เซ็นต์ ($Adj.R^2 = 0.10$, $F=12.228$, $P<.01$) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซ็นต์ ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปรคือตัวแปรผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ($\beta = 0.179$, $P<.01$) และ ปัจจัยอื่น ($\beta = 0.244$, $P<.01$) ตามลำดับ ส่วนตัวแปรราคามะเขือเทศแปรรูปและช่องทางการจัดจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูปไม่ได้มีอิทธิพลต่อรายได้รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ต้นทุนการแปรรูปเท่ากับ 6 เปอร์เซ็นต์ ($Adj.R^2 = 0.06$, $F=7.473$, $P<.01$) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซ็นต์ ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ($\beta = 0.124$, $P<.01$)และ ปัจจัยอื่น ($\beta = 0.311$, $P<.01$) ตามลำดับ ส่วนตัวแปรราคามะเขือเทศแปรรูปและช่องทางการจัดจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูปไม่ได้มีอิทธิพลต่อรายได้รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษา ยอมรับสมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมการตลาดของมะเขือเทศแปรรูป อำเภอต่าง ๆ จังหวัดสกลนคร

ตารางที่ 7 แสดงอิทธิพลตัวแปรการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การแปรรูปมะเขือเทศ

ตัวแปร	ผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตร		
	ปริมาณผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป (β)	รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ (β)	ต้นทุนการแปรรูป (β)
การพยากรณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป	0.307*	0.193**	0.202**
การขนส่งผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ	0.001	0.142*	0.212**
การบริหารจัดการคลังสินค้า	-0.162	0.109*	-0.022
การดำเนินงานตามคำสั่งซื้อ	0.366	0.300**	-0.072
สถานที่ในการแปรรูปมะเขือเทศ	-0.050	0.070	0.159*
การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบในการแปรรูป	-0.122	0.124*	0.354
Adj. R^2	0.26	0.22	0.13
F	19.650**	17.799**	9.057**
Durbin-Watson	1.348	1.390	1.995

Note: ** Sig. at .01, *Sig. at .05

จากตารางที่ 7 แสดงอิทธิพลของตัวแปรทางด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การแปรรูปมะเขือเทศในเขตพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ประกอบไปด้วย หมู่บ้านนางอย หมู่บ้านโพนปลาโหล หมู่บ้านบึงทวายและหมู่บ้านจันทร์เพ็ญ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ตัวแปรทางด้านการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อปริมาณผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศเท่ากับ 26 เปอร์เซ็นต์ ($Adj.R^2 = 0.26$, $F=19.650$, $P<.01$) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซ็นต์ เฉพาะตัวแปรด้านการพยากรณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ($\beta = 0.307$, $P<.05$) เท่านั้นในขณะที่ตัวแปรอื่นไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตัวแปรทางด้านการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศเท่ากับ 22 เปอร์เซ็นต์ ($Adj.R^2 = 0.22$, $F=17.799$, $P<.01$) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซ็นต์ ประกอบไปด้วย 5 ตัวแปรคือตัวแปรการพยากรณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ($\beta = 0.193$, $P<.01$) ระบบการขนส่งผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ ($\beta = 0.142$, $P<.05$) การบริหารจัดการคลังสินค้า ($\beta = 0.109$, $P<.01$) การดำเนินงานตามคำสั่งซื้อ ($\beta = 0.300$, $P<.01$)และการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบในการแปรรูป ($\beta = 0.124$, $P<.05$) ตามลำดับ ตัวแปรทางด้านการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อต้นทุนการแปรรูปเท่ากับ 13 เปอร์เซ็นต์ ($Adj.R^2 = 0.13$, $F=9.057$, $P<.01$) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซ็นต์ ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปร คือ การพยากรณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป ($\beta = 0.202$, $P<.01$) การขนส่งผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศ ($\beta = 0.212$, $P<.01$) และสถานที่ในการแปรรูปมะเขือเทศ ($\beta = 0.159$, $P<.05$) ตามลำดับ

ผลการศึกษา ยอมรับสมมติฐานที่ 2 การจัดการโลจิสติกส์ของมะเขือเทศแปรรูป อำเภอต่าง ๆ จังหวัดสกลนคร

อภิปรายผล

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางการเกษตรของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรจำนวน 200 ราย ในพื้นที่อำเภอต่างอยซึ่งประกอบไปด้วยหมู่บ้านนางอย หมู่บ้านโนนปลาไหล หมู่บ้านบึงหวายและหมู่บ้านจันทร์เพ็ญพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกมะเขือเทศส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพเกษตรกรเป็นหลัก ทำการเพาะปลูกพืชที่สอดคล้องกับความต้องการของโรงงานหลวงที่ 3 สกลนคร เนื่องจากว่าเป็นพื้นที่การดูแลของโครงการหลวงส่งเสริมการปลูกพืชสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยพืชที่เพาะปลูกเป็นพืชจำพวก มะเขือเทศ ข้าวโพด ข้าว นอกจากนี้ยังเป็นผลผลิตทางเกษตรอื่นๆเช่น ผักสวนครัว ฝรั่ง มั้มเบอร์รี่ และดอกดาวเรือง ผลผลิตของมะเขือเทศราชินีซึ่งถือว่าเป็นมะเขือเทศพันธุ์ใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันเนื่องด้วยความต้องการของผู้บริโภคในด้านการรักษาสุขภาพมีมากขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตมะเขือเทศราชินีมีประมาณ 3-5 ตัน มีรายได้เฉลี่ยอยู่ประมาณ 50,000 -100,000 บาทต่อปี มีต้นทุนการผลิตอยู่ที่ประมาณร้อยละ50ของรายได้ โดยส่วนใหญ่ทำการจำหน่ายผลผลิตแบบมีการแปรรูป ไม่มีการคัดแยกประเภทและคุณภาพหรือคัดตามมาตรฐานของผลผลิตทางการเกษตรก่อนจำหน่าย สอดคล้องกับรายงานผลการดำเนินงานของโครงการหลวงที่ 3 สกลนครและรายงานสำนักงานเกษตรอำเภอต่างอย (2564) ซึ่งได้อธิบายว่า ลักษณะของการจำหน่ายมะเขือเทศแปรรูปของอำเภอต่างอยเป็นแบบดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่คือการมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อ ทำหน้าที่คัดแยกและนำผลผลิตไปขายแทนเกษตรกร หรือตัวแทนเกษตรกรที่มีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน นำผลผลิตไปขายตามงานต่างๆเช่น การแสดงสินค้าโอท็อป งานแสดงสินค้าในพื้นที่ต่างๆจากลักษณะของการจำหน่ายผลผลิตเกษตรกรมะเขือเทศแปรรูปดังกล่าวจะทำให้เกษตรกรนั้นไม่สามารถต่อรองราคาผลผลิตได้ แต่จะทำการจำหน่ายในลักษณะเหมาตามราคาพ่อค้าคนกลางเป็นคนกำหนดและการที่เกษตรกรนำสินค้าไปขายเอง โดยการใช้พาหนะในการขนส่งพบว่า การเคลื่อนย้ายผลผลิตอาศัยลักษณะการขนส่งที่ใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือเช่าเหมารถรับจ้างที่มีในชุมชนเกิดขึ้นทุนเพิ่มขึ้นและลักษณะของการขนส่งเป็นการขนส่งแบบวิ่งรถในเที่ยวเปล่าทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นโดยเปล่าประโยชน์ส่งผลต่อต้นทุนการขนส่งของเกษตรกรที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ รายได้ที่จะได้รับกลับมาน้อยลงเนื่องจากมีต้นทุนค่าขนส่งเข้ามาเพิ่ม

ในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตรของมะเขือเทศแปรรูปสอดคล้องกับผลการศึกษาของโสภิตา รัตนสมโชค (2558) ที่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครระยะที่ 3 (บีทีเอส) เพราะปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบริหารหรือการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรนั้น เกษตรกรควรมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางด้านการตลาดควบคู่ไปกับการกิจกรรมทางการเกษตร การค้นหาความต้องการและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งในส่วนของผลผลิตการแปรรูปมะเขือเทศของเกษตรกรอำเภอต่างอย ให้ความสำคัญกับเรื่องของความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นการแปรรูปมะเขือเทศแบบอบแห้ง แยมมะเขือเทศ คานึงถึงเรื่องของคุณภาพของผลผลิตพันธุ์ ชนิดและประเภทของผลผลิตพันธุ์ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค โดยทำการแปรรูปตามที่ลูกค้าต้องการไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของรูปแบบ รสชาติ ปริมาณ ที่ส่งออกจำหน่ายยังตลาดซึ่งเป็นความต้องการของตลาดตลอดทั้งปี นอกจากนี้เกษตรกรยังให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยของผลผลิตพันธุ์การแปรรูปมะเขือเทศที่นำออกสู่ตลาด ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายเกษตรกรยังยึดติดกับตลาดที่มีพ่อค้าคนกลางทางการตลาดแบบเดิมและได้มีการพัฒนาการขายแบบที่ติดต่อกับลูกค้าโดยอาศัยการใช้สื่อเทคโนโลยีเข้ามาช่วยโดยการดึงกลุ่มหนุ่มสาวในชุมชนเข้ามาเป็นส่วนร่วมในการดำเนินงานเนื่องจากเหตุการณ์โควิดที่ผ่านมามีอีกหนึ่งช่องทางที่ใช้เพิ่มยอดขายให้กับเกษตรกร เกษตรกรได้รับความสูญเสียอำนาจในการต่อรองราคาผลผลิตเนื่องจากพ่อค้าคนกลางและมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลสัมฤทธิ์ เช่น ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการแปรรูป ค่าปุ๋ย ค่ายาปราบศัตรูพืช ค่าใช้จ่ายในการเตรียมสถานที่เพาะปลูก ค่าเก็บเกี่ยวผลผลิต ค่าแก๊ส ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันคือค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลต่อราคาสินค้าที่ทำให้สูงขึ้น ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพและปริมาณของผลผลิตการแปรรูปมะเขือเทศ รายได้ของเกษตรกรจากการขายผลผลิตแปรรูปและต้นทุนในการดำเนินงาน

ในขณะที่ ผลการศึกษาด้านการจัดการด้านโลจิสติกส์ พบว่า มีผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตรเช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของอนัญญา บรรยงพิศุทธิ์ (2564) อธิบายไว้ว่าระบบการบริหารจัดการที่ดีเกี่ยวข้องการพื้นฐานของเรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่าย การเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บวัตถุดิบ งานระหว่างทำ สินค้าสำเร็จรูป รวมไปถึงการติดต่อสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง การผลิตสินค้าการแปรรูปการกระจายสินค้าถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยผลการศึกษาพบว่า การพยากรณ์ความต้องการผลผลิตการแปรรูปมะเขือเทศ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อปริมาณการผลิต พาหนะที่ใช้ในการขนส่งจะส่งผลผลิตจะส่งผลโดยตรงกับรายได้และต้นทุนซึ่งสอดคล้องกับการเลือกรูปแบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพช่วยในเรื่องของการลดต้นทุนการขนส่งและรายได้ที่จะเกิดกับเกษตรกร ยังพบว่าการบริหารจัดการคลังสินค้าและเรื่องของการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อรายได้ของเกษตรกรซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเอกชัย คุปตาวาทิน (2561) ที่ได้อธิบายว่า ระบบโลจิสติกส์ที่ดีจะช่วยลดต้นทุนจากการถือครองสินค้าคงคลังเพราะเป็นสาเหตุให้เกิดขึ้นทุนเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา ค่าใช้จ่ายที่เกิด

จากปริมาณของที่เสียหายระหว่างการจัดเก็บและค่าเสียโอกาสของเงินหากสามารถจัดส่งและเก็บเงินคืนจากการขายได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากเกษตรกรสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะสามารถลดต้นทุนเหล่านี้ลงได้ ในขณะเดียวกันเมื่อเกษตรกรมีต้นทุนที่ลดน้อยลงก็เท่ากับว่ามีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ในส่วนของการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพจะเป็นอีกเรื่องที่จะช่วยลดต้นทุน อันเกิดจากช่องทางโลจิสติกส์และส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกรที่จะได้รับเพิ่มมากขึ้น แต่ในการทำวิจัยครั้งนี้พบปัญหาอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นในเรื่องของการจัดการโลจิสติกส์คือการที่เกษตรกรไม่ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บที่รายการของวัตถุดิบ การวางแผนการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ การจัดเก็บที่ปริมาณสินค้าคงเหลือ สินค้าผลิตสำเร็จ การกำหนดพื้นที่ในการใช้สอยภายในคลังสินค้า การจัดเก็บ การออกแบบการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบแต่เกษตรกรกลับเลือกให้ความสนใจและให้ความสำคัญมากกับการเลือกอุปกรณ์ที่ใช้ในการขนย้ายและต้นทุนในการเคลื่อนย้ายผลผลิตการแปรรูปมะเขือเทศ

ดังนั้น จากผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบว่าจัดการโลจิสติกส์และการตลาดในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดทั้งคูมีความสำคัญต่อผลสัมฤทธิ์ของการแปรรูปมะเขือเทศที่จะช่วยในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับเกษตรกร อำเภอต่างอยจังหวัดสกลนคร ได้อย่างมีประสิทธิภาพสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับเกษตรกรและยังเป็นการส่งเสริมการยกระดับการแข่งขัน ขยายพื้นที่การส่งผลิตภัณฑ์จากภายในชุมชนสู่ระดับจังหวัด ระดับประเทศและต่างประเทศอย่างมั่นคง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ David S. Conner (2009) กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นโอกาสที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง เทคโนโลยีการขยายตลาดสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันและการจัดการโลจิสติกส์เป็นเรื่องการบริหารจัดการการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม และการกระจายตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทางโดยสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับการศึกษาของ Xi Yan Han (2011) การจัดการโลจิสติกส์เข้ามาช่วยการดำเนินงานของเกษตรกรให้ได้ปริมาณผลผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคและช่วยในเรื่องของการจัดการต้นทุนที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรและโลจิสติกส์เข้ามาช่วยในเรื่องของการพัฒนาการขนส่งให้สามารถส่งผลิตภัณฑ์ถึงมือลูกค้าได้อย่างทันเวลา ทำให้คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตมะเขือเทศแปรรูปตลอดห่วงโซ่ สนับสนุนด้านการผลิต การบริการ การรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน เกิดการร่วมกลุ่มที่เข้มแข็งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มะเขือเทศ สนับสนุนการยกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ส่งเสริมและพัฒนาเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยในเรื่องของการลดต้นทุน เกิดการผลิตที่ยั่งยืนเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์การเกษตร และทำการส่งเสริมภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐให้เข้ามามีบทบาทในชุมชนร่วมกันช่วยเหลือชุมชนบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เกิดการตลาดที่เข้มแข็ง
2. ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้ความสามารถในการผลิตสินค้าทางการเกษตร การแปรรูปที่ปลอดภัยตามระบบบริหารจัดการคุณภาพและได้ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและสามารถแข่งขันในระบบการผลิตสินค้าเกษตรเพื่อสิ่งแวดล้อม มีการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน เพิ่มช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคและผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
3. ควรมีการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ของเกษตรกร พัฒนาระบบการผลิตแบบเกษตรกรรมสู่อุตสาหกรรม เชื่อมโยงการดำเนินงานด้านข้อมูล การนำเข้าการส่งออกของข้อมูลตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทางเพื่อเป็นกลยุทธ์การขับเคลื่อนเสริมสร้างศักยภาพและการยกระดับประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ การจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลังช่วยในเรื่องของการลดต้นทุนเพิ่มรายได้เพื่อยกระดับมาตรฐานในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และทำให้เกิดระบบฐานข้อมูลการตลาดที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กิตติชัย เจริญชัย. (2558). การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิชิมา ระย้าแก้ว และ วรณโณ พงสุวรรณ. (2555). ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นการตลาดการจัดการโซ่อุปทานและประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม. วารสารคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 35(136).
- ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, นพพร เทพสิทธิ และ จตุพร ชัฒนดิลก. (2562). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในงานโลจิสติกส์. การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 6 วันที่ 30 กันยายน 2562.

- เผด็จ ทุกข์สุญญ, จักรกฤษณ์ ชำทอง และ ภูริพัฒน์ กัณหาบุญ. (2561). ส่วนประสมการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของภาคการเกษตรในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 11(1), 1906-3431.
- อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์. (2564). แนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของใบโพธิ์พาในจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิจัยศิลปวิทยาการลุ่มน้ำโขง*, 29(2), 39-52.
- อภิรักษ์ จันทะนี. (2550). *สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อัมพวรรณ หนูพระอินทร์ และ ชีรารธรรม จันทรแสง. (2563). โลจิสติกส์กับการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยยุค4.0. *วารสารมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 9(1), 118-129.
- เอกชัย คุปตาวาทิน. (2561). แนวทางการลดต้นทุนโลจิสติกส์ กรณีศึกษาเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ตำบลบ้านค้อ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2), 48-74.
- David S. Conner, Adam D. Montri, Dru N. Montri and Michael W. Hamm. (2009). *Consumer demand for local produce at extended season farmers' markets: guiding farmer marketing strategies*. Published online by Cambridge University Press: 18 September 2009.
- Joseph c.Andraski and Robert A. Novack. (1996). Marketing logistics value: managing 5p. *Journal of business logistics*, 7(1), 23-34.
- Maria Vernuccio, Alessandra Cozzolino and Laura Micheli. (2010). An exploratory study of marketing, logistics, and ethics in packaging innovation. *European Journal of Innovation Management*, 13(3), 333-354.
- Olga V. Grishchenko, Vasilii S. Kireev, Lyudmila I. Dubrova, Marina B. Yanenko and Ruslan Ya.Vakulenko. (2016). Organization, Planning and Control of Marketing Logistics. *International Journal of Economics and Financial*, 6(S8), 166-172.
- Patricia J. Daugherty, Haozhe Chen, Daniel D. Mattioda and Scott J. Grawe. (2011). Marketing Logistics relationships: influence on capabilities and performance. *Journal of business Logistics*, 30(1), 1-18.
- Stank, Theodore P, Daugherty, Patricia J, Ellinger and Alexander E. (1999). Marketing/Logistics Integration and Firm Performance. *The International Journal of Logistics Management*, 10(1), 11-24(14).
- Xi Yan Han. (2011). Fresh Agricultural Products Logistics under “Farmer-Supermarket Direct-Purchase” Problems and Suggestions Analysis. *Applied Mechanics and Materials*, (Volumes 97-98).

ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนใน
การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด
The Relationship Between Community Participation and Public Marketing Mix Factors
in OTOP Community Product Development Ban Lert Moo 7, Bunglert Sub-district,
Meyavadee District, Roi Et Province

รุ่งวิทย์ ตรีกุล¹ ตรีธิดา บุญทศ² ญาณกร เขตศิริสุข³
E-mail: Treetida.baac@reru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้การมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด ประชากรในการศึกษา คือ ประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 393 คน (เทศบาลตำบลมะยวดี ข้อมูล ณ วันที่ 17 ธันวาคม 2562) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 180 คน โดยคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติเชิงอนุมาน (การทดสอบไคสแควร์ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด มีการรับรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D.= 0.43) และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Chi – Square) คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The objectives of this article are: 1) to study the level of participation of the Ban Lert community; Moo 7, Bunglert Subdistrict, District 2) To study the market mix factors of Ban Lert people. Moo 7 Lert Subdistrict, Meyavadee District, Roi Et Province The population in the study is Ban Lert people. Moo 7, Bunglert Subdistrict, Meyavadee District, Roi Et Province, 393 persons (Meyavadee Subdistrict Municipality as of December 17, 2019). Moo 7, Bunglert Subdistrict, Mayawati District, Roi Et Province, 180 people, calculated from Yamane's formula (1973). Using questionnaires as data collection tools. Data analysis uses descriptive statistics (percentages, mean, and standard deviations) and inferential statistics (chi-square testing and Pearson correlation analysis)

The results of the research showed that 1) the people of Ban Lert; Moo 7, Bunglert Subdistrict, Meyavadee District, Roi Et Province There is a high level of awareness about overall community involvement ($\bar{X} = 3.88$, S.D.= 0.43) and 2) market mix factors affecting the people of Ban Lert. Moo 7 The statistical significance of 0.05 (Chi-Square) is price, personnel and product factors.

Keywords: participation, local product, marketing mix

ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการสร้างรายได้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจระดับฐานรากก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนในท้องถิ่น ทำให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลาย ด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่า สอดคล้องกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด, 2562) ซึ่งแนวคิดนี้ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชน

^{1,2} อาจารย์ประจำสาขาวิชาบัณฑิตกรรมการบริการและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีการพัฒนาทางการผลิตสินค้า การบริหารจัดการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ตรงตามความต้องการของตลาด โดยการที่ให้ชุมชนต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ นำไปสู่เป้าหมาย การมีคุณภาพชีวิตที่ดีอันเป็นรากฐานที่สำคัญของประเทศ และแผนพัฒนาแห่งชาติฉบับที่ 12 มีกรอบวิสัยทัศน์หลักของการวางแผนน้อมนำการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม

พื้นที่ของบ้านบุงเลิศมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วง บ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด แปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นข้าวเกรียบโกโก้ บ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นกลุ่มที่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องแต่ยังขาดกำลังในการผลิตเพื่อให้ได้จำนวนตรงกับความต้องการของการสั่งซื้อ

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วง บ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด แปรรูปผลิตภัณฑ์เป็น ข้าวเกรียบโกโก้ บ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด เนื่องจากผู้วิจัยได้ลงพื้นที่วิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบ มีศักยภาพด้านผู้นำ และมีวัตถุดิบในชุมชนเอง สมาชิกกลุ่มพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ โดยการนำองค์ความรู้ใหม่ไปต่อยอดการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในครั้งนี้มุ่งอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าและคุณค่า เสริมรากฐานให้เศรษฐกิจของชุมชนมีความเข้มแข็ง มั่นคง ยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

การดำเนินการวิจัยในพื้นที่บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 393 คน (เทศบาลตำบลบุงเลิศ ข้อมูล ณ วันที่ 17 ธันวาคม 2562) โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ 180 คน (Taro Yamane, 1973) ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานในการวิจัย โดยใช้ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบไปด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมิน และแนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 180 คน โดยมีวิธีดำเนินการดังต่อไปนี้

- 3.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 180 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

- 3.2 ดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ณ บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด

- 3.3 ดำเนินการใส่รหัสแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

- 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วม และข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด ในการบรรยายคุณลักษณะข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

- 4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ใช้การหาค่าความสัมพันธ์โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square Test) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายดี จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 54.64) มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีมากที่สุด (ร้อยละ 33.93) สถานภาพสมรสมากที่สุด (ร้อยละ 69.64) ระดับการศึกษา ประถมศึกษา มีมากที่สุด (ร้อยละ 66.07) ประกอบอาชีพ รับจ้าง/เกษตรกรรม/ช่าง มีมากที่สุด (ร้อยละ 68.93) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท มีมากที่สุด (ร้อยละ 69.29) และตำแหน่งการเป็นผู้นำของชุมชน ไม่มีตำแหน่งมากที่สุด (ร้อยละ 97.14)

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาการรับรู้การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายดี จังหวัดร้อยเอ็ด

จากการรวบรวมข้อมูลและประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ปรากฏผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้การมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรวมและรายด้านของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายดี จังหวัดร้อยเอ็ด

การมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.94	0.43	มาก
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ	3.91	0.41	มาก
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	3.86	0.43	มาก
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.80	0.46	มาก
โดยรวม	3.88	0.43	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรู้การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายดี จังหวัดร้อยเอ็ด ประชาชนมีการรับรู้ถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ ($\bar{X} = 3.94$) ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ ($\bar{X} = 3.91$) และด้านการมีส่วนร่วมในการผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.86$)

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายดี จังหวัดร้อยเอ็ด

ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายดี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติ Chi – Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร
3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร

ค่า Chi – Square ดังปรากฏตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านการมีส่วนร่วม/ ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	ด้านราคา		ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย		ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านส่งเสริมการ ขาย		ด้านลักษณะทาง กายภาพ		ด้านกระบวนการ		ด้านบุคลากร	
	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	50.617	0.001*	17.366	0.176	37.025	0.000*	16.877	0.153	16.933	0.911	17.532	0.186	57.020	0.031*
การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ	28.064	0.005*	25.992	0.251	44.225	0.003*	31.826	0.082	37.801	0.018*	21.477	0.162	29.215	0.023*
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	130.306	0.000*	23.733	0.000*	45.573	0.000*	10.004	0.123	16.297	0.177	15.049	0.239	17.095	0.202
การมีส่วนร่วมในการประเมิน	27.084	0.041*	25.797	0.262	28.945	0.364	26.946	0.008*	26.603	0.099	32.458	0.009*	21.482	0.022*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

จากค่าความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด จะเห็นว่าปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน OTOP ได้ต่อไป ดังปรากฏตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านการมีส่วนร่วม/ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านส่งเสริมการขาย	ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ด้านกระบวนการ	ด้านบุคลากร
การมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจ	√		√				√
การมีส่วนร่วมในการ ปฏิบัติการ	√		√		√		√
การมีส่วนร่วมใน ผลประโยชน์	√	√	√				
การมีส่วนร่วมในการ ประเมิน	√			√		√	
รวมความถี่	4	1	3	1	1	1	2

จากตารางที่ 3 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

อภิปรายผล

ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า

1. การรับรู้การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในมุมมองลูกค้า

จะต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ (Caring) เป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ หากว่าการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีจะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ และบอกต่อแบบปากต่อปาก (words of mouth) ไปยังผู้ที่อยู่รอบข้าง (ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์, 2561)

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความร่วมมือของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะยอตี จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า

2.1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิตาภา เพื่องกรณ์ (2554) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวตลาดเก่าโคกอี อำเภอมะยอตี จังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสดงราคาสินค้าและบริการ และสอดคล้องกับเสน่ห์ ชูโยธิน้อย (2561) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญในการมาเที่ยวนนเวยราช พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว

2.2 การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซ้ำ จะใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร และสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทนา ไชยบุตติ (2553) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการขยายธุรกิจ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จของการดำเนินกิจการธุรกิจ

2.3 การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทินกร สุมิพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว (2563) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านศิรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก และรองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของวีรยา เจริญสุข (2562) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่พบว่า ด้านกระบวนการ เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจาก การวางระบบและออกแบบให้ขั้นตอนอำนวยความสะดวกให้กับผู้มารับบริการมากที่สุด

2.4 การมีส่วนร่วมในการประเมินมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2561) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านบุคลากรมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพ ประภาสวัสดิ์ (2554) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ทศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านกระบวนการ คือด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดของส่วนประสมทางการตลาด

สรุปผลการวิจัย

ประชาชนบ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะยอตี จังหวัดร้อยเอ็ด มีการรับรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยรับรู้ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุด เช่น ท่านได้มีการเสนอความคิดเห็นร่วมกับชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า OTOP ท่านได้มีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาบุคลากรทางการผลิตสินค้า OTOP และท่านได้ร่วมลงมติหรือลงความเห็นที่จะช่วยกันจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP เป็นต้น

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างความร่วมมือของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะยอตี จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร
3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการศึกษานโยบายของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง โดยให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมให้มากขึ้น ทั้งในเรื่องของการกำหนดนโยบาย แผนพัฒนาฟื้นฟู และการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรในชุมชน
2. การศึกษาครั้งนี้พบว่า บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรผลักดันผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ให้มีจุดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และควรไปร่วมงานจัดแสดงสินค้าในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และระดับนานาชาติต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพียงแค่บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด เพียงหมู่บ้านเดียว ถ้ามีการวิจัยในครั้งต่อไปควรจะศึกษาในเขตพื้นที่อื่นๆ ในจังหวัดร้อยเอ็ด

เอกสารอ้างอิง

- กนิษฐา เกิดฤทธิ์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต. สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ศูนย์ภูเก็ต.
- จิตาภา เพื่องกรณ์. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวตลาดเก่าโดยก๊อ อำเภอมืองจังหวัดราชบุรี. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ทินกร สุมิพันธ์ และ กิตติ แก้วเขียว. (2563). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 10(2), 1-13.
- เทศบาลตำบลมะนัง. (2562). จำนวนประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 [รุ่งวิทย์ ตรีกุล, ผู้สัมภาษณ์].
- นันทนา ไชยบุตติ. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้าเครื่องแต่งกายในอำเภอมือง จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์จีนหัวเฉียว กรุงเทพมหานคร. โทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสยาม.
- วีรยา เจริญสุข. (2562). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. 7(1), 39-47.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. <<http://www.roiet.cdd.go.th/>> (สืบค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2562).
- สุภาพ ประภาสวัสดิ์. (2554). ทศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เสนห์ ชูโยธิน้อย. (2561). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัยของประชากร จังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดนครราชสีมา.
- อรทัย กักผล. (2552). คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Ed. New York: Harper and Row Publications.

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายปุ๋ยคอกหมักมูลวัว

ชุมชนนาแหม อำเภอมืองเลย จังหวัดเลย

Product Value Addition and Development of Distribution Channels Available Online for Cow Manure in Na-Khaem Community, Muang District, Loei Province

ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล¹ ชาวลิต ยศสุนทร² ศศิธร กกฝ้าย³

E-mail: charinya.wan@lru.ac.th, chawalit.yos@lru.ac.th, sasithorn.kok@lru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการพัฒนามูลค่าของปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของชุมชนต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม อำเภอมืองเลย จังหวัดเลย โดยวิธีการสัมภาษณ์และประเมินผลจากแบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลในชุมชนจำนวน 50 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จากผลการวิจัย พบว่า จุดแข็งของชุมชนส่วนใหญ่ คือ ผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกมีวัตถุดิบเพียงพอในการจัดจำหน่าย มีศักยภาพด้านการผลิต สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง และมีความพร้อมสำหรับการพัฒนา ส่วนจุดอ่อน ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่หลากหลาย ชุมชนขาดความรู้ในการผลิตให้สอดคล้องกับตลาดในปัจจุบัน ขาดการสร้างแบรนด์ที่จริงจัง ช่องทางการขายยังไม่แน่นอน นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชนปุ๋ยคอกหมักมูลวัวต้องเน้นคุณภาพ และมาตรฐานของตัวสินค้า มีความแตกต่างมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม พบว่าความพึงพอใจภาพรวมของชุมชน ที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ชุมชน ปุ๋ยคอกหมักมูลวัว การตลาดออนไลน์

Abstract

The purpose of the research was to 1) study the value of cow manure in the Nakhaem community, packaging design, and a products distribution channel for the Nakhaem community and 2) to study community satisfaction towards the distribution channels of cow fermented manure products in NaKhaem community, Muang District, Loei Province using interviews and questionnaires. A sample of 50 people in the community was selected by purposive sampling. The research results found that most of the community's strengths were manure products with sufficient raw materials for distribution potential that can be developed continuously and are ready for development. The weak point is that the distribution channels still need to be diverse. The community needs to gain the knowledge to produce in line with the current market. The lack of serious branding and the sales channel still needs to be determined. Apart from this, the creation of added value of cow manure must focus on quality and the standard of the product. There is a unique difference following customer requirements and must be continuously developed and a study of community satisfaction towards the distribution channels of cow dung fermented manure products in the NaKhaem community. The results were satisfied with the high criteria. The mean was 4.51.

Keywords: community product, cow manure, online marketing

ความเป็นมาของปัญหา

ปุ๋ยเป็นปัจจัยการผลิตที่เกษตรกรนิยมใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะปลูก แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งปัจจุบันปุ๋ยเคมีมีราคาแพงและต้องเพิ่มปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมีต่อพื้นที่เพาะปลูก ส่วนปุ๋ยอินทรีย์เป็นปุ๋ยที่มีราคาไม่แพงและเกษตรกรสามารถผลิตได้เอง จากมูลสัตว์และพืช การผลิตปุ๋ยที่มีคุณภาพได้เองนั้นจะช่วยส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแก่ครอบครัวและชุมชน นอกจากนี้การทำปุ๋ยคอกหมักมูลวัวจึงเป็นการช่วยเกษตรกรลดต้นทุนในการผลิตในครัวเรือน ลดการใช้ปุ๋ยเคมี และจำหน่ายเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนอีกทางหนึ่ง (วิสาhekกิจชุมชน, 2565)

^{1,2} อาจารย์ประจำ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

³ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยคณะวิทยาการจัดการได้ดำเนินกิจกรรมพัฒนาเพิ่มมูลค่าสินค้าในชุมชน ภายใต้โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการด้าน BCG ในพื้นที่ โดยการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในสถาบันอุดมศึกษา ไปขับเคลื่อนทั้งในภาคการผลิตและบริการในระดับพื้นที่ โดยงานวิจัยนี้ได้ดำเนินการในพื้นที่ ตำบลนาแหม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ซึ่งเป็นพื้นที่ ที่คนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกร และมีการเลี้ยงสัตว์ ทำให้มีวัตถุดิบ อาทิเช่น มูลวัว มูลควายเป็นจำนวนมาก ไม่ได้มีการพัฒนามูลค่าของมูลสัตว์ให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่นิยมปลูกต้นไม้ ดอกไม้ประดับ ปลูกผักสวนครัวปลอดสารเคมีตามบ้านเรือน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคขนาดใหญ่ มีพฤติกรรมการซื้อครั้งละไม่มาก มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น แต่การดำเนินงานยังมีปัญหาในหลายด้าน เช่น คุณภาพของการผลิต การตลาดออนไลน์ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย และยังต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าของสินค้า ที่ยังไม่เข้มแข็ง การทำงานยังไม่เป็นระบบ ประเด็นเหล่านี้ ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการดำเนินการพัฒนามูลค่าของปุ๋ยคอกหมักมูลวัว และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายปุ๋ยคอกหมักมูลวัว ตำบลนาแหม ให้เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบัน โดยใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีที่สำคัญ อาทิ การผลิตปุ๋ยคอกหมักมูลวัว การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อดิจิทัล เป็นต้น ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ในชุมชน ส่งเสริมมูลวัวแห้งในชุมชนให้เกิดมูลค่าสูงขึ้นอีกทั้งเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้ประโยชน์จากปุ๋ยคอกหมักมูลวัวไปยังชุมชนต่างๆ เพื่อสร้างชุมชนต้นแบบ และเป็นแนวทางหรือทางเลือกหนึ่งสำหรับเกษตรกรผลิตปุ๋ยคอกหมักมูลวัวไว้ใช้เองหรือจัดจำหน่าย มีการประสานความร่วมมือกับ ประชาชน ร้านค้า และส่วนราชการในชุมชน เพื่อที่จะช่วยสานต่อโครงการให้เกิดเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาเศรษฐกิจ ฐานราก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มความเข้มแข็งให้กับชุมชน และทำให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น และมีช่องทางการจัดจำหน่าย ในระบบออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่ายขึ้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ให้แก่ชุมชน (ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร และ คณะ, 2563)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาและพัฒนามูลค่าของปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย
2. ศึกษาความพึงพอใจของชุมชนต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนนาแหม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ได้มาด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจงจำนวน 50 คน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 2.1 ประชากร ได้แก่ ชาวบ้านที่ตำบลนาแหม อำเภอนาแหม จังหวัดเลย จำนวน 923 คน
- 2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ชาวบ้านตำบลนาแหม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ที่มีความสนใจในการประกอบอาชีพเสริม จำนวน 50 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

- 3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ เกษตรกรใน ทำการติดต่อเพื่อเข้าสัมภาษณ์และนำมาสรุปผลการวิจัยและนำมาประมวลผล หลังจากนั้น ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์
- 3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยคนในชุมชน จำนวน 50 คน ดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านออนไลน์ (Online Questionnaire) ที่สร้างด้วย Google Forms โดยขอความร่วมมือในการสแกนคำถามจาก QR Code เพื่อตอบแบบสอบถามเพื่อให้ผู้วิจัยทราบความคิดเห็นหลังการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยทำการเก็บข้อมูล จากผู้ให้บริการระหว่าง 15 กันยายน ถึง 10 ตุลาคม 2565

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย จะแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

4.1 ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหา และแนวทางในการการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์ ประกอบด้วย

4.1.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตปุ๋ยมูลสัตว์ในชุมชน จำนวนผู้ประกอบการผลิตของปุ๋ยมูลวัว แหล่งมูลวัวในชุมชน ศึกษาข้อมูลกระบวนการแปรรูปปุ๋ยอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน รวมทั้งปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่ประสบในดำเนินการผลิต

4.1.2 ศึกษาสภาพปัญหาและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่ม โดย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ประกอบการสังเกต สมาชิกในชุมชนนาแหม จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis เพื่อให้ทราบศักยภาพของกลุ่ม และระดมความคิดจากสมาชิกในกลุ่มเพื่อคัดเลือกช่องทางการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสมกับบริบทการใช้งาน ดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้กับสมาชิก เกี่ยวกับออกแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาดออนไลน์ให้ชุมชน

4.2 ระยะที่ 2 การพัฒนามูลค่าปุ๋ยหมักมูลวัว การออกแบบผลิตภัณฑ์และการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ออนไลน์ ดังนี้

4.2.1 จัดอบรมให้ความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาคุณภาพปุ๋ยหมักมูลวัว การบรรจุและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมการจัดจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์ได้ ได้แก่ โลโก้หรือตราสินค้า ออกแบบโปสเตอร์โฆษณา ออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

4.2.2 ดำเนินการพัฒนาปุ๋ยคอกหมักมูลวัว โดยชุมชนมาร่วมกันพัฒนาตามสูตรที่ได้มีการทดลองมาก่อนหน้า ณ อาคารอเนกประสงค์ของเทศบาลตำบลนาแหม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

4.2.3 ออกแบบและจัดทำโครงร่างเพจตามความต้องการของชุมชน มีการบริหารเพจเฟซบุ๊ก แก้ไข ปรับปรุงเนื้อหา ข้อความ ให้เหมาะสมสอดคล้อง กับความต้องการของกลุ่ม

4.2.4 ดำเนินการอบรมการใช้งานเพจเฟซบุ๊ก อบรมทักษะการถ่ายภาพสินค้า/ ผลิตภัณฑ์อย่างง่าย และเทคนิคการโพสต์ข้อความเพื่อการจำหน่ายสินค้า

4.2.5 ประชาสัมพันธ์เพจให้เป็นที่รู้จัก โดยการเพิ่มฐานข้อมูลลูกค้าให้กับกลุ่ม และใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านเพื่อนและคนรู้จักที่อยู่ในเครือข่ายเฟซบุ๊ก และส่งมอบเพจให้กับกลุ่มและกำหนดผู้รับผิดชอบในการดูแลบริหารจัดการ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Method) จากการสัมภาษณ์ การประชุม กลุ่มย่อย 2) การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) ในการแปลความหมายของคะแนนผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผล ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ผลการพัฒนามูลค่าของปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม และ ศึกษาความพึงพอใจของชุมชนต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ดังนี้

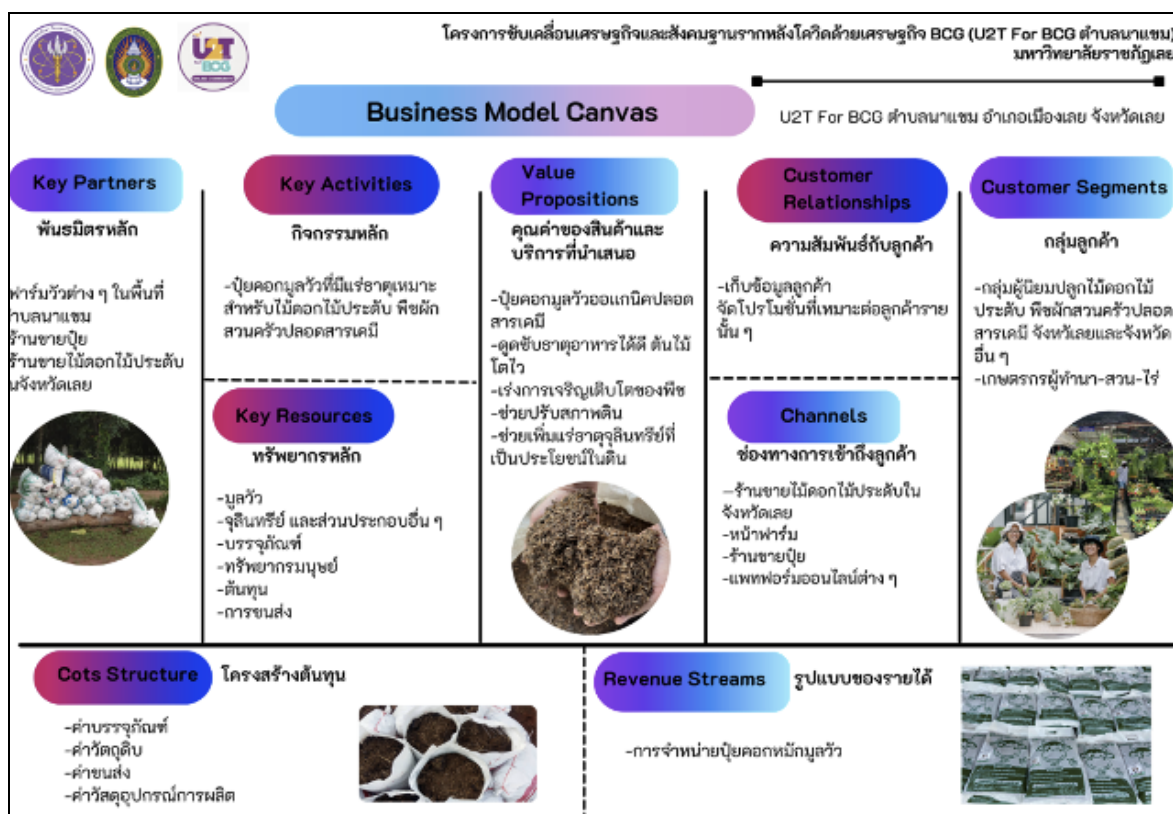
1. จากการศึกษาสภาพปัญหาและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่ม โดย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ของตัวแทนสมาชิกในชุมชนนาแหม จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์ ได้ผลลัพธ์เป็น SWOT Analysis เพื่อให้ทราบศักยภาพของกลุ่ม เพื่อคัดเลือกช่องทางการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสมกับบริบทการใช้งาน ดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้กับสมาชิก เกี่ยวกับออกแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาดออนไลน์ให้ชุมชน และได้โมเดลธุรกิจ หรือ Model Business Canvas ของการพัฒนามูลค่าของปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของชุมชนต่อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอก ก่อนที่จะมีการดำเนินการต่อไป

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT

Strength (S) - ความเข้มแข็งของคนในชุมชน - วัตถุดิบมูลสัตว์มีจำนวนมาก	Opportunities (O) - กลุ่มผู้บริโภคนิยมต้นไม้ตามครัวเรือนมีมากขึ้น - ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นซื้อของออนไลน์ และมีบัญชีผู้ใช้ Facebook
Weakness (W) - สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก - บรรจุภัณฑ์ยังไม่สวย ไม่ทันสมัย - สินค้าขายในปริมาณมาก ไม่มีขนาดที่เหมาะสม	Threats (T) - มีปุ๋ยเคมีที่จำหน่ายทั่วไป - ขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ รวมไปถึงเทคโนโลยีทางการตลาดดิจิทัล

1.2 ผลการออกแบบโมเดลธุรกิจ หรือ Model Business Canvas ของการพัฒนามูลค่าของปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแซม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแซม แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนามูลค่าปุ๋ยคอกหมักมูลวัว

จากภาพที่ 1 ได้มีการออกแบบและดำเนินการตามองค์ประกอบดังนี้ 1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) คือ เป็นกลุ่มของผู้นิยมปลูกต้นไม้ประเภทไม้ดอกไม้ประดับ ภายในบริเวณบ้าน และกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดเลย 2) การเสนอคุณค่า (Value Propositions) คือ เป็นปุ๋ยคอกออร์แกนิกที่มีธาตุอาหารที่จำเป็น แรงการเจริญเติบโตของพืช บรรจุในแพคเกจทันสมัยใช้ 3) ช่องทาง (Channels) คือ การเข้าถึงลูกค้าได้ผ่านช่องทางออนไลน์ และหน้าร้านของชุมชน 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คือ มีการเก็บข้อมูลลูกค้า ตอบคำถามและให้ข้อมูลความรู้ได้ทันทีผ่านช่องทางออนไลน์ จัดโปรโมชันตามเทศกาล 5) กระแสรายได้ (Revenue Streams) คือ มาจากการจำหน่ายปุ๋ย 6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือ มูลสัตว์ จุลินทรีย์ แกลบ บรรจุภัณฑ์ การขนส่ง 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) คือ การรวมกลุ่มกันพัฒนาปุ๋ยคอกมูลวัว และบรรจุในแพคเกจที่สวยงาม มีการโปรโมทและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดผู้ดูแลระบบและตอบสนองต่อลูกค้าได้ จนถึงการจัดส่งโดยขนส่งเอกชนที่รวดเร็ว 8) พันธมิตรหลัก (Key Partners) คือ ร้านค้าสินค้าเกษตรในชุมชน เกษตรกรเลี้ยงวัว ฟาร์มวัวในอำเภอนาแซม 9) ต้นทุน (Cost Structure) คือ ค่ามูลสัตว์สด ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าขนส่ง และอุปกรณ์การผลิต

2. การดำเนินการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนนาแขมประเภทยูคาลิปตัส ในรูปแบบช่องทางออนไลน์ การสร้างเว็บไซต์เฟสบุ๊คแฟนเพจของผลิตภัณฑ์ชุมชนนาแขมประเภทยูคาลิปตัส โดยให้มีหน่วยงานภาครัฐพร้อมตัวแทนชุมชนเป็นหน่วยงานกลาง เป็นกลไกหลักในการดูแล โดยเป็นศูนย์กลางในการรับออเดอร์ และประสานงานระหว่างลูกค้าและชุมชน ให้สามารถซื้อขายกันได้ เพื่อให้สามารถขยายตลาดได้ทั้งภายในชุมชนและต่างจังหวัดได้ โดยทั้งนี้ได้มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ตัวแทนผู้ประกอบการในชุมชน และชาวบ้านที่มีความสนใจในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้ให้กับตนเอง นอกจากนี้ยังมี Chatbot เพื่อตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อไม่ให้ขาดการสื่อสารกับลูกค้าในช่วงเวลาที่ไม่มีการตอบคำถาม



ภาพที่ 2 กิจกรรมอบรมการผลิตยูคาลิปตัส และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยูคาลิปตัส



ภาพที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายบน Facebook ปุยหมักมูลวัวออร์แกนิก ชุมชนนาแขม

3. ดำเนินการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความต้องการให้ชุมชนมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพมากขึ้น โดยกำหนดลักษณะการดำเนินงานเป็น 2 รูปแบบตามลักษณะของตลาด คือ ตลาดถาวร เป็นตลาดที่รับซื้อผลิตภัณฑ์เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง (ที่มีหน้าร้านในชุมชน) โดยเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีช่องทางที่ส่งสินค้าเป็นประจำอยู่แล้วก็จะนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ คู่กับการวางจำหน่ายสินค้า และตลาดชั่วคราวเป็นตลาดที่รับซื้อผลิตภัณฑ์เป็นบางครั้งเฉพาะการออกบูธ โดยเครือข่ายชุมชน และเทศบาลนาแขมจะดำเนินการจัดงาน ตลอดจนหาตลาดคนเดิน หรือตลาดนัดอื่นๆ เพิ่มเติม



ภาพที่ 4 ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์

4. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทปุ๋ยคอกหมักมูลวัว ในชุมชนนาแหม ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

4.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัว เนื่องจาก ปุ๋ยคอก คือปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้จากมูลสัตว์ต่างๆ ที่อยู่ในรูปของเหลวและของแข็ง ส่วนใหญ่จะเป็นมูลสัตว์เลี้ยง เช่น มูลวัว ไก่ เป็ด สุกร ประกอบด้วยยูจากระและปัสสาวะของสัตว์ ซึ่งเป็นส่วนของซากพืชและสัตว์จากอาหารที่สัตว์ผ่านกระบวนการย่อยสลายจากระบบย่อยอาหาร ในที่นี้เราใช้มูลวัวซึ่งมีจำนวนมากในชุมชนนาแหม มีการศึกษาและเชิญวิทยากรที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาสูตรปุ๋ยหมักมาให้ความรู้ เนื่องจากหากใช้มูลวัวที่สด จะทำให้เกิดความร้อนและมีการดึงไนโตรเจนจากดินไปใช้ ทำให้พืชอาจมีอาการใบเหลืองและตายได้



ภาพที่ 5 กิจกรรมการทำปุ๋ยคอกหมักมูลวัวตามสูตรของวิทยากรและผู้เชี่ยวชาญในชุมชน

4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของปุ๋ยคอกหมักมูลวัว การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Product Design and Packaging Development) โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก โดยเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่อยู่ตามชุมชนเมือง ต้องการใช้ปุ๋ยคอกเพื่อนำไปใส่ผักกอกแกลนิค หรือต้นไม้ที่ปลูกในบริเวณบ้าน ใช้ในปริมาณที่ไม่เยอะมาก จึงมีการวิเคราะห์กับชุมชนให้ทำในขนาดที่พอเหมาะ และสามารถจัดส่งในรูปแบบออนไลน์ได้ โดยปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ขนาด 1 กิโลกรัม มีการออกแบบโลโก้แบรนด์ของชุมชน มีเบอร์โทรและเฟสบุ๊ก ให้นำมาติดตามซื้อครั้งต่อไปได้ โดยพบว่าขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่มีออกแบบมีความเหมาะสม สวยงาม ดูสะอาด น่าซื้อ สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายยกเป็นกระสอบ นอกจากนี้ยังได้การออกแบบตราสินค้าให้ทันสมัยเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์พร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำการพรีนส์ติกเกอร์โลโก้ ติดบนถุง เปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่หุ้มด้วยพลาสติกเหนียวกันน้ำ และสติ๊กเกอร์ที่พรีนบนกระดาษขนาดเล็ก ทำการออกแบบให้เหมาะสม เพื่อให้ข้อมูลการใช้งาน วันผลิต และเบอร์ติดต่อ พร้อมเพจในการจำหน่าย ให้มีความน่าสนใจให้เหมาะสมแก่ผู้บริโภค



ภาพที่ 6 การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 7 กิจกรรมการบรรจุผลิตภัณฑ์

4.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชนปุ๋ยหมักต้องเน้นคุณภาพ และมาตรฐานของตัวสินค้า มีความแตกต่างมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การตอบคำถามลูกค้าในเพจ ความรวดเร็วในการจัดส่ง เป็นต้น และมีการนำไปจัดวางจำหน่ายที่หน้าร้านของชุมชน อย่างต่อเนื่อง

5. การศึกษาความพึงพอใจของชุมชนต่อช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัวชุมชนนาแหม อำเภอมืองเลย จังหวัดเลย จำนวน 50 คน พบว่าความพึงพอใจภาพรวมของชุมชน ที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.51 (S.D. = 0.76) ประกอบด้วย สามลำดับแรกที่พอใจสูงสุดได้แก่ 1) การใช้เพจ Facebook สะดวกในการประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่ายมากขึ้น อยู่ลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ยคือ 4.87 2) หลังจากการเข้ารับการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่าย มีความรู้เพิ่มขึ้นส่งผลต่อยอดขายของธุรกิจ อยู่ลำดับที่ 2 ค่าเฉลี่ยคือ 4.71 และ 3) Facebook ที่จัดทำขึ้นมีผู้สนใจและรู้จักผลิตภัณฑ์ในชุมชนนาแหมมากขึ้นตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปราย ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวทางการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัว ชุมชนนาแหม ในทางด้านเทคโนโลยี จากผลการวิจัยด้านสภาพปัญหาของกลุ่มสมาชิกพบว่า ส่วนใหญ่ ขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยี มีเพียงสมาชิกในกลุ่มอย่างน้อย 3 คน มีความสามารถในการใช้ เทคโนโลยีได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ และคณะ ที่พบว่าปัญหาและ อุปสรรคในการดำเนินงานผู้ขายสินค้าในชุมชนคือ ขาดสถานที่สำหรับวางจำหน่ายสินค้า และขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาดในการศึกษาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกด้านเทคโนโลยีจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาช่องทางทางการตลาดออนไลน์ (ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ และ คณะ, 2561)

2. แนวทางการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปุ๋ยคอกหมักมูลวัว ชุมชนนาแหม ในด้านการตลาด พบว่าชุมชนยังขาดความรู้ทางการตลาด ช่องทางการตลาดมีจำกัด เน้นการขายให้กับลูกค้าเจ้าเดิมๆ ซึ่งมารับซื้อในพื้นที่ หรือขายยกกระสอบ ขาดการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐพล สังคะสุข และคณะ ที่พบว่า จุดอ่อนของ ผู้ประกอบการที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ยังไม่หลากหลาย ช่องทางการขายยังไม่แน่นอน (รัฐพล สังคะสุข และ คณะ, 2560) ดังนั้นจึงได้ดำเนินการส่งเสริมความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ให้กับสมาชิกกลุ่มและระดม ความคิดจากสมาชิกในกลุ่มเพื่อคัดเลือกช่องทางทางการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมกับบริบทการใช้ งานซึ่งคนชุมชนส่วนใหญ่มีความสนใจ การตลาดผ่านเพจเฟซบุ๊ก เนื่องจากเป็นช่องทางในการ ประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายที่ใช้งานได้ง่ายไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทำให้ผล การพัฒนาช่องทางทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ ได้เพจเฟซบุ๊กกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาแหม สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีระนันต์ เจริญรัตน์ และคณะ (2559) นอกจากนี้ยัง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาสกร รอดแผลง (2564) ที่ศึกษาการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์งอบ ได้มีการส่งเสริมความรู้ ทางด้านการตลาดออนไลน์ให้กับสมาชิกกลุ่ม และการตลาดออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊กเพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว และเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นอย่างมาก และการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์งอบด้วยเพจเฟซบุ๊กกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จักสานงอบไทยลาวแจ้วทองเอน ใช้การนำเสนอตามหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบ เนื้อหาที่ใช้ใน การสื่อสารประกอบด้วย ภาพถ่าย ภาพอินโฟกราฟิก การลิงค์วิดีโอยูทูบ การแชร์ โพสต์ ข้อคิดเห็นและกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับสมาชิกกลุ่มใดๆ ใน แนวทางการตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพราะตลาดออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก ถือได้ว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถส่งผ่านข้อมูลสินค้าไปยังผู้บริโภคได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และง่ายใน การบริหารจัดการเหมาะสมกับบริบทของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความต้องการขยายช่องทาง การตลาดให้มีความหลากหลายมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยนี้เพื่อพัฒนามูลค่าของปุ๋ยคอกหมักมูลวัวและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายปุ๋ยคอกหมักมูลวัว ตำบลนาแหม ให้เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบัน โดยใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีที่สำคัญ อาทิ การผลิตปุ๋ยคอกหมักมูลวัว การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อดิจิทัล เป็นต้น ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ในชุมชน ส่งเสริมมูลวัวแห้งในชุมชนให้เกิดมูลค่าสูงขึ้นอีกทั้งเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้ประโยชน์จากปุ๋ยคอกหมักมูลวัวไปยังชุมชนต่างๆ เพื่อสร้างชุมชนต้นแบบ และเป็นแนวทางหรือทางเลือกหนึ่งสำหรับเกษตรกรผลิตปุ๋ยคอกหมักมูลวัวไว้ใช้เองหรือจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การสร้างเครือข่ายทางด้านการจัดจำหน่ายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคจากการแข่งขัน ซึ่งมีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การดำเนินกิจการให้มีความเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ และมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง
2. ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นชัดเจนสามารถนำมาเป็นจุดขายให้โดนใจลูกค้าเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน
3. การประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือ Facebook ต้องสร้างเนื้อหาใหม่ๆ อัปเดตเพจสม่ำเสมอ ให้มีความต่อเนื่องและน่าเชื่อถือ สามารถตอบสนองต่อการสั่งซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. สามารถเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน อื่นๆ เข้าไป เป็นการสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในชุมชนอย่างยั่งยืน
2. ควรมีการศึกษาศึกษาความเป็นไปได้ในการจับคู่ (Matching Business) สำหรับผู้ประกอบการชุมชนเพื่อสร้าง ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา. (2564). โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ. <<https://www.mhesi.go.th/index.php/flagship-project/2690-u2tambon.html>> (สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2564).
- จิระนันต์ เจริญรัตน์ และ คณะ. (2559). การศึกษาแนวทางการสร้างช่องทางการตลาดผ้าไหมสี เขาลายดอกแก้วผ่านโซเชียลมีเดีย: กรณีศึกษา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า อำเภอเต่างอย จังหวัดสกลนคร. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร และคณะ. (2563). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน จังหวัดราชบุรี. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 12(3), 24-34.
- ภาสกร รอดแผลง. (2563). การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์งอบกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จักสานงอบไทยลาวแจ้วทองเอน อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ และ คณะ. (2561). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในจังหวัดสงขลา. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 11(4), 42-51.
- รัฐพล สังคะสุข และ คณะ. (2560). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์, 12(1), 38-49.
- วัฒนา บรรเทิงสุข. (2546). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการใช้สมุนไพรในชุมชนบ้านชาดทับเต่า จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรี่ป๊อปของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย
Product packaging development of Curry puffs of Pha In Plaeng Subdistrict,
Erawan District, Loei Province

เมทยา อิ่มเอิบ^{1*} เยาวริดา รัตนพลแสน² ตะวันรอน สักยวน³

E-mail: methaya.ime@lru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะหรี่ป๊อปของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย และ 2) เพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรี่ป๊อปของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย ที่เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มกะหรี่ป๊อปทั้งหมด 10 ราย โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก สทนากลุ่ม และ SWOT Analysis วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสรุปประเด็นเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยประกอบด้วย (1) กลุ่มกะหรี่ป๊อปต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้แตกต่างจากชุมชนอื่นๆ อีกทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจ และฉลากยังไม่น่าสนใจ เป็นการพิมพ์ด้วยกระดาษรูปแบบธรรมดา กล่องกระดาษธรรมดาสีขาว หากถูกน้ำหรือความชื้นกระดาษเปียกยุ่ยได้ง่าย (2) พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์สะดวกในการบริโภค มีขนาดที่สามารถพกพาได้สะดวก รูปแบบและสีสันสวยงาม สร้างความน่าจดจำ แสดงชื่อตราสินค้าได้อย่างชัดเจน แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ และให้รายละเอียดของข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วน สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน มีโอกาสแข่งขันในเชิงธุรกิจ

คำสำคัญ: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กลุ่มกะหรี่ป๊อป ตำบลผาอินทร์แปลง จังหวัดเลย

Abstract

The purposes of this study were 1) To study product information of curry puffs of Pha In Plaeng Subdistrict, Erawan District, Loei Province. (2) To develop packaging design for curry puff products of Pha in Plaeng Subdistrict, Erawan District, Loei Province, which represents the identity of the community. This is qualitative research. Data were collected from 10 samples, by using deep interview, focus group, and SWOT analysis. The data obtained were analyzed by summary of content analysis. Results showed that (1) Curry puff group wants to develop products to be different from other communities Also, the style of packaging is not attractive. and the label is not interesting It is printed on plain paper. plain white paper box If exposed to water or moisture, the paper is easy to deteriorate. (2) Develop a form of packaging that is convenient for consumption. It has a size that can be easily carried. beautiful patterns and colors create a memorable Show the brand name clearly. show uniqueness and provide complete details of product information can create added value upgrading the product to a standard Opportunity to compete in business.

Keywords: packaging development, group of curry puffs, Pha In Plaeng sub-district, Loei province

ความเป็นมาของปัญหา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยรูปแบบในการพัฒนาอาจเป็นด้านบรรจุภัณฑ์ หรือตัวผลิตภัณฑ์ก็ได้ ในปัจจุบัน คุณภาพของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว อาจไม่เพียงพอต่อการกระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้น จึงมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกับผลิตภัณฑ์ด้วย เพื่อช่วยในการกระตุ้นผู้บริโภคให้มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

บรรจุภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ห่อหุ้มหรือป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ด้านในไม่ให้เกิดความเสียหายจากการขนส่ง หรือป้องกันความเสียหายจากการหมดยุของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นการเพิ่มเติมลวดลาย สีสัน และเพิ่มการใช้งานที่สะดวกสบายในการใช้งานโดยนำเอาศาสตร์ทางด้านศิลปะและวิทยาศาสตร์เข้าด้วยกันจนเกิดเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคอยากซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น

¹⁻³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ตำบลผาอินทร์แปลง เป็นตำบลที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตำบล ทั้งในด้านวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะสามารถดึงดูดผู้บริโภคมให้เข้ามาใช้บริการได้ โดยปกติตำบลผาอินทร์แปลงมีการจัดตั้งกลุ่มจัดทำผลิตภัณฑ์และบริการอยู่อย่างหลากหลาย อย่างเช่น กะหรี่ปั๊บ โดยผลิตภัณฑ์นี้เกิดขึ้นในโครงการบ้านเล็กในป่าใหญ่ ซึ่งเป็นอันเนื่องมาจากพระราชดำริในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ดำเนินการมาแล้วมากกว่า 30 ปี และเป็นที่ยอมรับมาก ส่งขายมากมายหลายจังหวัด แต่ก็ยังขาดบรรจุภัณฑ์หรือสินค้าที่จะช่วยส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ของตำบลผาอินทร์แปลง ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรส่งเสริมเพื่อสร้างมูลค่าและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ให้กับพื้นที่ตำบลผาอินทร์แปลง

จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัย เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีอัตลักษณ์ของความเป็นตำบลผาอินทร์แปลง เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ตำบลผาอินทร์แปลง ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้มีความน่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภคต้องการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยการทำให้ผลิตภัณฑ์ที่กำลังจะพัฒนาขึ้นมานี้ เป็นผลิตภัณฑ์ของตำบลผาอินทร์แปลงที่สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์นี้ได้แค่ที่ตำบลผาอินทร์แปลงเท่านั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะหรี่ปั๊บของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย
 2. เพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรี่ปั๊บของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย
- ที่เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างเฉพาะเจาะจง จากสมาชิกทั้งหมดของกลุ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรี่ปั๊บของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย จำนวน 10 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการ ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม โดยมีขั้นตอนคือการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT analysis) เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะหรี่ปั๊บของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย และใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง Semi-Structured Interview โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ใช้คำถามเกี่ยวกับการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรี่ปั๊บของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย ที่เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย สอบถามข้อมูลของกลุ่ม ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลการจำหน่าย บรรจุภัณฑ์เดิม ปัญหาและความต้องการรวมถึงการเก็บข้อมูลด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน พร้อมทั้งแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยจะใช้คำถามแต่ละตอน ตั้งประเด็นคำถามย่อยเพื่อให้ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบอธิบายและร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาภูมิปัญญาด้านสิ่งทอจนครบทุกประเด็นทั้งนี้ผู้วิจัยนำอุปกรณ์สำหรับการเก็บบันทึกข้อมูลไปใช้ระหว่างการสัมภาษณ์ เช่น ปากกา สมุดจดบันทึก เครื่องอัดเสียง กล้องถ่ายรูป เป็นต้น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อศึกษาข้อมูลและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะหรี่ปั๊บของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง Semi-Structured Interview โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ติดต่อประสานงานเบื้องต้นไปยังผู้ใหญ่ชุมชนตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลยและลงสำรวจพื้นที่พร้อมสร้างความคุ้นเคยกับชุมชน

4.2 ติดต่อประสานงาน ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อนัดสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

4.3 ขั้นตอนในการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยได้แนะนำตัวเองและสร้างบรรยากาศการสัมภาษณ์ให้เป็นกันเอง การสัมภาษณ์จะใช้การพูดคุยกันเป็นสร้างความคุ้นเคยในระดับหนึ่ง เมื่อผู้ถูกสัมภาษณ์เริ่มผ่อนคลาย ผู้วิจัยก็จะเริ่มชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สัมภาษณ์ได้เตรียมความพร้อมในการให้ข้อมูล และผู้วิจัยได้ทำการขออนุญาตจากผู้ถูกสัมภาษณ์ใช้เครื่องบันทึกเสียง โดยการสัมภาษณ์เป็นลักษณะกึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์เป็นลักษณะพูดคุยตัวต่อตัว ใช้เวลาประมาณ 30 - 45 นาที เมื่อ

การสัมภาษณ์ผู้ติดลงคณะผู้วิจัยได้กล่าวขอบคุณและมอบของที่ระลึกให้กับตัวผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ให้ข้อมูลและขอเบอร์โทรติดต่อเพื่อไว้ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยจะนำคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปประเด็นเชิงเนื้อหา โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามข้อคำถามในแต่ละตอนของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งจะครอบคลุมตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของเนื้อหาการวิจัย

5.2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่รวบรวมได้นำมาสรุปผล และจัดเรียงข้อมูล เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

5.2.1 การออกแบบตราสินค้า (Brand) เป็นการใช้อักษร รูปภาพ ที่บ่งชี้กลุ่มผู้ผลิตหรือสัญลักษณ์สินค้า นำมาจัดองค์ประกอบที่สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน

5.2.2 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เป็นการกำหนดลักษณะ รูปทรง ขนาดการเลือกใช้วัสดุ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองการใช้งาน อำนวยความสะดวกในการ จับ หิ้ว ถือ ได้ง่ายและสะดวก พร้อมทั้งสามารถมองเห็นตัวสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้

5.2.3 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการใช้อักษร สี สัน ลวดลาย ตราสัญลักษณ์ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ นำมาจัดวางองค์ประกอบ (Composition) เช่นรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น มีเอกลักษณ์ และมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

5.2.4 การสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) เป็นการนำเอาแบบที่ได้มาสร้างเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มกะหรี่ปั๊บบของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย เพื่อนำไปใช้พิมพ์เป็นบรรจุภัณฑ์ต่อไป

ผลการวิจัย

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรี่ปั๊บบของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างมาจากสมาชิกทั้งหมดของกลุ่มกะหรี่ปั๊บบ โดยมีขั้นตอนคือการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT analysis) เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะหรี่ปั๊บบของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย ด้วยแบบสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปเป็นข้อมูลศึกษาร่วมกับเอกสารแล้วจัดทำแบบสนทนากลุ่มการวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อให้ทราบจุดแข็งที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงาน ทราบจุดอ่อนที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงานและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อให้ทราบโอกาสเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงาน ทราบอุปสรรคของที่จะขัดขวางการบรรลุเป้าหมายการดำเนินงาน ผลของการการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT analysis) สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลของการการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT analysis)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. กลุ่มกะหรี่ปั๊บบมีความสามัคคี ให้ความร่วมมือต่อการทำกิจกรรมในทุกครั้ง 2. ผู้นำกลุ่มกะหรี่ปั๊บบมีความเป็นผู้นำสูง มีศักยภาพในการบริหารจัดการงาน 3. มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จึงทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและเป็นกันเอง อีกทั้งยังให้เกียรติซึ่งกันและกัน 4. กลุ่มกะหรี่ปั๊บบจัดตั้งมานานมีความชำนาญในการผลิต	1. บรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย 2. ขาดความรู้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3. จำนวนช่องทางจัดจำหน่ายน้อยเกินไป
โอกาส	อุปสรรค
1. มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือทั้งภาครัฐและเอกชน ในการให้ความรู้ทั้งด้านการผลิต และการจัดเก็บกะหรี่ปั๊บบให้เป็นไปตามมาตรฐาน 2. มีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นใหม่ โอกาสในการเพิ่มช่องทางการขายมีมากขึ้น 3. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีช่วยลดต้นทุน และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มีหลากหลายมากขึ้น	1. ขาดความรู้ในด้านเทคโนโลยี เนื่องจากส่วนใหญ่สมาชิกในชุมชนจะประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้นจึงทำให้ไม่มีความรู้ ความชำนาญในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ส่งผลทำให้ผลงานบางอย่างไม่ทันเวลา ไม่ทันสมัย ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร 2. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายน้อยลง

จากการศึกษาครั้งนี้ ได้ข้อค้นพบแบ่งออกเป็นสามส่วน คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะหรีบิ๊ของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย และ2) เพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรีบิ๊ของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย ที่เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

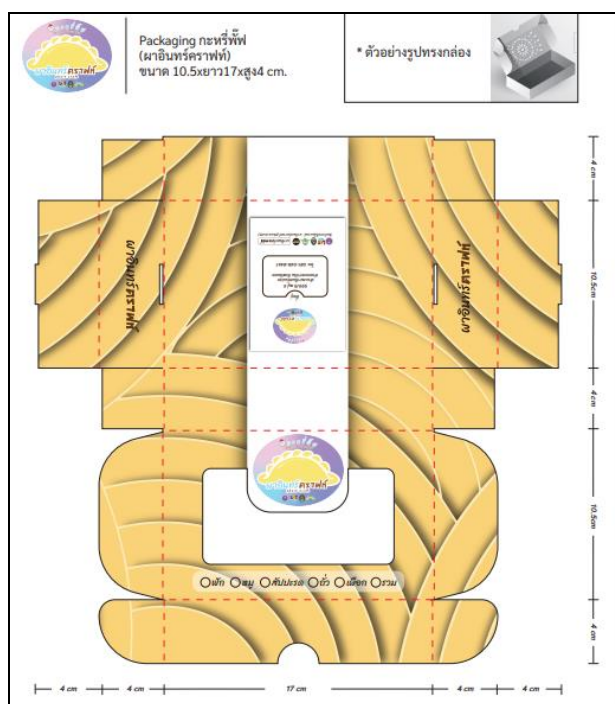
1. ผลการศึกษาศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะหรีบิ๊ของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย พบว่าปัญหาที่ทางกลุ่มกะหรีบิ๊ คือ ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้แตกต่างจากชุมชนอื่นๆ อีกทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจ และฉลากยังไม่น่าสนใจ เป็นการพิมพ์ด้วยกระดาษรูปแบบธรรมดา กล่องกระดาษธรรมดาสีขาว หากถูกน้ำหรือความชื้นกระดาษเปียกยุ่ยได้ง่าย ตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

".....บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเรา ทำง่ายๆ ใช้วัสดุที่หาได้ง่ายๆ ไม่มีความคงทน ไม่โดดเด่น....."

2. ผลการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรีบิ๊ของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย ที่เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน พบว่าที่ผ่านมาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะหรีบิ๊ เริ่มต้นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเจ้าหน้าที่ในโครงการบ้านเล็กในป่าใหญ่ มาให้ความรู้ในด้านการผลิตเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม แต่ทางด้านบรรจุภัณฑ์ยังคงใช้เป็นกล่องกระดาษธรรมดา ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ จึงได้เชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์สะดวกในการบริโภค มีขนาดที่สามารถพกพาได้สะดวก รูปแบบและสีสันสวยงาม สร้างความน่าจดจำ แสดงชื่อตราสินค้าได้อย่างชัดเจน แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ และให้ให้รายละเอียดของข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วน สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน มีโอกาสแข่งขันในเชิงธุรกิจ



ภาพที่ 1 ตราสินค้า (Brand)



ภาพที่ 1 บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype)

อภิปรายผล

จากการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรี่ปั๊บบของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) สรุปได้ว่าการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ สะดวกในการบริโภคกรณีที่ต้องแบ่งออกมารับประทาน มีขนาดที่สามารถพกพาได้สะดวก อีกทั้งยังมีความสะดวกในการเก็บรักษาไว้ โดยการใช้วัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง รูปแบบและสีสันสวยงาม สร้างความน่าจดจำ แสดงชื่อตราสินค้าได้อย่างชัดเจน แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ และให้รายละเอียดของข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วน สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน มีโอกาสแข่งขันในเชิงธุรกิจ สอดคล้องกับ สุมาลี กรดกนก (2558) ศึกษาการออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ทุเรียนอบกรอบในอำเภอเจาะไอร้อง จังหวัดนราธิวาส พบว่าวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคในระดับมาก รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าอีกด้วยและยังสอดคล้องกับ พรวิจิ บุญเลี้ยง (2561) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แคบหมูนายแม่ จังหวัดลำปาง ในภาพรวม คือ ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าเป็นของตนเองแต่ยังไม่เป็นที่จดจำของตลาดและผู้บริโภค วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบไม่เหมาะสมแก่การเป็นของฝาก รายละเอียดในฉลากมีไม่ครบตามมาตรฐานของป้ายฉลากสินค้า ผู้วิจัยจึงได้ทำการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุของบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติก (Plastic Container) และใช้ฟิล์มพลาสติกใส opp ความหนา 20 ไมครอน และ cpp 70 ไมครอน ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน สร้างตราสินค้าให้เป็นที่จดจำ การใช้ฉลากและภาพประกอบที่มีความทันสมัย พร้อมทั้งใส่รายละเอียดของสินค้า ช่องทางการติดต่อที่สะดวกรวดเร็ว

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มกะหรี่ปั๊บบของตำบลผาอินทร์แปลง อำเภอเอราวัณ จังหวัดเลย พบว่า (1) กลุ่มกะหรี่ปั๊บบต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้แตกต่างจากชุมชนอื่นๆ อีกทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจ และฉลากยังไม่น่าสนใจ เป็นการพิมพ์ด้วยกระดาษแบบธรรมดา กล่องกระดาษธรรมดาสีขาว หากถูกน้ำหรือความชื้นกระดาษเปื่อยยุ่ยได้ง่าย (2) พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์สะดวกในการบริโภค มีขนาดที่สามารถพกพาได้สะดวก รูปแบบและสีสันสวยงาม สร้างความน่าจดจำ แสดงชื่อตราสินค้าได้อย่างชัดเจน แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ และให้รายละเอียดของข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วน สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน มีโอกาสแข่งขันในเชิงธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงควมมีอัตลักษณ์เฉพาะที่แสดงถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และควรเน้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประโยชน์การใช้สอย สะดวกในการหิ้ว พกพา และการเก็บรักษา
2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนให้ผู้ผลิตสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และเน้นการใช้วัสดุจากท้องถิ่นให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในด้านโครงสร้างและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการขนส่งและคุณภาพของสินค้าที่อยู่ภายใน
2. ในการศึกษาต่อไปในอนาคตควรมีการศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้มากขึ้นครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์เพื่อทราบว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตเพื่อนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของคนในชุมชนท้องถิ่นส่งผลให้เกิดตัวชี้วัดการพัฒนาอย่างแท้จริง
3. ควรมีการคำนวณต้นทุนของบรรจุภัณฑ์เพื่อการควบคุมต้นทุนของผลิตภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. รายงานวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิตติมา เสือทอง และ คณะ. (2555). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี. รายงานวิจัย คณะคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร รุ่งทิวา ชูทอง และ สุชาติพิทย์ ท้วจบ. (2563). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน จังหวัดราชบุรี. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 12(3).
- พรวิจิ บุญเลี้ยง. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เคบหมูนายแม่จังหวัดลำปาง. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุมาลี กรดกนก. (2558). การออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ทุเรียนอบกรอบในอำเภอเจาะไอร้อง จังหวัดนราธิวาส. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 7(2). <<https://li01.tci-thaijo.org/index.php/pnujr/article/view/53917>>
- อโนทัย เพชรสุวรรณ. (2549). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัจฉรา มลิวงศ์ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2553). การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

กลยุทธ์ 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในเขตพื้นที่บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย

The 9P's Strategy of the Local Coffee Brand Business that Affects Make Purchasing Decisions of Consumers in the Area of Ban Nong Khaen, Na Duang Sub-district, Na Duang District, Loei Province

รวัดน์ มั่นตรา¹ เยาวริดา รัตนพลแสน² ตะวันรอน สังขยวน³

E-mail: rawat.man@ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง“กลยุทธ์ 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตพื้นที่บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและระดับความสำคัญของกลยุทธ์ 9P's ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น และเพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นในอำเภอนาด้วง จังหวัดเลย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที (t-test แบบ Independent Samples) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test แบบ One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น มีความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น ด้านต่างๆ โดยภาพรวม ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านอื่น ๆ กลยุทธ์ 9P's นั้นภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยแยกแต่ละด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย 2) ด้านราคา ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีความสะดวกในการไปใช้บริการ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เปิดรับข้อคิดเห็นบนสื่ออินเทอร์เน็ต 5) ด้านบุคคล ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านลักษณะทางกายภาพ 6) ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือลูกค้าได้รับสินค้าที่ถูกต้องตามรายการที่สั่งซื้อ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีบริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอให้กับลูกค้า 8) ด้านคู่ค้า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ร้านมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น และ 9) ด้านความหลงใหล ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านจะบอกต่อสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับทางร้านให้คนที่รู้จักได้รับรู้ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นกลยุทธ์ 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่เปิดให้บริการในพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ พบว่า มีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: กลยุทธ์ ธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น การตัดสินใจ

Abstract

The study of the 9p's strategy of the local coffee brand business that affects make purchasing decisions of consumers in the area of Ban Nong Khaen, Na Duang sub-district, Na Duang district, Loei province was a quantitative research have a purpose to study the behavior and the importance of the 9P's strategy that affects the decision to use the service of a local coffee brand and to compared 9P's strategy of the coffee business local brand Affects the decision to use the service of a local brand coffee business and to study business management and 9P's strategy of the coffee business local brand. The population used in this research were 9,321 people living in Na Duang District, Loei Province, 400 samples were taken By determining the size using the Yamane formula. which consists of Quantitative data were analyzed using basic statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypotheses of the study have been tested by t- test and F- test (by One-way ANOVA was used to examine the difference in 3 groups using LSD Method. The results showed that Factors in deciding to choose a local brand coffee business service there were the opinions of the

¹⁻³ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

sample group on the factors in deciding to choose the local brand coffee business service in various aspects. Overall, their opinions were at a high level. As for other aspects, the 9P's strategy is generally opinionated at a high level. By separating each aspect as follows: 1) The product aspect found that 2) In terms of price, the highest mean was there is a clear price tag. 3) Distribution channels the most average is convenient to use the service. 4) The promotion of marketing. The highest average is open to opinions on Internet media. 5) Personal aspect, the highest average is physical appearance. 6) Service process the most average is that the customer receives the correct product according to the ordered item. 7) Physical appearance. The most average is that there is enough internet service to the customers. 8) The trading partner, the highest average is the shop has a unique identity compared to other brands and 9) Passion the most average is you will tell good things about the shop to people you know. And the results of data analysis comparing the differences of opinions of 9P's strategies of local coffee brands operating in the area of Ban Nong Khaen, Na Duang Sub-district, Na Duang District, Loei Province, classified by gender, found that there were opinions. no difference therefore rejecting the hypothesis set Section by age Level of education, status, occupation found that there were different opinions. Statistically significant at the .05 level.

Keywords: strategy, local brand coffee business, decision making

ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรที่ปลูกเมล็ดกาแฟ ไปจนถึงร้านขายกาแฟที่สามารถพบเห็นได้ในทุกสถานที่ ถือเป็นธุรกิจยอดนิยมที่สามารถสร้างรายได้จำนวนมากให้กับผู้ดำเนินธุรกิจและเหล่าเกษตรกร เพราะกาแฟนับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของโลก โดยกาแฟถูกจัดอยู่ในจำพวกพืชเศรษฐกิจที่เป็นไม้ยืนต้น ซึ่งมีอยู่ 5 ชนิด คือ กาแฟ ยาสูป ยางพารา ชา โกโก้ และในแต่ละปีมีการผลิตเมล็ดกาแฟออกสู่ตลาดมากกว่า 5 ล้านตัน สำหรับประเทศไทยนั้น กาแฟถือว่าเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมในตลาด และเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ ซึ่งกาแฟที่ปลูกในประเทศไทยนั้นมี 2 สายพันธุ์ ได้แก่ กาแฟโรบัสต้า เพาะปลูกมากในแถบจังหวัดทางภาคใต้ และกาแฟอาราบิก้าปลูกมากในภาคเหนือ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2560)

“กาแฟออร์แกนิก” (Organic Coffee) เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เพราะไม่ใช้สารเคมี ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จึงตอบโจทย์ผู้บริโภคกาแฟที่รักสุขภาพได้เป็นอย่างดี เกษตรกรจึงหันมาปลูกกาแฟออร์แกนิกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดเลยเป็นแหล่งผลิตกาแฟที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกษตรกรในพื้นที่รวมกลุ่มในรูปของวิสาหกิจชุมชน ดังเช่นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟบ้านหนองแคน อำเภอนาดัง จังหวัดเลย ปลูกกาแฟโรบัสต้าออร์แกนิก 100% จนประสบผลสำเร็จ เป็นแห่งแรกของจังหวัดเลย เป็นต้นแบบของวิสาหกิจชุมชนจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อพัฒนาผลผลิต สร้างรายได้ และยังเป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมกันของเกษตรกรในพื้นที่อีกด้วย (มติชนออนไลน์, 2563)

ปัจจุบันการนำเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของแต่ละท้องถิ่นมาต่อยอดให้เป็นธุรกิจกำลังเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะถือว่าเป็นการสร้างจุดเด่น และช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้ดูน่าสนใจสำหรับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจะเห็นได้จากธุรกิจกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่หันมานิยมรับประทานกาแฟเพิ่มขึ้นร้านกาแฟจึงตอบโจทย์ความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน และร้านกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่มีจุดเด่นในเรื่องของการ มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง มีการบริหารจัดการควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ (นิภาพร คำเกษม, 2562)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค โดยจะทำการศึกษากลยุทธ์ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ในเขตพื้นที่บ้านหนองแคน ตำบลนาดัง อำเภอนาดัง จังหวัดเลย โดยการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟ แบรนด์ท้องถิ่นผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ และการจัดการธุรกิจร้านกาแฟให้มีความมั่นคงสามารถส่งมอบคุณค่าของสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและระดับความสำคัญของกลยุทธ์ 9P's ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นในเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย
2. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่เปิดให้บริการในพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยตามความมุ่งหมายของวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์บริโภคกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จำนวน 9,321 คน (ที่ว่าการอำเภอนาด้วง จังหวัดเลย, 2565)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์บริโภคกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (1973: 125) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้เท่ากับ .05 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้วิจัยได้มีโอกาสพบกับกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ และเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ เอกสาร งานวิจัย แลทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2) สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.2) ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย

2.3) ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ 9P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านลูกค้า และด้านความหลงใหล

3) นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง นำไปปรับปรุงแก้ไข จากนั้นจึงนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น จากนั้นนำค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.87

4) เมื่อได้ค่าความเชื่อมั่นถึงเกณฑ์ที่กำหนดจึงนำแบบสอบถามไปแจกกับกลุ่มตัวอย่างให้ครบ 400 ตัวอย่าง

4.1) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จะใช้บรรยายข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบรรยาย ได้แก่

แบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Frequency and Percentage)

แบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย โดยให้เลือกข้อเหตุผลที่ดีที่สุดในการตัดสินใจกับคำตอบวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Frequency and Percentage)

แบบสอบถาม ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของกลยุทธ์ 9 P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น โดยกำหนดตัวเลขแทนน้ำหนัก ซึ่งผู้วิจัยประเมิน 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ในการวัดระดับความสำคัญ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มีความคิดเห็นมากที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน

มีความคิดเห็นมาก ให้คะแนน 4 คะแนน

มีความคิดเห็นปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน
มีความคิดเห็นน้อย ให้คะแนน 2 คะแนน
มีความคิดเห็นน้อยที่สุด ให้คะแนน 1 คะแนน

แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะ

4.2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาดัง จังหวัดเลย โดยใช้สถิติดังนี้

4.2.1) Independent Sample t-test เพื่อใช้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ

4.2.2) (F-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOWA) ทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธีของ Least – Significant Different (LSD) เพื่อใช้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีการแบ่งกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ

ผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งชายและหญิงผู้ที่อาศัยอยู่ในบ้านหนองแคน ตำบลนาด้วงอำเภอนาดัง จังหวัดเลย จำนวนประชากรทั้งหมด 9,321 โดยจะเก็บข้อมูลจากประชากรที่ใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาดัง จังหวัดเลย ซึ่งจะให้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและเป็นจริงมากที่สุดจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของประชากรที่ใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาดัง จังหวัดเลย ส่วนมากเป็นชาย จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 ส่วนมากสถานภาพโสด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และอาชีพส่วนมากเป็นนักเรียนนักศึกษา จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3

2. พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาดัง จังหวัดเลย โดยให้เลือกข้อเหตุผลที่ดีที่สุดในการตัดสินใจกับคำตอบ ส่วนมากพฤติกรรมการบริโภคกาแฟโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6 ช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟ 09.00-12.00 น. จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 ส่วนมากจะบริโภคกาแฟเย็น มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 เหตุผลในการเลือกใช้บริการคือด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่า 60 บาท มีจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 และมีการตัดสินใจด้วยตัวเอง มีจำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 77.9

3. กลยุทธ์ 9P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น มีดังต่อไปนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.90$, S.D.= 0.84) รองลงมา รสชาติของผลิตภัณฑ์แบรนด์ “ขึ้นเลย” ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 0.77) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความสวยงามของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.74$, S.D.= 0.93)

3.2 ด้านราคา ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 0.77) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น ($\bar{X} = 4.03$, S.D.= 0.81) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบกับรสชาติ ($\bar{X} = 3.89$, S.D.= 0.80)

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีความสะดวกในการไปใช้บริการ ($\bar{X} = 3.92$, S.D.= 0.81) รองลงมาคือ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และสถานที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 0.79) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ สถานที่มีความพร้อมให้บริการ ($\bar{X} = 3.76$, S.D.= 0.88)

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เปิดรับข้อคิดเห็นบนสื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= 0.79) รองลงมาคือ มีสื่อโฆษณาที่มีความดึงดูดให้เกิดการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.75) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการให้ส่วนลดจากราคาปกติ ($\bar{X} = 3.91$, S.D.= 0.74)

3.5 ด้านบุคลากร โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่ เข้าใจต่อผู้ให้บริการและมีการบริการด้วยใจ ($\bar{X} = 3.98$, S.D.= 0.79) รองลงมาคือ พนักงานมีการต้อนรับและอวยคำดี ($\bar{X} = 3.96$, S.D.= 0.79) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ พนักงานมีความพร้อมให้บริการ ($\bar{X} = 3.81$, S.D.= 0.84)

3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ลูกค้าได้รับสินค้าที่ถูกต้องตามรายการที่สั่งซื้อ ($\bar{X} = 3.95$, S.D.= 0.77) รองลงมาคือมีการวางชั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างสะดวกต่อการใช้บริการ ($\bar{X} = 3.91$, S.D.= 0.80) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.70$, S.D.= 0.87)

3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีบริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอให้กับลูกค้า ($\bar{X} = 4.07$, S.D.= 0.74) รองลงมาคือการจัดสรรพื้นที่ในร้านกาแฟ เช่น การจัดวางโต๊ะและเก้าอี้ที่ไม่แออัด ($\bar{X} = 4.02$, S.D.= 0.71) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บรรยากาศและการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกร้านมีความร่มรื่น ($\bar{X} = 3.95$, S.D.= 0.73)

3.8 ด้านคุณค่า โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือร้านมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น ($\bar{X} = 3.92$, S.D.= 0.83) รองลงมาคือมีการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากแบรนด์อื่น ($\bar{X} = 3.91$, S.D.= 0.81) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.76$, S.D.= 0.84)

3.9 ด้านความหลงใหล โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือท่านจะบอกต่อสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับทางร้านให้คนที่รู้จักได้รับรู้ ($\bar{X} = 3.83$, S.D.= 0.83) รองลงมาคือเมื่อมีร้านคู่แข่งอื่น ๆ มาเปิดบริการในย่านที่ท่านใช้บริการเป็นประจำท่านยังคงใช้บริการร้านเดิมในปัจจุบันต่อไป ($\bar{X} = 3.74$, S.D.= 0.88) ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ท่านใช้บริการแบรนด์ “ขึ้นเลย” อยู่เป็นประจำ ($\bar{X} = 3.62$, S.D.= 0.87)

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นกลุ่ม 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่เปิดให้บริการในพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ พบว่า มีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ พบว่า มีความคิดเห็น แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงเป็นรายข้อแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

4.1 จำแนกตามเพศ พบว่า มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2 จำแนกตามอายุ พบว่า ด้านบุคลากร มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และความหลงใหล มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.4 จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.5 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านความหลงใหล มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

กลุ่ม 9P's ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่ บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย

ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 21 – 40 ปี มีการศึกษาระดับต่ำปริญญาตรีมากที่สุด สถานภาพโสดมาก มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาใหญ่ บริโภคกาแฟ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ใหญ่ บริโภคกาแฟ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ให้เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่า 60 บาทมี การตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด โดยเฉพาะจังหวัดเลยเป็นแหล่งผลิตกาแฟที่สำคัญ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกษตรกรในพื้นที่รวมกลุ่มในรูปของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร ผู้ปลูกกาแฟบ้านหนองแคน ปลูกกาแฟโรบัสต้าออร์แกนิก 100% จนประสบผลสำเร็จเป็นแห่งแรกของจังหวัดเลย เป็นต้นแบบของวิสาหกิจชุมชนจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อพัฒนาผลผลิต สร้างรายได้ และยังเป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมกันของเกษตรกรในพื้นที่อีกด้วย ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนิอร สิงห์เรือง (2563) ศึกษางานวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริหารจัดการร้านกาแฟสดในเขตอำเภอมืองนครราชสีมา พบว่า เครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกดื่มบ่อยที่สุด คือ กาแฟสดรูปแบบต่างๆ นิยมรับประทานคู่กับขนมปังปิ้ง และบริโภคที่ร้านกาแฟสดโดยไปใช้บริการร้านกาแฟสดเพราะความตั้งใจไปดื่มกาแฟ และเครื่องดื่มอื่นๆ มีสาเหตุที่เลือกใช้บริการคือ ติดใจในรสชาติกาแฟสด ซึ่งตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการและไปกับเพื่อนบ่อยที่สุด ส่วนวันที่ใช้บริการร้านกาแฟสด คือ ตามโอกาสสะดวก ส่วนมากช่วงเวลา 15.01-17.00 น. รูปแบบร้านกาแฟสดที่นิยมใช้บริการ คือ รูปแบบในห้างสรรพสินค้า ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งคือ 100-150 บาท

ความสำคัญของกลยุทธ์ 9P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น เขตพื้นที่บ้านหนองแคน ตำบลนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านความหลงใหล ดังต่อไปนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีบริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอให้กับลูกค้า และการจัดสรรพื้นที่ในร้านกาแฟ เช่น การจัดวางโต๊ะและเก้าอี้ที่ไม่แออัด เป็นต้น และสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์มีความสะอาด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสถานที่ต้องมีความพร้อมในการให้บริการ มีพื้นที่จอดรถมีจำนวนโต๊ะเพียงพอต่อความต้องการ อยู่ในแหล่งที่สามารถเข้าถึงได้โดยง่ายมีพื้นที่ในการขายสินค้าที่ให้ความใส่ใจต่อความสะดวกของลูกค้า ทำให้บรรยากาศในร้านทำให้รู้สึกถึงความสะอาดสบายเมื่อมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิษฐา ยะหัตตะ (2562) ศึกษาทางวิจัยเรื่อง แนวทางในการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟสด Shrimp Zaa พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดด้านผลิตภัณฑ์เลือกร้านที่มี รายการของ เครื่องดื่มให้เลือกหลากหลาย ด้านราคา ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟในห้างสรรพสินค้า ด้านสถานที่ เลือกร้านที่มีการตกแต่งเป็นเอกลักษณ์สวยงาม ด้านการส่งเสริมการตลาด เลือกร้านที่มีการสะสมแต้มการซื้อสินค้า ด้านบุคคลเลือกร้านที่พนักงานให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านกระบวนการให้บริการ เลือกร้านที่การให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง ด้านลักษณะทางกายภาพ เลือกร้านที่มี บรรยากาศดี

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการเปิดรับข้อคิดเห็นบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีสื่อโฆษณาที่มีความดึงดูดให้เกิดการใช้บริการ และมีการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ามีการสำรวจสอบถามความพึงพอใจและมีการขายสินค้าหลากหลายช่องทางในสื่อออนไลน์ มีการแนะนำสินค้าให้ลูกค้าก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อ และลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย ให้อิสระลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ตรงตามความต้องการ และสินค้าทุกชนิดเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในสื่อออนไลน์ มีกิจกรรมทางการตลาดในการจัดหาคุณค่าหรือสิ่งจูงใจพิเศษเพื่อซื้อสินค้า และมีการลดราคาสินค้า (Sales Promotion) กับร่วมกับธุรกิจอื่นๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนรินทร์ หมดห่วง (2560) ได้ศึกษาการจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ 9Ps ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ด้านสื่อโฆษณามีความดึงดูดให้เกิดการใช้บริการ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ ด้านเปิดรับข้อคิดเห็นบนสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ธุรกิจกาแฟแบรนด์อาชา-อามา มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยในการบอกต่อเรื่องราว การสร้างเครือข่ายและยังใช้กระบวนการขายสินค้าในระบบออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา

3. ด้านความหลงใหล พบว่า ผู้บริโภคจะบอกต่อสิ่งดีๆเกี่ยวกับทางร้านให้คนที่รู้จักได้รับรู้ และเมื่อมีร้านคู่แข่งอื่นๆ มาเปิดบริการในย่านที่ร้านของลูกค้าใช้บริการเป็นประจำยังคงใช้บริการ ร้านเดิมในปัจจุบันต่อไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้ามีความมั่นใจและความเชื่อถือในตราสินค้าในการบริการ รวมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมีสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของชนรินทร์ หมดห่วง (2560) ได้ศึกษาการจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ 9Ps ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีกระบวนการเรียนรู้ที่ไม่สิ้นสุด ด้วยการใส่ความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้ใหม่ๆ มีการนำเสนอวิถีชีวิตชนเผ่าผ่านกาแฟ มีการรักษาคุณภาพของผลผลิตและการบริการด้วยมาตรฐานสากล ส่งผลต่อความเชื่อมั่น และความภักดีของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

กลยุทธ์ 9P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น มีดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการปรับปรุงความสวยงามของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สมัย ให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น
2. ด้านราคา ควรมีการตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบกับรสชาติ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดได้
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการปรับปรุงทัศนคติของสถานที่ที่มีความพร้อมให้บริการ สร้างบรรยากาศผ่อนคลายรื่นรมย์ให้พร้อมรองรับลูกค้า
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการให้ส่วนลดจากราคาปกติช่วงเทศกาลต่าง ๆ และมีการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการจดจำของลูกค้า
5. ด้านบุคลากร โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือพนักงานมีความเอาใจใส่ ใส่ใจต่อผู้ใช้บริการและมีการบริการด้วยใจ รองลงมาคือ พนักงานมีการต้อนรับและอวยคำยดี ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ พนักงานมีความพร้อมให้บริการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ลูกค้าได้รับสินค้าที่ถูกต้องตามรายการที่สั่งซื้อ รองลงมาคือมีการวางชั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างสะดวกต่อการใช้บริการ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรสร้างบรรยากาศและการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกร้านมีความร่มรื่น เช่นการสร้างบรรยากาศด้วยเสียงดนตรี ด้วยกลิ่นน้ำหอม หรือกลิ่นของกาแฟ และสถานที่ต้องมีความพร้อมในการให้บริการ มีพื้นที่จอดรถมีจำนวนโต๊ะเพียงพอต่อความต้องการ อยู่ในแหล่งที่สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย

8. ด้านคุณค่า ควรมีการสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียง โดยการมีเรื่องราวเป็นการสร้างจุดขายให้กับธุรกิจร้านกาแฟ รวมถึงการมีรูปแบบการตกแต่งที่เอกลักษณ์สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ

9. ด้านความหลงใหล ควรให้ลูกค้าได้รับความเชื่อมั่นในใช้บริการแบรนด์ “ชินเลย” อยู่เป็นประจำ ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกผูกพันลึกซึ้งของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้านั้นๆ จนไม่มีตราสินค้า ไหนสามารถเข้ามาแทนที่ตราสินค้านั้นได้เลย โดยที่ผลิตภัณฑ์และบริการของตราสินค้านั้นบ่งบอกถึงเอกลักษณ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาเขตพื้นที่อื่นๆ และควรมีการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ เพื่อมาวิเคราะห์ให้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กสิกรไทย. (2560). **Passion พลั่งรักกลับในตัวเรา**. <<http://www.kasikornbank.com>> (สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2565).
- กานดา เสือจำศีล. (2555). **พฤติกรรมและการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี**. <<http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/handle/123456789/1040>> (สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2565).
- ชนิษฐา ยะหัตตะ. (2560). **แนวทางในการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟสด Shrimp Zaa**. <<https://www.smeleader.com>> (สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2565).
- จันตมา จันทรเอียต. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา. **วารสารวิชาการ**, 9(1), 58-59.
- นิอร สิงห์รัฐเรือง. (2555). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริหารจัดการร้าน กาแฟสดในเขตอำเภอเมือง นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- เนรินทร์ หมดห่วง. (2560). **การจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ 9Ps ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- วรสิทธิ์ ชินรังสิกุล. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อิงค์ควิตี. (2560). **คุณค่าทางธุรกิจ ความร่วมมือเพื่อธุรกิจประสบผลสำเร็จ**. <<http://incquity.com>> (สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2565).

ระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร

Water Supply Utilization Data Collection System Development with Mobile Devices Case Study Ban Nong Bon Village, Kut Chum Subdistrict, Kut Chum District, Yasothon

เขมวิทย์ จิตตะยโสธร¹

E-mail: khemawit@reru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้าน ด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร จำนวน 30 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ส่วนใหญ่อายุ 35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51.00 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62 และเป็นผู้ใช้น้ำประปา คิดเป็นร้อยละ 72.00 เจ้าหน้าที่ประปา คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

ผู้ใช้น้ำประปาและเจ้าหน้าที่ประปาที่ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการใช้งานระบบมีค่าเฉลี่ยรวม 4.33 เมื่อพิจารณาทางด้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หน้าหลักของระบบมีความสวยงามเหมาะสมน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.79 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านรูปแบบ ขนาด สีของข้อมูลอ่านได้ง่าย เหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.77 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และด้านระบบสามารถติดตั้งง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.60 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านระบบเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.87 ระดับความพึงพอใจปานกลาง

คำสำคัญ: ระบบจัดเก็บข้อมูล อุปกรณ์เคลื่อนที่ ประปาหมู่บ้าน

Abstract

This study has the following objectives: To study the satisfaction of users to store data in the village water supply with a mobile device for the case study of Ban Nong Bon, Press Chum Subdistrict, Kut Chum District, Yasothon Province, using the study method, is to use the questionnaire to assess the satisfaction of the use of the village water supply data using the mobile case study at Ban Nong Bon. Kut Chum Subdistrict, Kut Chum District, Yasothon Province, 30 people are data collection tools.

The research shows that the sample groups are mostly female, 16 people, accounting for 58.00 percent. Most aged 35 years and older are 51.00 percent. Most education levels are lower than a bachelor's degree. Accounting for 100 percent and is a water supply Accounting for 72.00 percent According to 28.00 percent, respectively.

Water suppliers and plumbing officers who respond to the satisfaction of the Village Water Supply Data Storage System with Mobile Equipment of Ban Nong Bon, Kut Chum Subdistrict, Kut Chum District, Yasothon Province. A total of 4.33 when considering the highest average, the main page of the system is beautiful, suitable, interesting, with average of 4.79, the most satisfaction level, followed by the color size, the color size of the data is easy to read, appropriate, beautiful, average. 4.77 The most satisfaction level and the system is easy to install, with the average of 4.60, the most satisfaction level, respectively. The lowest side is the system is a communication channel that is convenient, fast, with an average of 3.87, medium satisfaction level. And the search for data on the system is easy and convenient, fast, with average 3.87, medium satisfaction level respectively.

Keywords: data storage system, mobile devices, village water supply

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ความเป็นมาของปัญหา

เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นที่ยอมรับในยุคปัจจุบันและในยุคที่หน่วยงานต่างๆ เห็นความจำเป็นและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน การบริหารงานและการตัดสินใจ ซึ่งในปัจจุบันการเก็บข้อมูลส่วนใหญ่จะมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการเก็บข้อมูลเสมอ เพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลโดยมีกระบวนการจัดการผ่านคอมพิวเตอร์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพนับตั้งแต่การจัดเก็บ การประมวลผล การเรียกใช้และการสื่อสารสารสนเทศ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนและการใช้ทรัพยากรสารสนเทศร่วมกันให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำเนินชีวิตเป็นอันมาก เทคโนโลยีได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดีเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์มากขึ้น และทำให้มีการติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกทำให้ประชากรในโลกติดต่อกันได้ตลอดเวลา (สุทธิพิศ ประทุม, 2565)

จังหวัดยโสธร มีสำนักงานประปาภูมิภาค (กปภ.) จำนวน 3 สาขา 2 หน่วยบริการ ได้แก่ สำนักงาน กปภ.สาขายโสธร สำนักงาน กปภ.สาขามหาชนะชัย และสำนักงาน กปภ.สาขาเลิงนกทา หน่วยบริการป่าดัว (ในสังกัดสำนักงาน กปภ.สาขาอำนาจเจริญ) และหน่วยบริการค้อวัง บริการในเขตเทศบาลรวมถึงบริเวณใกล้เคียงในชุมชน 7 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองยโสธร อำเภอกุดชุม อำเภอเลิงนกทา อำเภอมหาชนะชัย อำเภอค้อวัง อำเภอคำเขื่อนแก้ว และอำเภอป่าดัว อำเภอนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้นใช้น้ำประปาของเทศบาลตำบลหรือใช้ระบบปั้มน้ำบาดาลสำหรับในเขตชนบท จากการสำรวจข้อมูล กชช.2ค ปี 2556 จำนวน 885 หมู่บ้าน (การประปาภูมิภาคจังหวัดยโสธร, 2557) มีระบบประปาหมู่บ้าน จำนวน 839 แห่ง และยังไม่มียระบบประปาหมู่บ้าน จำนวน 46 หมู่บ้าน นอกจากนี้บางหมู่บ้านไม่สามารถทำการก่อสร้างระบบประปาหมู่บ้านเพิ่มเติมได้ เนื่องจากประสบปัญหาปริมาณและคุณภาพของน้ำ จึงต้องมีการจัดหาแหล่งน้ำผิวดินเพื่อเป็นน้ำดิบต่อไป

1. แหล่งน้ำดิบที่ใช้ในการผลิตประปา (การประปาภูมิภาคจังหวัดยโสธร, 2557)

1.1 กปภ.สาขายโสธร กปภ.สาขามหาชนะชัย และหน่วยบริการค้อวัง ใช้แหล่งน้ำดิบจากแม่น้ำชี

1.2 กปภ.สาขาเลิงนกทา ใช้แหล่งน้ำดิบหลักจากลำเซบาย แหล่งน้ำสำรอง คือ อ่างเก็บน้ำห้วยลิงโจนและอ่างเก็บน้ำหนองแฝก

1.3 หน่วยบริการป่าดัว (กปภ.สาขาอำนาจเจริญ) ใช้แหล่งน้ำดิบจากลำเซบาย และสถานีผลิตน้ำหนองเรือ

2. พื้นที่ให้บริการ ได้แก่ อำเภอเมืองยโสธร อำเภอเลิงนกทา อำเภอกุดชุม อำเภอป่าดัว อำเภอค้อวัง อำเภอคำเขื่อนแก้ว และอำเภอมหาชนะชัย

ปัจจุบันการเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาของหมู่บ้าน บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร มีเจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูลการใช้น้ำประปาลงในทะเบียนควบคุมการใช้น้ำประปาของหมู่บ้าน โดยการจดบันทึกด้วยมือเสี่ยงต่อทำให้ความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ความคลาดเคลื่อนของตัวเลขการใช้น้ำ เลขที่บ้าน ชื่อผู้ใช้ ที่อยู่ผู้ใช้ และเบอร์โทรศัพท์ เป็นต้น เมื่อข้อมูลมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกเดือนทำให้ข้อมูลเดิมเสี่ยงต่อการสูญหายของข้อมูล ส่งผลให้การตรวจสอบข้อมูลเกิดความผิดพลาด การค้นหาเอกสารเกิดความล่าช้า และขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่

ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านสามารถตรวจสอบ เพิ่ม ลบ แก้ไข บันทึกข้อมูล ตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ตลอดเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ช่วยลดขั้นตอนในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประปาหมู่บ้าน ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ป้องกันการสูญหายของข้อมูล ช่วยให้การดำเนินงานรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ประหยัดเวลาในการคำนวณค่าน้ำประปา ช่วยลดการใช้กระดาษ ระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ มีความใหม่และทันสมัย สะดวกสบาย ระบุง่ายต่อผู้ใช้งานในปัจจุบันและอนาคตได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

วิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ศึกษาการทำงานของระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปา

หมู่บ้าน โดยศึกษาจากเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการประปาหมู่บ้านและผู้ใช้บริการน้ำประปาหมู่บ้าน จากการศึกษาพบว่า การทำงานเดิมมีความล่าช้า ข้อมูลไม่เป็นระเบียบ การค้นหาเอกสารเกิดความล่าช้า ผู้วิจัยจึงได้คิดระบบงานใหม่ที่ทำขึ้นเพื่อให้สามารถให้บริการงานประปาหมู่บ้านได้อย่างเป็นระบบ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประปาหมู่บ้าน จำนวน 10 คน สมาชิกผู้ใช้น้ำประปา จำนวน 300ครัวเรือน บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร จำนวนทั้งหมดของประชากรมีคุณสมบัติบางอย่างที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาและมีปรากฏอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ (Sedlack and Stanley,1992 : 104) กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เป็นการสุ่มที่สมาชิกทุกหน่วยของประชากรที่มีจำนวนไม่มากนักแต่มีโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน และเป็นอิสระจากกันที่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง (Gersten,Baker and Lloyd,2000:9)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามความพึงพอใจ มีทั้งหมด 2 ตอน ประกอบด้วยองค์ประกอบในการถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานระบบจัดเก็บข้อมูลประปาหมู่บ้าน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา จาก 2 แหล่งที่มา ได้แก่

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการทำกรณีศึกษา (Case Study) กับกลุ่มตัวอย่างโดยให้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้งานระบบ เพื่อค้นหาข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาระบบที่ดีที่สุดจากเจ้าหน้าที่และผู้ใช้ประปาหมู่บ้าน

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากบทความออนไลน์ จากบทความที่เกี่ยวข้องเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) พบว่ายังไม่มีบทความที่พัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาออนไลน์ภายในหมู่บ้าน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามความพึงพอใจหลังจากพัฒนาระบบแล้วนำไปใช้งานโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา จากการหาเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมาใช้อธิบายข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแบบประเมิน แบ่งเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ใช้เกณฑ์ประเมินผลค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม มีเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

ระดับคะแนน

ความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49

ระดับประสิทธิภาพของระบบดีมาก
ระดับประสิทธิภาพของระบบดี
ระดับประสิทธิภาพของระบบปานกลาง
ระดับประสิทธิภาพของระบบน้อย
ระดับประสิทธิภาพของระบบน้อยมาก

ผลการวิจัย

จากผลการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ ตอนที่ 1 พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน ที่เป็นเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 เพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ส่วนใหญ่อายุ 35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51.00 อายุ 29 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 อายุ 23 - 28 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 100 และสถานภาพผู้ใช้น้ำประปา คิดเป็นร้อยละ 72.00 เจ้าหน้าที่ประปา คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

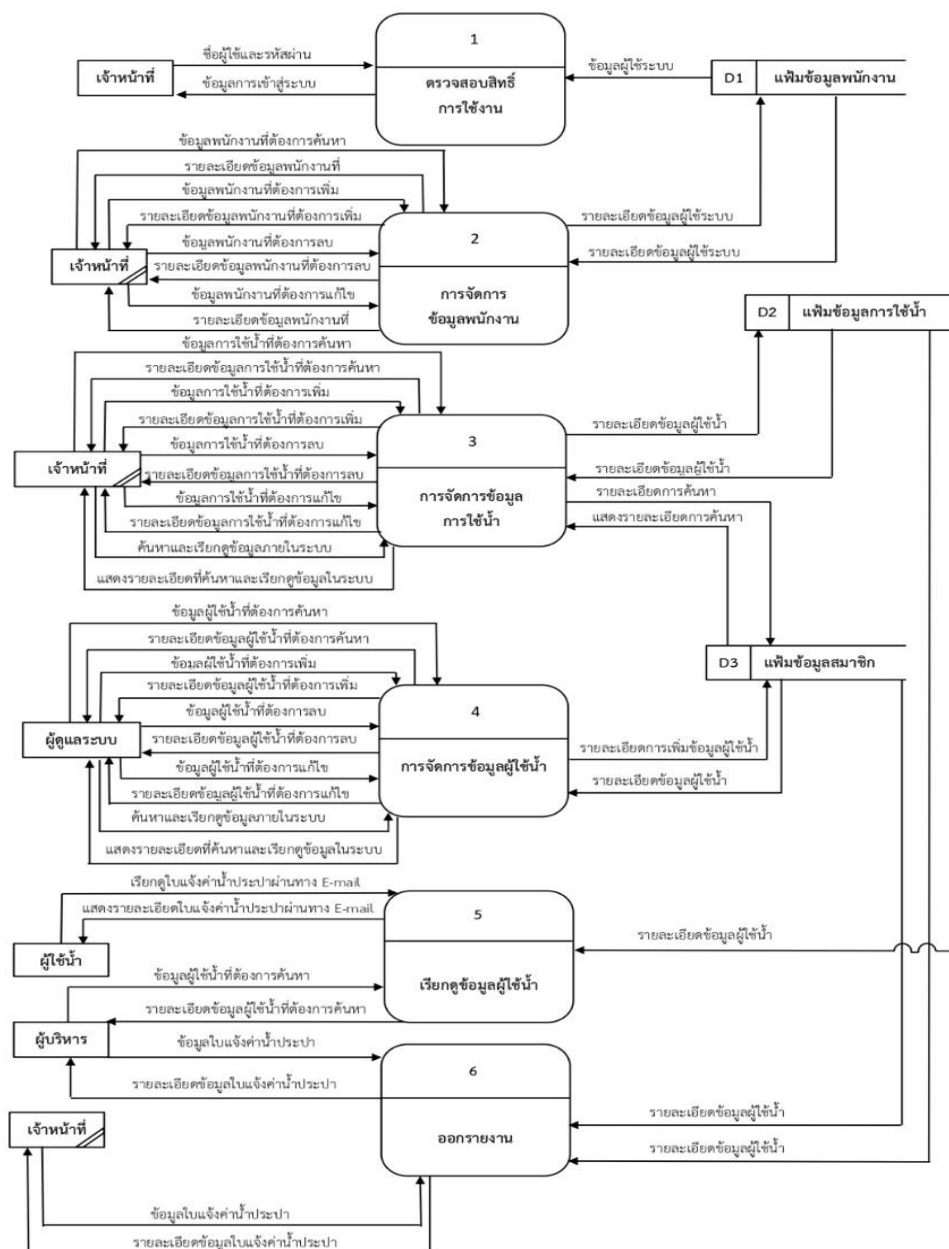
ตารางที่ 1 ตารางแสดงสรุปแบบสำรวจความพึงพอใจ ตอนที่ 2

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ระบบสามารถติดตั้งง่าย	4.60	0.80	มากที่สุด
2. ข้อมูลที่เผยแพร่เป็นปัจจุบัน	4.49	0.39	มาก
3. หน้าหลักของระบบมีความสวยงามเหมาะสมน่าสนใจ	4.79	0.84	มากที่สุด
4. รูปแบบ ขนาด สีของข้อมูล อ่านได้ง่าย เหมาะสม สวยงาม	4.77	0.82	มากที่สุด
5. ภาพและเนื้อหา มีความสอดคล้องสามารถสื่อความหมายได้	4.10	0.53	มาก
6. การค้นหาข้อมูลบนระบบง่ายและสะดวกรวดเร็ว	3.97	0.35	ปานกลาง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
7. การจัดหมวดหมู่ เมนู บนระบบมีความเหมาะสม	4.35	0.67	มาก
8. ระบบเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว	3.87	0.32	ปานกลาง
9. ระบบเป็นสื่อในการเผยแพร่เว็บไซต์	4.10	0.45	มาก
10. ภาพรวมของการใช้งานระบบโดยรวม	4.32	0.59	มาก
รวม	4.33	0.34	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า เจ้าหน้าที่ประจำและผู้ใช้หน้าประปาที่ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ ระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้ น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร มีค่าเฉลี่ยรวม 4.33 ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หน้าหลักของระบบมีความสวยงามเหมาะสมน่าสนใจ มี ค่าเฉลี่ย 4.79 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านรูปแบบ ขนาด สีของข้อมูลอ่านได้ง่าย เหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.77 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และด้านระบบสามารถติดตั้งง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.60 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ตามลำดับ ส่วน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านระบบเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.87 ระดับความพึงพอใจปานกลาง



ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram : DFD)

อภิปรายผล

การดำเนินการวิจัยการพัฒนากระบวนการจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้าน สามารถค้นหา เพิ่ม ลบ แก้ไข บันทึกข้อมูล ตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ป้องกันการสูญหายของข้อมูล ข้อมูลมีความถูกต้อง แม่นยำ ช่วยลดขั้นตอนในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประปาหมู่บ้านให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ทำให้ประหยัดเวลาในการคำนวณค่าน้ำประปา ระบบง่ายต่อผู้ใช้งานในปัจจุบันและอนาคตได้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านระบบจัดเก็บน้ำประปาสำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลบัวทอง อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ (ดารุณี เย็นจิตร และอรรณูญา อยู่ตรง, 2562) พบว่ายังขาดเรื่องการออกแบบหน้าหลักของการใช้งานของระบบที่สามารถรองรับได้แพลตฟอร์มเดียว คือ เครื่องคอมพิวเตอร์เท่านั้น และการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้ำประปาอำเภอกะสมุย (ณัฐธิดา แดงประเสริฐ, 2559) และความพึงพอใจและความคาดหวังในอนาคตของผู้ใช้บริการน้ำประปาที่มีต่อการให้บริการของกองประปา เทศบาลไทรโยง-ไชยวาล ตำบลครบุรี อำเภocrบุรี จังหวัดนครราชสีมา (ต้นตระกูล มังขุนทด, 2559) พบว่าความคาดหวังของผู้ใช้งานระบบงานด้านประปา ต้องการระบบที่มีความสะดวกในการใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ ทำให้ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนางานวิจัยนี้ได้จัดทำขึ้นมาตรงตามขอบเขตที่ได้วางไว้คือสามารถจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่างๆ ได้และมีรูปแบบหน้าหลักที่ออกแบบให้ใช้งานได้สะดวกและมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ส่วนใหญ่อายุ 35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51.00 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62 และเป็นผู้ใช้น้ำประปา คิดเป็นร้อยละ 72.00 เจ้าหน้าที่ประปา คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสำรวจความพึงพอใจพบว่า มีผู้ตอบแบบสำรวจสูงสุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านหน้าหลักของระบบมีความสวยงามเหมาะสมน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.79 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านรูปแบบ ขนาด สี ของข้อมูลอ่านได้ง่ายเหมาะสมสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.77 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านระบบสามารถติดตั้งง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.60 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และมีผู้ตอบแบบสำรวจต่ำสุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านระบบเป็นสื่อในการเผยแพร่เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ระดับความพึงพอใจมาก และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านระบบเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.87 ระดับความพึงพอใจปานกลาง

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าระบบที่ได้พัฒนาขึ้นมานั้นช่วยให้การจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำประปาหมู่บ้านด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา บ้านหนองบอน ตำบลกุดชุม อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร มีระบบที่มีประสิทธิภาพ ระบบสามารถช่วยลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ประปาหมู่บ้าน เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บข้อมูล ทำให้ข้อมูลเป็นระเบียบ สามารถค้นหาได้ง่าย และตรวจสอบได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ผู้ใช้น้ำประปามีความสะดวกในการตรวจสอบและชำระค่าน้ำประปาจากการใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีคู่มือการใช้งานระบบแนบให้ผู้ใช้น้ำประปาผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียเพื่อความสะดวกในการใช้งาน
2. ควรมีการปรับปรุงระบบและจัดเก็บฐานข้อมูลอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลหรือการโจมตีระบบจากนักโจรกรรมข้อมูลทางไซเบอร์
3. ควรเข้าพื้นที่ Cloud Computing และจัดโดเมนเนมเพื่อความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้งาน

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2562). **ทฤษฎีวงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC)**. <<http://gg.gg/lz48o>> (สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2563).
- นุสรุา ขุนเศษ. (2557). **ทฤษฎีแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล (Entity Relationship Diagram)**. <<http://gg.gg/lz6t9>> (สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2563).
- พนิดา เกียวคุ้มภัย. (2560). **ทฤษฎีเกี่ยวกับการเขียนภาพแสดงกระแสข้อมูล หรือ Data Flow Diagram (DFD)**. <<http://gg.gg/lz6ru>> (สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2563).
- พลชัย พิทักษานนท์กุล. (2558). **ทฤษฎีตัวต้นแบบ (Prototype)**. <<http://gg.gg/lz776>> (สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2563).
- พิภพธรา ศิลาไสยโสภณ. (2542). **ทฤษฎีผังงาน (Flowchart)**. <<http://gg.gg/lz4a7>> (สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2563).
- พายชัน เต๊ะ และ อรัศยา อ่วมแดง. (2558). **ทฤษฎีฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Normalization)**. <<http://gg.gg/lz6wx>> (สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2563).
- พายชัน เต๊ะ และ อรัศยา อ่วมแดง. (2558). **ทฤษฎีระบบจัดการฐานข้อมูล (Database Management System)**. <<http://gg.gg/lz6ut>> (สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2563).
- สิทธิชัย มหานา และ สมพร พิมดา. (2560). **ทฤษฎีโปรแกรม MySQL**. <<http://gg.gg/lz7gd>> (สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2563).
- อมิตา คำพิลา. (2559). **ทฤษฎีพจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary)**. <<http://gg.gg/lz75n>> (สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563).
- อริยา Ariya kmewma. (2559). **ทฤษฎีฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Relational Data)**. <<http://gg.gg/lz6wb>> (สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563).

ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

Problems and Obstacles in the Preparation of Household Accounts of the People In Ban Ladthong, Nonghai Sub-district, Mueang District, Udon Thani Province

มินท์ธิตา ถึงฝั่ง^{1*} อภิชาติ แสนนาม²

E-mail: mintitatuengfang@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และ 2) เปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนบ้านลาดทอง หมู่ที่ 13 ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 125 ครัวเรือน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA

ผลการวิจัย พบว่า 1) ประชาชนบ้านลาดทองมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีความยุ่งยากและทำให้เสียเวลา ขาดประสบการณ์ในการจัดทำ และขาดการแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำ และ 2) ประชาชนบ้านลาดทองที่มีระดับการศึกษาและรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นประชาชนบ้านลาดทองที่มีอายุ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัญหาและอุปสรรค การจัดทำบัญชีครัวเรือน

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the problems and obstacles in the preparation of household accounts of the people in ban ladthong, Nonghai Subdistrict, Mueang District, Udon Thani Province, and 2) to compare the problems and obstacles in the preparation of household accounts of the people in ban ladthong, Nonghai Subdistrict, Mueang District, Udon Thani Province, according to age, education level, occupation, average household monthly income and number of household members. The populations were 125 ban ladthong people, Moo 13 Nonghai Subdistrict, Mueang District, Udon Thani Province. The questionnaires were used as a tool and the statistic for data analysis were percentage, mean, standard deviation and One-way ANOVA analysis of variance.

The results of the research revealed that 1) the ban ladthong people had problems and obstacles in the preparation of household accounts overall were at a moderate level. Because the preparation of household accounts is complicated and time consuming. Lack of experience in preparing and lack of advice and assistance in preparing, and 2) the ban ladthong people with different levels of education and average monthly household income had problems and obstacles in the preparation of household accounts that were significantly different at the .05 level, except the ban ladthong people were different ages, occupations and number of household members. There were no differences in the problems and obstacles in the preparation of household accounts.

Keywords: problems and obstacles, preparation of household accounts

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพินิจบัณฑิต

² อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาลัยพินิจบัณฑิต

ความเป็นมาของปัญหา

จากสภาวะสังคมในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยกระแสวัตถุนิยมและความฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนไทยหลงทางไปตามกระแสนิยม จนกลายเป็นปัญหา โดยเฉพาะปัญหาเกี่ยวกับหนี้สิน อย่างไรก็ตามคนไทยยังคงมีทางเลือกที่สามารถปรับตัวในการดำรงชีวิตให้อยู่รอดภายใต้สังคมในปัจจุบัน ซึ่งแนวทางหนึ่งที่ประชาชนคนไทยควรยึดถือคือ การพึ่งตนเอง มีความพอประมาณ และไม่ประมาทตามแนวปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ที่ทรงมองเห็นถึงความสำคัญของการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับตัวเอง ให้รู้จักความพอมีพอกิน พอมีพอใช้ คำนึงถึงหลักเหตุผลและการประมาณตนเองพร้อมกับทรงเตือนสติประชาชนคนไทยไม่ให้ประมาท โดยเฉพาะการใช้จ่ายอันเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวัน

การทำบัญชีครัวเรือนเป็นการจดบันทึกรายรับ รายจ่ายประจำวันของครัวเรือน และสามารถนำข้อมูลมาวางแผนการใช้จ่ายในอนาคตได้อย่างถูกต้อง ทำให้เกิดการออม การใช้จ่ายเงินอย่างประหยัดคุ้มค่า ไม่ฟุ้งเฟ้อ ซึ่งจะทำให้เราทราบได้ว่าในแต่ละเดือนครอบครัวมีรายรับ รายจ่ายอะไรบ้าง โดยส่วนมากคนเรามักจะไม่สนใจที่จะจำในขณะที่มีการใช้จ่ายเงินออกไปหรือรับเงินเข้ามา ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไป 2-3 วันก็อาจจะทำให้เกิดการลืมกับการใช้จ่ายนั้นๆ ดังนั้น บัญชีครัวเรือนจะช่วยเตือนความจำให้เรา รู้ถึงการใช้จ่ายเงินของครอบครัว รวมทั้งได้มองเห็นภาพรวมในการดำเนินชีวิตของตนเอง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของครอบครัว และแก้ไขปัญหาหนี้สินให้กับครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้

จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานพบว่า ประชาชนบ้านลาดทองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และยังไม่มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของตนเองและของครัวเรือน ทั้งยังไม่เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาให้ความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- 1.1 ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน
- 1.2 ตัวแปรตาม คือ ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในครัวเรือนบ้านลาดทอง หมู่ที่ 13 ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 189 ครัวเรือน (รายงานข้อมูลจำนวนครัวเรือนประจำปี 2565, อุดรธานี: หมู่บ้านลาดทอง) โดยกำหนดครัวเรือนละ 1 คน จำนวน 189 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

- 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สร้างตามความมุ่งหมายที่กำหนดขึ้น
- 3.2 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.831 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

- 4.1 จัดทำแบบสอบถามตามจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 4.2 จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถามจากประชาชนบ้านลาดทอง หมู่ที่ 13 ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ระหว่างวันที่ 8 – 22 สิงหาคม 2565

4.3 รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งสิ้น 125 ฉบับ และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ ความครบถ้วนของแบบสอบถาม พบว่ามีความสมบูรณ์และความครบถ้วนทั้ง 125 ฉบับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66.14 แล้วนำมาทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ความถี่ และค่าร้อยละ

5.2 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน วิเคราะห์ในลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560: 121)

5.3 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยใช้สถิติ One way ANOVA ในกรณีที่ข้อมูลมีความแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe' Method

ผลการวิจัย

1. ประชาชนบ้านลาดทอง หมู่ที่ 13 ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ที่อาศัยอยู่ในครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.0 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 36.0 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 28.8 ประกอบอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 62.4 รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 32.0 และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 - 5 คน ร้อยละ 46.4

2. ประชาชนบ้านลาดทอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.83$) โดยเรียงอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ การจัดทำบัญชีครัวเรือนมีความยุ่งยากและทำให้เสียเวลา ($\bar{x} = 3.16$) รองลงมาคือ ขาดประสบการณ์ในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ($\bar{x} = 2.89$) และขาดการช่วยเหลือให้คำแนะนำอธิบายในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ($\bar{x} = 2.84$)

3. ประชาชนบ้านลาดทอง ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนแตกต่างกัน (ANOVA) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความคิดเห็นปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
อายุ					
ระหว่างกลุ่ม	1.422	4	0.355	1.560	0.189
ภายในกลุ่ม	27.346	120	0.228		
รวม	28.768	124			
ระดับการศึกษา					
ระหว่างกลุ่ม	3.434	4	0.859	4.067	0.004*
ภายในกลุ่ม	25.334	120	0.211		
รวม	28.768	124			
อาชีพ					
ระหว่างกลุ่ม	0.356	3	0.119	0.505	0.679
ภายในกลุ่ม	28.412	121	0.235		
รวม	28.768	124			
รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน					
ระหว่างกลุ่ม	2.549	4	0.637	2.916	0.024*
ภายในกลุ่ม	26.219	120	0.218		
รวม	28.768	124			

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน					
ระหว่างกลุ่ม	0.263	2	0.132	0.563	0.571
ภายในกลุ่ม	28.505	122	0.234		
รวม	28.768	124			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ประชาชนบ้านลาดทอง ที่มีอายุ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาและรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า 1) ประชาชนบ้านลาดทองที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ประชาชนบ้านลาดทองที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีผลต่อปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ($\bar{x} = 2.98$) มากกว่าประชาชนบ้านลาดทองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{x} = 2.53$) และ 2) ประชาชนบ้านลาดทองที่มีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจาก ประชาชนบ้านลาดทองส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีความยุ่งยากและทำให้เสียเวลาโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาขาดประสบการณ์ในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ขาดการช่วยเหลือให้คำแนะนำอธิบายในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือน และมีภารกิจที่ต้องรับผิดชอบมากทำให้ไม่สามารถจดบันทึกบัญชีครัวเรือนได้มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อังฉรา เฮ้ประโคน และธัญรัตน์ เมืองสองวงศ์ (2565) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเกิดจากขาดการช่วยเหลือขาดคำแนะนำจากผู้ให้ความรู้ในการบันทึกบัญชีครัวเรือนอย่างไม่สม่ำเสมอ ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือน การทำบัญชีครัวเรือนเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก ลำบากและเสียเวลาในการจัดทำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร แก้วขวัญไกร และคณะ (2563) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเกิดจากขาดความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจในการทำบัญชีครัวเรือน อันเกิดจากขาดการช่วยเหลือแนะนำและอธิบายถึงการจดบันทึกอย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบิน พุทโสม และนิตยา ลีโนทัย (2560) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนด้านขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในครอบครัวและมีภารกิจที่ต้องรับผิดชอบมากทำให้ไม่มีเวลาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

2. จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบิน พุทโสม และนิตยา ลีโนทัย (2560) พบว่า การศึกษาระดับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของชาวเขาเผ่าม้งในหมู่บ้านห้วยหาน ตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนไม่แตกต่างกัน

3. จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าประชาชนบ้านลาดทองที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความคิดเห็นว่าการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีปัญหาและอุปสรรคคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.98 ซึ่งมากกว่าประชาชนบ้านลาดทองที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นในเรื่องนี้คิดเป็นค่าเฉลี่ยเพียง 2.53 จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ประชาชนบ้านลาดทองที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาลิดา เชษฐ์ขุนทด และปริยาณัฐ เอื้อยศิริเมธี (2560) พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแตกต่างกัน

4. จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนบ้านลาดทอง ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายสมร สังข์เมฆ (2559) พบว่า รายได้รวมของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนไม่ส่งผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนในชุมชนเกาะยาวใหญ่ จังหวัดพังงา

สรุปผลการวิจัย

1. ประชาชนบ้านลาดทอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพเกษตรกรรม รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-5 คน
2. ประชาชนบ้านลาดทอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งด้านสูงสุดคือ การจัดทำบัญชีครัวเรือนมีความยุ่งยากและทำให้เสียเวลา
3. ประชาชนบ้านลาดทอง ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนแตกต่างกัน นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ประชาชนบ้านลาดทองยังไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ในการจัดทำบัญชีครัวเรือน จึงยังไม่ได้ลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง เช่น ประชาชนบ้านลาดทองยังมองว่าการจัดทำบัญชีครัวเรือนนั้นมีความยุ่งยากและทำให้เสียเวลา เมื่อมีการทำบัญชีครัวเรือนแล้วก็ไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ อีกทั้งยังขาดความรู้ ขาดประสบการณ์ ขาดการช่วยเหลือคำแนะนำในการจัดทำบัญชีครัวเรือน และมีภารกิจที่ต้องรับผิดชอบมากทำให้ไม่สามารถจัดทำบัญชีครัวเรือนได้ ดังนั้น ควรปลูกฝังให้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อนำไปสู่การจัดทำบัญชีครัวเรือนได้อย่างถูกต้อง
2. ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมในการจัดทำบัญชีครัวเรือนกับประชาชนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน เพื่อให้ประชาชนที่มีการศึกษาแตกต่างกันนั้นได้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน
3. องค์กรท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษาควรร่วมมือกันส่งเสริมสนับสนุน ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือนสู่ประชาชนในหมู่บ้านลาดทอง และมีการติดตามดูแลอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลเฉพาะประชาชนหมู่บ้านลาดทอง หมู่ที่ 13 ตำบลหนองไฮ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานีเท่านั้น ดังนั้น จึงควรศึกษากับประชาชนที่อาศัยในพื้นที่อื่นๆ แล้วนำมาเปรียบเทียบเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงในการจัดทำบัญชีครัวเรือน
2. ควรศึกษาตัวแปรปัจจัยด้านอื่นๆ เพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี

เอกสารอ้างอิง

- ทศพร แก้วขวัญไกร และคณะ. (2563). พฤติกรรมและสภาพปัญหาการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อลดปัญหาหนี้สินของเกษตรกรบ้านหินลาดหมู่ 4, หมู่ 5, หมู่ 6 และหมู่ 9 ตำบลหินลาด อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์. **วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์**, 4(2), 63-81.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปาลิดา เชษฐขุนทด และปรียาณัฐ เอื้อยศิริเมธี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนในอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา**, 11(1), 98-106.
- สายสมร สังข์เมฆ. (2559). การจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชาชนในชุมชนเกาะยาวใหญ่ จังหวัดพังงา. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**, 1(3), 26-35.
- สุบิน พุทโสม และ นิตยา ลิ้นทัย. (2560). การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของชาวเขาเผ่าม้ง บ้านห้วยหาน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย. **วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา**, 11(3), 121-131.
- หมู่บ้านลาดทอง. (2565). **รายงานข้อมูลจำนวนครัวเรือน ประจำปี 2565**. อุดรธานี: หมู่บ้านลาดทอง.
- อัจฉรา เชื้อประโคน และธัญวรัตน์ เมืองสองวงศ์. (2565). ความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักเรียนโรงเรียนโหล่หินวิทยา ตำบลโหล่หิน อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์**, 9(7), 407-417.

การให้ความสำคัญแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี

The Importance of Guidelines for Ethical Practice to Increase the Work Efficiency of Accountants in Udon Thani Province

มริญญา คำมา¹

E-mail: miruntee_f@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี และเพื่อเปรียบเทียบแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 178 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า Anova

ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในจังหวัดอุดรธานี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.80 มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีประสบการณ์ทำงาน 1-5 ปี

การศึกษาคำสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักบัญชีส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการรักษาความลับ และด้านความโปร่งใส ส่วนการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน พบว่า แนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในจังหวัดอุดรธานีโดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ได้แก่ ความโปร่งใส ด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี

Abstract

The objectives of this research were to study and compare the guideline increasing code of ethics of accountants in Udon Thani province by gender, age, education and experience in Udon Thani province. The samples were 178 persons from the employees selected by random sampling. The research instruments were questionnaire. The statistics used percentage, mean, standard deviation, t-test, and Anova. The research found that the most of them were female younger than 30 years old, bachelor's degree, and experience in accounting work about 1-5 years. For overall significance of guideline increasing code of ethics of accountants in Udon Thani province was very importance among top secret and transparency. Comparison on each aspect, there were founded that the transparency, knowledge, top secret protection and responsibility were on difference and statistical significance at .05 level.

Keywords: the code of ethics for accountants, the efficiency of the accountants

ความเป็นมาของปัญหา

ในยุคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง การแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจเพราะถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก การตัดสินใจทางธุรกิจประการหนึ่ง นั่นคือการตัดสินใจโดยอาศัยรายงานทางการเงินเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ การจัดทำบัญชีมีบทบาทต่อผู้ใช้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น คือ นักบัญชีขาดจรรยาบรรณทางการบัญชีที่ถูกต้อง

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพณิชยการ

ในการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นองค์กรจึงต้องคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถเพื่อพัฒนาให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากยิ่งขึ้นจรรยาบรรณของนักบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีที่ (เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ นำเสนอผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ, 2559: 1,123 – 1,131)

จรรยาบรรณวิชาชีพนั้น มีความสำคัญในการจัดทำบัญชีและนำเสนอของสถานประกอบการเป็นอย่างมาก นักบัญชีจึงต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้วยเพราะจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีจะแสดงถึงคุณธรรมและจริยธรรมของนักบัญชี ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดคุณสมบัติของนักบัญชี ตามหลักเกณฑ์ในพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชีปี 2547 ที่ได้กำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ นักบัญชีควรพึงมีได้แก่ ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความรู้ ความสามารถ มาตรฐานในการปฏิบัติงาน ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ และการรักษาความลับ (สหวิชาชีพบัญชี, 2560)

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี เป็นหลักเกณฑ์และเงื่อนไขความประพฤติของนักบัญชี ที่เป็นหลักให้สมาชิกวิชาชีพนั้นยึดถือปฏิบัติ เพื่อรักษาชื่อเสียง และส่งเสริมเกียรติคุณของวิชาชีพตนในด้านการจัดทำบัญชี ซึ่งเป็นงานที่อาศัยความครบถ้วนถูกต้องเพื่อให้งบการเงินสามารถนำงบการเงินมาใช้วิเคราะห์และการตัดสินใจ เนื่องจากงานบัญชีต้องอาศัยความถูกต้องและครบถ้วนของงบการเงิน จึงถือว่างานการเงินมีความสำคัญอย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจ เพราะถ้างานการเงินเกิดข้อผิดพลาดจะส่งผลโดยตรงกับสถานประกอบการ ดังนั้น นักบัญชีจึงต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์จรรยาบรรณทางวิชาชีพเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงานยิ่งขึ้น

จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดที่มีสถานประกอบการจำนวนมาก สถานประกอบการจึงต้องการสรรหานักบัญชีที่มีทักษะความรู้ ความสามารถ และมีจรรยาบรรณในวิชาชีพเข้ามาทำงาน เพื่อให้ได้นักบัญชีที่มีประสิทธิภาพในการทำงานสูง และเป็นไปตามความต้องการของสถานประกอบการ

จากความสำคัญและประเด็นปัญหาข้างต้นเนื่องจากจำนวนนักบัญชีที่เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลา 5 ปี ทำให้การสรรหานักบัญชีที่มีความรู้ ความสามารถและปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพที่เคร่งครัดนั้นค่อนข้างยาก จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “แนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี” เพื่อเป็นการศึกษาความหมายและลักษณะจรรยาบรรณของนักบัญชีที่แสดงถึง คุณธรรมและจริยธรรม ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของนักบัญชีเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความสำคัญแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นดังนี้

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 320 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คำนวณโดยใช้ตาราง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่าง 178 ราย การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการใช้ตารางเลขสุ่มเพื่อสุ่มตัวอย่างโดยให้ประชากรทั้งหมดมีโอกาสในการรับคัดเลือกเข้ามาเป็นตัวแทนของประชากร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีข้อความจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อความจำนวน 21 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆที่นักบัญชีต้องการให้มีการปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหากับแนวทางปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ดำเนินการเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยได้ติดต่อสำนักงานบัญชีและสถานประกอบการที่จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

3.2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 4 เดือน

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคม ซึ่งมีการประมวลผลข้อมูลเป็นขั้นตอน คือหลังจากการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกรหัสลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

4.1 การคำนวณหาข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 การคำนวณหาข้อมูลจรรยาบรรณของนักบัญชีจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.3 การเปรียบเทียบแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานภาพด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน โดยจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับสถานภาพด้านเพศ และจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) เพื่อจะวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม สำหรับอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท และมีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกเพศที่แตกต่างกัน

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	68	38.20
หญิง	110	61.80
รวม	178	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมา เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.20

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	100	56.17
30-40 ปี	46	25.84
41 ปีขึ้นไป	32	17.97
รวม	178	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.97 รองลงมา อายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.84 และอายุน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	132	74.16
ปริญญาโท	46	25.84
รวม	178	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.16 และรองลงมา ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 25.84

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท	154	86.52
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป	24	13.48
รวม	178	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 86.52 และมีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1-5 ปี	115	64.61
6-10 ปี	35	19.66
10 ปีขึ้นไป	28	15.73
รวม	178	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.61 รองลงมา มีประสบการณ์การทำงาน 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.66 และมีประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.73 ตามลำดับ

2. ความสำคัญเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีต่อแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรักษาความลับมีระดับความสำคัญต่อแนวทางการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี รองลงมา ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ และด้านความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ พบว่า ความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับและด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ พบว่า ระดับความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีโดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีโดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับและด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงานด้านการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ระดับความสัมพันธ์ของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีโดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงานด้านการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านประสบการณ์ทำงาน พบว่า ระดับความสำคัญของแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีโดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ได้แก่ ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงานด้านการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ

อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณและทักษะทางวิชาชีพกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ด้านความโปร่งใส ความซื่อสัตย์สุจริต มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานีให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการรักษาความลับมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับที่ศึกษาเรื่องสมรรถนะของนักบัญชีในความต้องการของผู้ประกอบการในภาคตะวันออก พบว่า สถานประกอบการต้องการนักบัญชีที่สามารถรักษาความลับไม่นำข้อมูลบริษัทไปเปิดเผยอาจเนื่องจากนักบัญชีเป็นผู้รู้ความเคลื่อนไหวทางการเงินของธุรกิจ จึงต้องมีความซื่อสัตย์มีจรรยาบรรณต่อวิชาชีพของตนเอง โดยไม่เปิดเผยข้อมูลทางการเงินขององค์กรต่อคู่แข่งหรือบุคคลอื่นที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย ที่ศึกษาเรื่องจรรยาบรรณของนักบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีในด้านการรักษาความลับ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (รัชนิกร จันทิมี และ ลีศิริรัตน์ มีมาก, 2559)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยด้านการให้ความสำคัญแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดอุดรธานี พบว่าผู้ทำบัญชีให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในระดับมากที่สุดทุกด้าน ด้านที่มีคะแนนความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ด้านการรักษาความลับ เมื่อแยกพิจารณาเป็นด้านๆพบว่า

ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ในเรื่องผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรมซื่อตรงต่อวิชาชีพและต้องไม่มีส่วนได้เสียในงานที่ตนประกอบวิชาชีพ นอกจากค่าตอบแทนที่ได้รับจากการประกอบวิชาชีพนั้นและผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติงานอย่างตรงไปตรงมา จริงใจ ซื่อตรงต่อวิชาชีพไม่คดโกง ไม่หลอกลวงด้านความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ในเรื่องผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีต้องศึกษาหาความรู้และชำนาญทางวิชาชีพเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ด้านการรักษาความลับ ในด้านการประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่นำข้อมูลที่เป็นความลับขององค์กร ที่ตนได้มาจากการปฏิบัติงานวิชาชีพและความสัมพันธ์ในทางธุรกิจ รวมทั้งความลับขององค์กรที่ตนสังกัดไปเปิดเผยต่อบุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากองค์กร เว้นแต่ในกรณีที่เป็นการเปิดเผยตามสิทธิหรือหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมายหรือฐานะผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี

ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ในเรื่องผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีต้องมีความรับผิดชอบต่อตามกรอบวิชาชีพบัญชีต่อผู้รับบริการ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน หรือบุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้ ในเรื่อง ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี ต้องไม่กระทำการใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และการดำเนินการขององค์กรที่ตนสังกัดและด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป ในเรื่องผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีต้องประพฤติตนในทางที่ถูกต้องควร สำนึกในหน้าที่และไม่ปฏิบัติตนในลักษณะที่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพบัญชี

สรุปว่าผู้ทำบัญชีในจังหวัดอุดรธานีเห็นความสำคัญแนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ซึ่งเป็นกรอบความประพฤติและวิธีปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเพื่อให้ผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีคุณภาพ น่าเชื่อถือและผู้ใช้บริการให้ความเชื่อมั่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรมีการกำหนดเวลาในการทำงานที่เหมาะสม มีการควบคุมการทำงานให้ใช้เวลาอย่างน้อยที่สุดมีการประเมินผลการทำงานของตนเอง เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไข มีการตรวจสอบการทำงานของตนเองว่าการทำงานในแต่ละขั้นตอนมีความซ้ำซ้อนหรือไม่ เพื่อลดขั้นตอนการทำงานน้อยลง และสามารถปฏิบัติงานได้ในปริมาณที่มากขึ้น โดยต้องยึดถือความถูกต้องถูกต้องและความสมบูรณ์ของงาน อีกทั้งมีการรับงานด้วยปริมาณที่เหมาะสมไม่รับงานในปริมาณที่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีในมุมมองอื่นๆ ที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้
2. การศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสอบถามเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจ. (2565). ปริมาณการบัญชีของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. <https://www.dbd.go.th/news_view.php?id=469403169> (สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2565).
- ญาณิน วิลามาต. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ฐิติรัตน์ มีมาก และ รัชนิกร จันทิมิ. (2558). งานสิ่งแวดล้อมและความรู้เกี่ยวกับความสามารถของนักบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพการรายงานทางการเงินของธุรกิจ SME ในจังหวัดนครราชสีมา. ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วีอินเตอร์พริ้นท์.
- ปวีณา สุตกาลา. (2553). ปัจจัยด้านจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชีที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ในสถานประกอบการนิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

- รัชนิกร จันทิมิ และ จิตติรัตน์ มีมาก. (2559). จรรยาบรรณของนักบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีที่ปฏิบัติงาน ในสำนักงานบัญชี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ นำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ 2559 (หน้า 1,123 – 1,131) มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ส.จิตรนารถ และ ช.ศักดิ์ชัย. (2558). การปฏิบัติงานบัญชีในความต้องการของนักลงทุนตะวันออก. ปรินญาโทบริหารธุรกิจ (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สหวิชาชีพบัญชี. (2560). รหัสปฏิบัติการวิชาชีพบัญชีเลขที่ 19. <<http://www.fap.or.th/upload/9414/vidYpCZ5D7.pdf>> (สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2565).

ความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562
ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุมจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี
Understanding of the Tax Payment of Taxpayers Under the Land and Building
Tax Act B.E. 2562 in the District of Oum Chan Sub-district Administrative Organization,
Prajaksillpakarm District, Udonthani Province

ณัฏฐริยา ยางนอก¹ วนิดา ณ ลำพูน² พิระยุทธ ศิลาพรม³ สุรินยา ศรีราชชัย⁴
E-mail: vanidavonnarut@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้เสียภาษี 2) เปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้เสียภาษี จำแนกตามเพศและอายุ 3) เปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้เสียภาษี จำแนกตาม ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้เสียภาษี 381 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการทดสอบ One way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า

ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้เสียภาษีมีความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีโดยรวมและทุกด้าน ได้แก่ ด้านฐานภาษี ด้านการยกเว้นมูลค่าฐานภาษี ด้านอัตราภาษี ด้านการลดและการยกเว้นภาษี ด้านการคำนวณภาษี และด้านการแจ้งการประเมินภาษีอยู่ในระดับปานกลาง 2) ผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้เสียภาษี พบว่าผู้เสียภาษีเพศชายกับเพศหญิงช่วงอายุ 18-40 ปี และมากกว่า 40 ปี แต่ไม่เกิน 60 ปี มีความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษี ไม่แตกต่างกัน 3) ผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี พบว่าระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความเข้าใจ ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

Abstract

The purpose of the research were: 1) to study the understanding of the taxpayers 2) to compare the understanding of taxpayers by gender and age 3)) to compare understanding of taxpayers by level of education, occupation, income. the sample 381 taxpayers. The tool used for data collection was a questionnaire. The statistic for data analysis were mean standard deviation, t-test and One way ANOVA

The results of the research were as follows: 1) Taxpayers have understanding of taxation. overall and each aspect, including tax base, value exemption, tax base tax rate tax cuts and exemptions, tax calculation and the reporting of tax assessment , that one were at a moderate level. The side with the highest average was the report of tax assessment. And the side with the lowest average was tax reduction and exemption. 2) The results of a study to compare the understanding of taxpayers. It was found that male and female taxpayers aged 18-40 years and over 40 years but not over 60 years had understanding about paying taxes no difference. 3) The results of a study to compare the understanding of taxpayers. It was found that the level of education, occupation, income had knowledge and understanding about tax payment. The difference was statistically significant at the .05 level. other aspects no difference.

Keywords: understanding, land and building tax

^{1, 2} อาจารย์ประจำสาขาวิชาสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพินิจบัณฑิต

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ วิทยาลัยพินิจบัณฑิต

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยพินิจบัณฑิต

ความเป็นมาของปัญหา

ภาษาที่ดินหรือภาษาสิ่งปลูกสร้าง ประเทศไทยได้มีการจัดเก็บภาษิจากทรัพย์สิน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งหมด 3 รูปแบบ ประกอบด้วย ภาษาโรงเรือนและที่ดิน ภาษาบำรุงท้องที่ และภาษีย้าย ตามพระราชบัญญัติภาษียโรงเรือนและที่ดิน พ.ศ. 2475 และพระราชบัญญัติภาษีย บำรุงท้องที่ พ.ศ. 2508 จัดเก็บจากทุกคนที่มีกรรมสิทธิ์หรือครอบครองที่ดินที่ โดยที่ดินที่ต้องเสียภาษีได้แก่ พื้นที่ ที่เป็นดินและพื้นที่ ที่เป็นภูเขาหรือที่มีน้ำด้วย ซึ่งจัดเก็บจากราคาปานกลางของที่ดินที่ประเมินโดยเจ้าพนักงานที่ดินที่ต้องปรับปรุงในรอบ 4 ปี แต่ในปัจจุบันยังคงใช้ราคาปานกลางที่ดินเดิม ที่ประเมินภาษิตั้งแต่ปี 2521-2524 จากการจัดเก็บภาษิตั้งสองรูปแบบได้ถูกบังคับใช้มา เป็นเวลานาน ทำให้การคำนวณฐานภาษี การประเมินภาษี ตลอดจนขั้นตอนการดำเนินการมีความ แตกต่างกันไป การจัดเก็บภาษิตั้งกล่าวเป็นการจัดเก็บจากทรัพย์สินเช่นเดียวกัน จึงทำให้การจัดเก็บ ภาษาไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบันและทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้เสียภาษี จึงทำให้มี พระราชบัญญัติภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การจัดเก็บภาษียจาก ทรัพย์สินในท้องถิ่นมีความเป็นระบบมากขึ้น กระตุ้นการใช้ประโยชน์จากที่ดิน ทำให้มีการกระจายอำนาจ ในการถือครองที่ดิน เกิดการกระจายอำนาจให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้เสียภาษี รวมทั้งเป็นการช่วยสร้างรายได้ที่มากขึ้นให้กับท้องถิ่นด้วย ซึ่งการบังคับใช้พระราชบัญญัติ ภาษาที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ย่อมต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจและความพร้อมของผู้ใช้กฎหมาย ภาษาที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งระบบสนับสนุนต่างๆ เพื่อให้การบังคับใช้พระราชบัญญัติภาษียที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งพระราชบัญญัติภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 จะเริ่มมีการจัดเก็บในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ประสบปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาประชาชนผู้เสียภาษียขาดความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการจัดเก็บภาษียของ รวมถึงปัญหาความรวดเร็วในการให้บริการประชาชนในกรณี เมื่อมีผู้มาชำระภาษียในปริมาณมาก และพบว่าก่อนที่กฎหมายจะบังคับใช้เจ้าของทรัพย์สินที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางรายเปลี่ยนสภาพที่ดินที่รกร้างว่างเปล่าให้เป็นพื้นที่การเกษตร เพื่อจะได้รับการยกเว้นภาษีย และหลังจากการบังคับกฎหมายพบว่า องค์การปกครองส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับประชาชนในพื้นที่ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อความเข้าใจในการเสียภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของประชาชน ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ได้จัดโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการจัดเก็บภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ได้อย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายกำหนด

ผู้วิจัยในฐานะผู้สอนสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพินิจบัณฑิต จึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าประชาชนผู้เสียภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้างมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับหรับการจัดการเรียนการสอน ในสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพินิจบัณฑิต และองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคมสามารถ นำไปใช้ในการปฏิบัติงานจัดเก็บภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้างให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเข้าใจการเสียภาษียของผู้เสียภาษีย ตามพระราชบัญญัติภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษียของผู้เสียภาษีย ตามพระราชบัญญัติภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ และอายุ
3. เพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษียของผู้เสียภาษีย ตามพระราชบัญญัติภาษียที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำแนกตาม ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของงานวิจัย เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการ เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจการเสียภาษีย ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชนกลุ่มผู้เสียภาษีย ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอยะรังชัยศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ กลุ่มผู้เสียภาษีที่มีอายุระหว่าง 18- 60 ปี จำนวน 7,837 คน แบ่งออกเป็น 1) ชาย 3,956 คน 2) หญิง 3,881 คน (สำนักงานทะเบียนอำเภอประจักษ์ศิลปาคม, 2565)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้เสียภาษีที่มีอายุระหว่าง 18- 60 ปี จำนวน 381 คน แบ่งออกเป็น 1) ชาย 192 คน 2) หญิง 189 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น และวิธีการกำหนดขนาดโดยใช้วิธีสูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความเข้าใจการเสียภาษี ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชนกลุ่มผู้เสียภาษี ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560: 76) ซึ่งมี 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านฐานภาษี 2) ด้านการยกเว้นมูลค่าฐานภาษี 3) ด้านอัตราภาษี 4) ด้านการลดและการยกเว้นภาษี 5) ด้านการคำนวณภาษี และ 6) ด้านการแจ้งการประเมินภาษี เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 24 ข้อ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทุกคน ในช่วงระหว่างเดือน กันยายน – พฤศจิกายน 2565

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การศึกษาความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51-5.00	มากที่สุด
3.51-4.50	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.50	น้อยที่สุด

5.2 การเปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศและอายุ ใช้การทดสอบที (t - test)

5.3 การเปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำแนกตาม ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ใช้การทดสอบ One way ANOVA

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 381 คน ดังรายละเอียดตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (n = 381)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	192	50.48
หญิง	189	49.52
รวม	381	100.00
อายุ 18-40 ปี	167	43.80
อายุมากกว่า 40 ปี แต่ไม่เกิน 60 ปี	214	56.20
รวม	381	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	102	26.8
มัธยมศึกษา/ปวช.	181	47.50
ปวส./อนุปริญญา	53	13.90
ปริญญาตรี	42	11.00
สูงกว่าปริญญาตรี	3	0.80
รวม	381	100.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	10.80
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	107	28.10
เจ้าของธุรกิจ	13	3.40
เกษตรกร	175	45.90
รับจ้างทั่วไป	45	11.80
รวม	381	100.00
ต่ำกว่า 10,000	189	49.60
10,000-20,000	138	36.20
20,001 – 30,000	39	10.20
มากกว่า 30,001	15	3.90
รวม	381	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอู่จวน เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.48 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 49.52 อายุผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี แต่ไม่เกิน 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.20 และอายุในช่วง 18-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.80 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาจบการศึกษาระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 26.80 และระดับปวส./อนุปริญญาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 13.90 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 45.90 รองลงมาลูกจ้าง/พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.10 และ รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.80 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.60 รองลงมาอยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.50 และอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000บาท คิดเป็นร้อยละ 10.20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอู่จวน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

1. ผลการศึกษาความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอู่จวน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ดังรายละเอียดตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอู่จวน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี โดยรวมและรายด้าน (n = 381)

ความเข้าใจผู้เสียภาษี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านฐานภาษี	3.32	0.75	ปานกลาง
2. ด้านการยกเว้นมูลค่าฐานภาษี	3.27	0.82	ปานกลาง
3. ด้านอัตราภาษี	3.26	0.79	ปานกลาง
4. ด้านการลดและการยกเว้นภาษี	3.20	0.80	ปานกลาง
5. ด้านการคำนวณภาษี	3.08	0.88	ปานกลาง
6. ด้านการแจ้งการประเมินภาษี	3.40	0.82	ปานกลาง
โดยรวม	3.36	0.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของผู้เสียภาษี ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี โดยรวมและทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08 - 3.40$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการแจ้งการประเมินภาษี ($\bar{X} = 3.40$) รองลงมาคือด้านฐานภาษี ($\bar{X} = 3.32$) ด้านการยกเว้นมูลค่าฐานภาษี ($\bar{X} = 3.27$) ด้านการลดและการยกเว้นภาษี ($\bar{X} = 3.26$) ด้านการคำนวณภาษี ($\bar{X} = 3.20$) และด้านการคำนวณภาษี ($\bar{X} = 3.08$) ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานีแนกตามเพศและอายุ รายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ และอายุ โดยรวมและรายด้าน (n = 381)

ความเข้าใจผู้เสียภาษี	ชาย		หญิง		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
จำแนกตามเพศ	3.38	0.69	3.34	0.74	0.596	0.551
จำแนกตามอายุ	3.37	0.78	3.35	0.66	0.297	0.767

จากตารางที่ 3 พบว่า ความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานีจำแนกตามเพศ และอายุ ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำแนกตาม ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ดังรายละเอียดตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ความเข้าใจผู้เสียภาษี	แหล่งของความแปรปรวน	df	ss	ms	F	p-value
ระดับการศึกษาโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	5.915	1.479	2.901	0.022*
	ภายในกลุ่ม	376	191.624	0.510		
อาชีพโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.310	0.078	0.148	0.964
	ภายในกลุ่ม	376	197.229	0.525		
รายได้โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.041	1.347	2.624	.050*
	ภายในกลุ่ม	377	193.498	0.513		
		380	197.539			

* หมายถึงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้เสียภาษีที่มีระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ พบว่า ผู้เสียภาษีที่มีระดับการศึกษาอาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาอาชีพและรายได้ไม่แตกต่างกันกับความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพบว่า ความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุมจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการแจ้งการประเมินภาษี อยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้ เป็นเพราะว่าพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในส่วนของการจัดเก็บภาษีได้ทำความเข้าใจกับผู้เสียภาษีในการประเมินภาษี ได้แก่ 1) ฐานภาษี 2) การยกเว้นมูลค่าของฐานภาษี 3) อัตราภาษี 4) การลดและการยกเว้นภาษี 5) การคำนวณภาษี และ 6) การแจ้งการประเมินภาษี เพื่อให้ผู้เสียภาษีได้มีความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีให้บรรลุเป้าหมายของ กลุ่มงานนโยบายการคลังและพัฒนารายได้ สำนักบริหารการคลังท้องถิ่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2562: 49 – 64) จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้เสียภาษีมีความรู้ความเข้าใจด้านการเสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุมจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ แสงระวี จินดา และ รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์ (2562) ที่ พบว่า ประชาชนที่เสียภาษีท้องถิ่นให้กับเทศบาลตำบลวังหลวง มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีท้องถิ่นในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ดังนี้ ประชาชนมีหน้าที่ต้องเสียภาษีให้กับส่วนกลางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควบคู่กัน รองลงมา บุคคลใดที่เปิดหอพักให้เช่า ต้องเสียภาษีป้ายให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โทษจากการไม่เสียภาษีจะถูกดำเนินคดีทั้งทางแพ่งและทางอาญา และสอดคล้องกับของสุภาพร นภาโชติ (2550) ที่พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลบางนาง อำเภอบางบาล จังหวัดชลบุรี ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีผู้เสียภาษีบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในวิธีการชำระภาษี และมีทัศนคติในเชิงลบต่อวิธีการจัดเก็บภาษี

2. ผลการศึกษาพบว่า ความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุมจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานีจำแนกตามเพศ และอายุ ด้านฐานภาษี และด้านอัตราภาษี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้ เพราะผู้เสียภาษีเพศหญิงมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฐานภาษีและอัตราภาษีมากกว่าเพศชาย เนื่องจากผู้เสียภาษีเพศหญิงปฏิบัติได้ถูกต้องกว่าผู้เสียภาษีเพศชาย ส่วนด้านอื่นๆ นั้นผู้เสียภาษีทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความรู้ความเข้าใจใกล้เคียงกันเนื่องจาก ได้รับความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีทุกปี

สอดคล้องกับมายามีน หวันฮัซซัน และคณะ (2563) ศึกษาความพร้อมในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและ สิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนราธิวาส ผลการวิจัยพบว่า ความพร้อมในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนราธิวาสอยู่ในระดับมาก และระดับความพร้อมในการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนราธิวาสแต่ละด้าน มีระดับความพร้อมที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน และประเภทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีความสัมพันธ์กับความพร้อมในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 และสอดคล้องกับ สุภาพ รัตแพทย์ (2562) ที่พบว่า ประชาชน เขตบางนา กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้าน สถานภาพสมรส และด้านรายได้ ต่างกัน ทำให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีท้องถิ่น โดยรวมไม่ต่างกัน และ ประชาชน เขตบางนา กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านการศึกษา และด้านอาชีพ ต่างกัน ทำให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีท้องถิ่น โดยรวมต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความเข้าใจการเสียภาษี ด้านข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้เสียภาษีส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 ปี ไม่เกิน 60 ปี วุฒิการศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษา/ปวช. อาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท
2. ผลการศึกษาความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี พบว่าผู้เสียภาษีมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีโดยรวมและทุกด้านได้แก่ ด้านฐานภาษี ด้านการยกเว้นมูลค่าฐานภาษี ด้านอัตราภาษี ด้านการลดและการยกเว้นภาษี ด้านการคำนวณภาษี และด้านการแจ้งการประเมินภาษีอยู่ในระดับปานกลาง
3. ผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้เสีย ภาษี พบว่าผู้เสียภาษีเพศชายกับเพศหญิงและช่วงอายุ 18-40 ปี และมากกว่า 40 ปีแต่ไม่เกิน 60 ปี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษี ด้านฐานภาษี และด้านอัตราภาษี ไม่แตกต่างกัน
4. ผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี พบว่าระดับการศึกษา อาชีพ รายได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษี ด้านฐานภาษี และด้านอัตราภาษี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่าความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ผู้เสียภาษีมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ควรตรวจสอบข้อมูลนี้ว่าเป็นความจริงหรือไม่ หากเป็นความจริงควรให้ความเข้าใจด้านภาษีได้แก่ 1) ด้านการลดและการยกเว้นภาษี 2) ด้านการยกเว้นมูลค่าฐานภาษี 3) ด้านการคำนวณภาษี 4) ด้านอัตราภาษี และ 5) ด้านฐานภาษี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความเข้าใจการเสียภาษีของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอื่นๆ ในจังหวัดอุดรธานี
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบระดับปัญหาของผู้เสียภาษี ตามพระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ใน จังหวัดอุดรธานี

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2562). **คู่มือปฏิบัติงาน ตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562**. กลุ่มงานนโยบายการคลังและพัฒนารายได้ สำนักบริหารการคลังท้องถิ่น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- มายามิน หวันฮัซซัน, อามาณี ยะปา และ ซูไวบะห์ กาโฮง. (2563). ความพร้อมในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนราธิวาส. **การประชุมทาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11**, 24-35.
- ศุภลักษณ์ พินิจภูวดล. (2550). **คำอธิบายภาษีท้องถิ่น**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- สมศักดิ์ เอี่ยมพลับใหญ่. (2564). **ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- สุภาพ รัตแพทย. (2562). **ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีท้องถิ่น ของประชาชน เขตบางนา กรุงเทพมหานคร**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุภาพร นภาโชติ. (2550). **ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลบางนา**. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารงานท้องถิ่น วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- แสงระวี จินดา และ รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์. (2562). ความรู้ ความเข้าใจและสภาพการเสียภาษีท้องถิ่นของประชาชนให้กับ เทศบาลตำบลวังหลวง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา**, (1), 218-231.
- องค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน. (2562). **แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2561 – 2565**. อุดรธานี: อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี, หน้า 111 - 112.

ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
Employers' Satisfaction Towards Management Graduates' Performance of Business
Administration Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

วิสัยพร ยาชามป้อม¹

E-mail: Ting_lru@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บัณฑิต/หัวหน้าหน่วยงานของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2563 จำนวน 33 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงจากข้อมูลที่บัณฑิตให้ไว้ในแบบสอบถามภาวะการปฏิบัติงานของบัณฑิต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D.= 0.58) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.66$, S.D.= 0.58) รองลงมา คือ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.65$, S.D.= 0.57) ด้านความรู้ ($\bar{X} = 4.62$, S.D.= 0.57) ด้านคุณธรรม จริยธรรม ($\bar{X} = 4.61$, S.D.= 0.59) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านทักษะทางปัญญา ($\bar{X} = 4.59$, S.D.= 0.59) ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ ผู้ใช้บัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

Abstract

This research aimed at exploring employers' satisfaction towards graduates' performance of Management Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University. The 33 samples of employers of graduates who graduated in 2020 were selected as sampling group by specific sampling technique from working survey forms. A 5 Likert's scale questionnaire was employed to collect the data, then analyzed by average and standard deviation.

The results showed that the satisfaction level of employers towards performance of Management Program graduates was at highest level ($\bar{X} = 4.63$, S.D.= 0.58). Interpersonal skills and responsibility was at highest level ($\bar{X} = 4.66$, S.D.= 0.58) following by numerical skill, communication and information technology ($\bar{X} = 4.65$, S.D.= 0.57), knowledge ($\bar{X} = 4.62$, S.D.= 0.57), morality and ethics ($\bar{X} = 4.61$, S.D.= 0.59). While, intellectual skill was at lowest level ($\bar{X} = 4.59$, S.D.= 0.59)

Keywords: satisfaction, employers, business administration program, management program

ความเป็นมาของปัญหา

ด้วยความเจริญก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงในสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในหลายๆ ด้าน ทำให้การพัฒนาคุณภาพของคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่รัฐบาลต้องเตรียมพร้อมเพื่อที่จะเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ทางหนึ่งที่สำคัญคือการส่งเสริมการศึกษาให้เกิดขึ้น ส่งผลให้การจัดการศึกษาจึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญหนึ่งที่จะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของคนในสังคมให้เป็นผู้มีความสมบูรณ์ทั้งทางสติปัญญา ร่างกาย และจิตใจ ทั้งนี้เพราะหากคนในสังคมได้รับการศึกษาก็จะส่งผลต่อการพัฒนาในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง ตลอดจนเทคโนโลยีสมัยใหม่ ดังพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดแนวทางการเรียนรู้ไว้ในหมวดที่ 1 มาตรา 6 ว่าการจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่ร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ปัจจุบันการจัดการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาทั้งของภาครัฐและเอกชนจะต้องมีคุณภาพ และบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาต้องมีความรู้

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ตลอดจนมีทักษะที่สามารถแข่งขันกับบุคคลอื่นได้ เหล่านี้นับเป็นภารกิจสำคัญของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องเร่งพัฒนาและผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพ เพื่อให้สอดคล้องและตรงต่อความต้องการที่แท้จริงของตลาดแรงงานและสังคมภายในประเทศ จึงทำให้มีการสร้างมาตรฐานและระบบการประเมินคุณภาพการศึกษาขึ้นมามีภายในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งระบบการประกันคุณภาพการศึกษาถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่จะยกระดับการจัดการศึกษาและพัฒนาคุณภาพบัณฑิตได้ (จุฬารัตน์ ศรีวัฒนพงศ์ และ พิชญพรพรรณ อนันตบุญวัฒน์, 2563)

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้กำหนดกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education: TQF: HEd) พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และฉบับแก้ไข (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาหลักสูตร การปรับเปลี่ยนกลวิธีการสอนของอาจารย์ การเรียนรู้ของนักศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุมาตรฐานผลการเรียนรู้ (learning Outcome) ตามที่มุ่งหวังได้จริง จึงได้กำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่จะส่งเสริมให้ผู้เรียนบรรลุถึงมาตรฐาน ผลการเรียนรู้รวมทั้งเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการจัดการศึกษา เช่น การพัฒนาหลักสูตร การปรับเปลี่ยนกลวิธีการสอน วิธีการเรียนรู้ ตลอดจนกระบวนการวัดและการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตามการเรียนรู้ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ได้คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์เพื่อให้ออกไปเป็นบัณฑิตที่ตรงกับความต้องการของสังคม (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2560)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เปิดสอนในระดับปริญญาตรี นอกจากทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตแล้วยังมีส่วนร่วมในการสอนนักศึกษาในหลักสูตรสาขาวิชาอื่นๆ และสนับสนุนส่งเสริมความสามารถของนักศึกษาในด้านต่างๆ ซึ่งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันหลักสูตรได้กำหนดปรัชญา และวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจน ปรัชญาของหลักสูตร คือ ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ คุณธรรม มีทักษะวิชาชีพ เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ สร้างสรรค์นวัตกรรมพัฒนาท้องถิ่นสู่สากล หลักสูตรได้ตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพในการผลิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีสิ่งหนึ่งที่สำคัญและสามารถแสดงถึงระดับของคุณภาพได้คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ทั้งนี้สาขาวิชาการจัดการ จึงเห็นความสำคัญของการทำวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตและผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ และสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

2. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ ผู้ใช้บัณฑิต/หัวหน้าหน่วยงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2563 จำนวน 56 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บัณฑิต/หัวหน้าหน่วยงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2563 จำนวน 33 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากการสุ่มแบบง่ายจากข้อมูลสถานที่ทำงานไว้ในแบบสอบถามภาวะการปฏิบัติงานของบัณฑิตปีการศึกษา 2563 ตอบกลับมาคิดเป็นร้อยละ 58.92 โดยใช้เกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาภายในด้านคุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ คือจำนวนบัณฑิตที่ได้รับการประเมินจากผู้ใช้นิตจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

3.1.1 ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการงาน (Checklist) ประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับบัณฑิต ประเภทหน่วยงาน/สถานประกอบการ และระยะเวลาที่บัณฑิตทำงานอยู่กับหน่วยงานของท่าน

3.1.2 ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.1.3 ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอิสระที่จะแสดงความคิดเห็นความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

3.2 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีกระบวนการและขั้นตอนดังนี้

3.2.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดด้านเนื้อหา วัตถุประสงค์ของการวิจัยและหลักการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.2.2 นิยามศัพท์เฉพาะตัวแปรให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดเพื่อสร้างแบบสอบถาม

3.2.3 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะตัวแปรที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิด

3.2.4 ดำเนินการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบ ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (Index of Objective: IOC) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แล้วปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมืออยู่ระหว่าง 0.66-1.00

3.2.5 ดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) ที่ไม่ใช่มูลนิธิตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้ววิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) (ธานินทร์ ศิลาจารุ, 2552) ได้ค่าความเชื่อมั่นความความพึงพอใจ 0.85

3.2.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขจนเป็นที่พอใจและเชื่อมั่นได้ว่ามีความครอบคลุมแล้วไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่จะทำการศึกษา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2563 จากระบบของสำนักส่งเสริมและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จากนั้นติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบัณฑิตที่ได้ให้ข้อมูลไว้ในแบบสอบถามภาวะการมีงานทำของบัณฑิต ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2563 ซึ่งผู้วิจัยจัดส่งหนังสือและแบบสอบถามไปยังหน่วยงานที่บัณฑิตทำงานอยู่ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 33 ฉบับ นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์

5.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปลงรหัสตามที่กำหนดไว้และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

5.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับบัณฑิต ประเภทหน่วยงาน/สถานประกอบการ และระยะเวลาที่บัณฑิตทำงานอยู่กับหน่วยงานของท่าน โดยการแจกแจงค่าความถี่และร้อยละ

5.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เนื้อหาประกอบด้วย ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วนำเสนอรูปตารางประกอบความเรียงท้ายตาราง โดยนำค่าเฉลี่ยมาแปลค่าตามเกณฑ์การประเมินในแต่ละระดับชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

สำหรับเกณฑ์การตัดสินผลการวิเคราะห์ข้อมูล พิจารณาจากค่าเฉลี่ยเลขคณิตตามเกณฑ์จุดกลาง (Midpoint) ของส่วนระดับคะแนน (Class interval) ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 0.51 – 1.50 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 หัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 ผู้จัดการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 หัวหน้าหน่วยงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.13 โดยแยกเป็นหน่วยงานเอกชน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 48.48 หน่วยงานราชการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 อื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 21.22 หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.03 และระยะเวลาที่บัณฑิตทำงาน ตั้งแต่ 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 57.58 ตั้งแต่ 1 ปี – 2 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 น้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 อื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.03 ตามลำดับ

2. ตอนที่ 2 ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ รายละเอียดดังตารางที่ 1–6

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยภาพรวม

ด้านการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.61	0.59	มากที่สุด
2. ด้านความรู้	4.62	0.57	มากที่สุด
3. ด้านทักษะทางปัญญา	4.59	0.59	มากที่สุด
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.66	0.58	มากที่สุด
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ	4.65	0.57	มากที่สุด
โดยรวม	4.63	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D.= 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.66$, S.D.= 0.58) รองลงมา คือ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.65$, S.D.= 0.57) ด้านความรู้ ($\bar{X} = 4.62$, S.D.= 0.57) ด้านคุณธรรม จริยธรรม ($\bar{X} = 4.61$, S.D.= 0.59) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านทักษะทางปัญญา ($\bar{X} = 4.59$, S.D.= 0.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ด้านคุณธรรม จริยธรรม	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต	4.52	0.66	มากที่สุด
2. มีวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	4.70	0.52	มากที่สุด
3. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม	4.67	0.50	มากที่สุด
4. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีทัศนคติเชิงบวกและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข	4.55	0.61	มากที่สุด
5. เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม	4.64	0.60	มากที่สุด
โดยรวม	4.61	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านคุณธรรม จริยธรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D.= 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ($\bar{X} = 4.70$, S.D.= 0.52) รองลงมา คือ มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม ($\bar{X} = 4.67$, S.D.= 0.50) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม ($\bar{X} = 4.64$, S.D.= 0.60) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีทัศนคติเชิงบวกและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ($\bar{X} = 4.55$, S.D.= 0.61) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต ($\bar{X} = 4.52$, S.D.= 0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านความรู้

ด้านความรู้	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำเร็จการศึกษาและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง	4.55	0.70	มากที่สุด
2. สามารถวิเคราะห์ปัญหาและการแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่เหมาะสม รวมถึงการ บูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเหมาะสม	4.70	0.46	มากที่สุด
3. สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและพัฒนาความรู้ใหม่ ความชำนาญทางภาษา รวมทั้งความรู้ทางด้านเทคโนโลยี	4.55	0.61	มากที่สุด
4. มีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้กับงานที่ได้รับมอบหมายและแสวงหาความรู้ใหม่	4.70	0.46	มากที่สุด
โดยรวม	4.63	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D.= 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถวิเคราะห์ปัญหาและการแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่เหมาะสม รวมถึงการ บูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเหมาะสม และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้กับงานที่ได้รับมอบหมายและแสวงหาความรู้ใหม่ ($\bar{X} = 4.70$, S.D.= 0.46) รองลงมา คือ สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและพัฒนาความรู้ใหม่ ความชำนาญทางภาษา รวมความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.55$, S.D.= 0.61) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำเร็จการศึกษาและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.55$, S.D.= 0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านทักษะทางปัญญา

ด้านทักษะทางปัญญา	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. สามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณและคิดอย่างเป็นระบบ	4.58	0.65	มากที่สุด
2. สามารถสืบค้น ศึกษาและประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา	4.58	0.60	มากที่สุด
3. สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาได้อย่างเป็นระบบ	4.61	0.60	มากที่สุด
4. มีความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม	4.64	0.59	มากที่สุด
โดยรวม	4.59	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านทักษะทางปัญญา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D.= 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.64$, S.D.= 0.59) รองลงมา คือ สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาได้อย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.61$, S.D.= 0.60) สามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณและคิดอย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.65) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สามารถสืบค้น ศึกษาและประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. สามารถสื่อสาร สนทนา ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.70	0.52	มากที่สุด
2. ความสามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ได้	4.61	0.60	มากที่สุด
3. รู้จักบทบาท หน้าที่ และมีความรับผิดชอบในการทำงานตามที่ได้รับมอบหมายทั้งงานส่วนบุคคล และงานกลุ่ม	4.70	0.58	มากที่สุด
โดยรวม	4.66	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D.= 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รู้จักบทบาท หน้าที่ และมีความรับผิดชอบในการทำงานตามที่ได้รับมอบหมายทั้งงานส่วนบุคคล และงานกลุ่ม ($\bar{X} = 4.70$, S.D.= 0.58) รองลงมา คือ สามารถสื่อสาร สนทนา ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.70$, S.D.= 0.52) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความสามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ได้ ($\bar{X} = 4.61$, S.D.= 0.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ หรือเครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันสำหรับการทำงาน	4.64	0.59	มากที่สุด
2. มีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ และสามารถใช้อุปกรณ์การคำนวณกับงานที่ได้รับมอบหมายได้	4.73	0.45	มากที่สุด
3. สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่ทันสมัยได้อย่างเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย	4.61	0.60	มากที่สุด
โดยรวม	4.65	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ และสามารถใช้อุปกรณ์การคำนวณกับงานที่ได้รับมอบหมายได้ ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.45) รองลงมา คือ มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ หรือเครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันสำหรับการทำงาน ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.59) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่ทันสมัยได้อย่างเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ซึ่งประเมินความพึงพอใจใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีประเด็นที่นำมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บัณฑิตมีวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่องานและผู้อื่น มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมได้ เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของจุมพิต ศรีวัฒนพงศ์ และพิชญพรรณ อนันตบุญวัฒน์ (2563) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า บัณฑิตปฏิบัติตามกฎระเบียบ และศีลธรรมอันดี สอดคล้องกับงานวิจัยของกองแผน สำนักงานอธิการบดี (2565) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีประจำปีการศึกษา 2563 พบว่า บัณฑิตมีวินัยและความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จ มีความซื่อสัตย์ ซื่อสัตย์ มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือจรรยาบรรณวิชาชีพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดาภรณ์ ตันทกุล (2559) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่า บัณฑิตมีความซื่อสัตย์ ซื่อสัตย์ อดทน กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน เป็นผู้มีความประพฤติดี เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับของหน่วยงาน ปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณของวิชาชีพ

ด้านความรู้ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บัณฑิตสามารถวิเคราะห์ปัญหาและแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่เหมาะสม รวมถึงการบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเหมาะสม และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้กับงานที่ได้รับมอบหมายและแสวงหาความรู้ใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของกองแผน สำนักงานอธิการบดี (2565) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีประจำปีการศึกษา 2563 พบว่า บัณฑิตมีความรู้ทางวิชาการและวิชาชีพที่สามารถศึกษาต่อยอดได้ มีความรู้ที่สามารถนำมาปฏิบัติงานได้ทันที รู้กฎ ระเบียบ ธรรมเนียมปฏิบัติและข้อกำหนดทางเทคนิค/วิชาชีพที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎา กฤตเมธกุล (2564) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ปีการศึกษา 2562 พบว่า บัณฑิตสามารถนำความรู้เชิงทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ใหม่ได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชดาภรณ์ ตันทกุล (2559) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่า บัณฑิตมีความรู้ความสามารถตรงกับงานที่ปฏิบัติสาขาวิชา ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและผลงานมีคุณภาพ สามารถพัฒนาความรู้และนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้

ด้านทักษะทางปัญญา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บัณฑิตมีความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม สามารถรวบรวม ศึกษาวิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาได้อย่างเป็นระบบ และสามารถสืบค้น ศึกษาและประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา สอดคล้องกับงานวิจัยของจุมพิต ศรีวัฒนพงศ์ และพิชญพรรณ อนันตบุญวัฒน์ (2563) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า บัณฑิตสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของกองแผน สำนักงานอธิการบดี (2565) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีประจำปี

การศึกษา 2563 พบว่า บัณฑิตสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ศึกษาสภาพปัญหา/วิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการทำงานได้ มีทักษะการปฏิบัติงาน/การใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์ต่างๆ ได้และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตดา กฤตเมธกุล (2564) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ปีการศึกษา 2562 พบว่า บัณฑิตสามารถแสวงหาความรู้ใหม่ๆ และพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ มีความคล่องแคล่วในการคิดอย่างเป็นระบบ สามารถคิดวิเคราะห์เสนอแนะและให้เหตุผลเพื่อการตัดสินใจได้ มีการตรวจสอบ ประเมินผลการทำงานอย่างสม่ำเสมอ

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บัณฑิตสามารถสื่อสารทสนทนา ได้อย่ามีประสิทธิภาพและรู้จักบทบาท หน้าที่ และมีความรับผิดชอบในการทำงานตามที่ได้รับมอบหมายทั้งงานส่วนบุคคล และงานกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของกองแผน สำนักงานอธิการบดี (2565) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีประจำปีการศึกษา 2563 พบว่า บัณฑิตมีทักษะการทำงานเป็นทีม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรได้ ตระหนักถึงสิทธิของตนเองและผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตดา กฤตเมธกุล (2564) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ปีการศึกษา 2562 พบว่า บัณฑิตมีทักษะในการทำงานเป็นทีมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของงานหรือองค์การ ปฏิบัติงานตามหน้าที่โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น และรับผิดชอบผลการปฏิบัติงานของตน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชดาภรณ์ ตันทกุล (2559) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่า บัณฑิตมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและมีศักยภาพในการทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบในภาระงานทั้งของตนเองและของกลุ่ม มีทัศนคติเชิงบวกกับองค์กรและเพื่อร่วมงาน

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการวิจัยผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บัณฑิตมีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ และสามารถเลือกใช้เครื่องมือการคำนวณกับงานที่ได้รับมอบหมายได้ มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์หรือเครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันสำหรับการทำงานและสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัยได้อย่างเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของจุมพิต ศรีวัฒนพงศ์ และพิชญพรรณ อนันตบุญวัฒน์ (2563) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า บัณฑิตมีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรม เพื่อการแสวงหาความรู้ และติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กองแผน สำนักงานอธิการบดี (2565) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีประจำปีการศึกษา 2563 พบว่า บัณฑิตสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร ศึกษา ค้นคว้า สืบค้นข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม มีทักษะในการนำเสนองานได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชดาภรณ์ ตันทกุล (2559) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่า บัณฑิต สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม มีความสามารถวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลทางสถิติได้

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ใน 5 ด้าน คือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อันดับหนึ่ง ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ อันดับสอง ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อันดับสาม ด้านความรู้ อันดับสี่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และอันดับห้า ด้านทักษะทางปัญญา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการทำงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการดำเนินงานของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ ดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม ควรมีการส่งเสริมให้บัณฑิตรู้จักตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต โดยการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์หรือการเข้าค่ายธรรมะ อบรมคุณธรรม จริยธรรม ให้แก่นักศึกษาเพื่อให้นักศึกษารู้จักคุณธรรม จริยธรรม
2. ด้านความรู้ ควรมีการส่งเสริมการติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและพัฒนาความรู้ใหม่ ความชำนาญทางภาษารวมทั้งความรู้ทางด้านเทคโนโลยี โดยการจัดหาวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญพิเศษในแต่ละสาขา มาให้ความรู้ตามลักษณะของแต่ละรายวิชา เพื่อให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้เป็นผู้มีความรู้พื้นฐานทางอาชีพที่ดีขึ้น
3. ด้านทักษะทางปัญญา ควรมีการส่งเสริมความสามารถในการสืบค้น ศึกษาและประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา โดยการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้มีการนำความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติควบคู่กันไปหรือโดยการสอดแทรกลงไปในเรื่องรายวิชา
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ควรมีการส่งเสริมความสามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก การแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ได้ โดยการอบรมทางมารยาททางสังคม มนุษยสัมพันธ์ในองค์กรให้กับนักศึกษาเพื่อปรับตัวในสังคมที่ดีต่อไป ควรส่งเสริมความรู้และสามารถแยกแยะความเป็นจริง ในการตัดสินใจต้องขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่มากกว่าการใช้อารมณ์ รู้จักใช้เหตุผลและวิจารณ์อย่างเหมาะสม จัดอบรมในการเป็นผู้นำให้นักศึกษา ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการเป็นผู้นำ
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรมีการส่งเสริมความสามารถด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่ทันสมัยได้อย่างเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย โดยการจัดอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการใช้งานและมีการจัดอบรมภาษาต่างประเทศ เพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน จัดกิจกรรมส่งเสริมการฝึกการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำมาพัฒนาการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎดา กฤตเมธากุล. (2564). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ปีการศึกษา 2562. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- กองแผน สำนักงานอธิการบดี. (2565). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ประจำปีการศึกษา 2563. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- จิตพิต ศรีวัฒนพงศ์ และ พิชญพรพรรณ อนันตบุญวัฒน์. (2563). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการดำเนินงานของบัณฑิตหลักสูตรภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. วารสารศึกษาศาสตร์, 7(2), 20-28.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บิซซิเนสสอร์แอนด์ดี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- รัชดาภรณ์ ตันทกุล. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(2), 237-245.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2560). เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2558 และเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง. กระทรวงศึกษาธิการ