

ISSN: 2730-3055 (Online)



วารสาร

รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

SSRU Journal of Public Administration

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 : (มกราคม-เมษายน 2565)
Vol. 5 No. 1 : (January-April 2022)





วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร SSRU Journal of Public Administration

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2565)

Vol. 5 No. 1 (January-April 2022)

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพของนักศึกษาและบุคลากรทั้งภายในภายนอกสถาบัน
2. เพื่อนำเสนอและพัฒนาศักยภาพและผลงานทางวิชาการ การค้นคว้าและบทความทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษาและนักวิชาการภายนอก
3. เพื่อให้บริการทางสังคมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

ขอบเขตของวารสาร

1. ขอบเขตของวารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ การศึกษาเชิงประยุกต์และสหวิทยาการ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับรัฐศาสตร์
2. เนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้องไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. การส่งบทความวิชาการและบทความวิจัยนั้น สามารถส่งโดยตรงไปที่กองบรรณาธิการวารสารผ่านระบบ online Submission ที่เว็บไซต์ บทความทั้ง 2 ประเภท ซึ่งบทความที่ส่งมานั้นจะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทำการประเมินแบบ Double-Blinded Review ก่อนที่จะพิจารณาจัดพิมพ์ในขั้นต่อไป
4. การรับบทความของวารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ในทางวิชาการที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาฏกุล

ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณภรณ์

เอกราจินดาว์ฒน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช	จันทร์ศร	มหาวิทยาลัยชินวัตร
ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน	ดอกไธสง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์	ทับทิมรักรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา	เมฆคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา	ชินบุตร	มหาวิทยาลัยทองสุข
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน	แสงดี	มหาวิทยาลัยมหิดล

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พิมพ์เผยแพร่ 3 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/SSRUJPD>

ติดต่อกองบรรณาธิการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อาคาร 31 ชั้น 3 ถนนอุทองนอก เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์: 02-1601240, 097-9359356

โทรสาร: 02-1601240

Website: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/SSRUJPD>

E-mail: touch_life@outlook.co.th

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน
ทัศนะและข้อคิดเห็นของบทความในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ



วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2565 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และจากการที่วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการรับรองมาตรฐานจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) ให้อยู่ในกลุ่มที่ 2 ดังนั้น ในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 10 บทความ กองบรรณาธิการขอเสนอบทความที่น่าสนใจดังนี้

ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล โดย ธัญลักษณ์ สกานพวงษ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์ของเจ้าหน้าที่ของรัฐในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล ด้านการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน ด้านการติดตามและประเมินผล ด้านปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดี ด้านมอบหมายภาระหน้าที่ ด้านค่าตอบแทนที่มีความเป็นธรรม ด้านการช่วยเหลือเกื้อกูลในภาระงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า ด้านค่าขึ้นชมให้กับบุคลากร ด้านการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการของข้าราชการ 3) ปัญหาและอุปสรรคการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เกิดจากแรงจูงใจและ ด้านมนุษยสัมพันธ์ในหน่วยงาน สิ่งที่ได้ค้นพบปัจจัยที่สำคัญ แรงจูงใจที่สำคัญของเจ้าหน้าที่รัฐ ที่ส่งผลให้การปฏิบัติงานเหล่านี้เกิดขึ้นเป็นผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดย ศิริรัตน์ โจนปนนิธิกุล และศุภศักดิ์ เจาประเสริฐวงศ์ ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง ประกอบด้วย 1) ด้านดึงดูดใจ มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและบรรยากาศที่สวยงาม 2) ด้านกิจกรรม มีกิจกรรมมากมาย แต่ในสถานการณ์นี้นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว 3) ด้านการเข้าถึง ใกล้กรุงเทพฯ ถนนหนทางสะดวก นักท่องเที่ยวขับรถส่วนตัวมาเอง

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีให้พร้อม 5) ด้านที่พัก มีให้เลือกหลายระดับหลายราคา 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย มีมาตรการป้องกันโรคระบาด ทำให้มั่นใจในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดย Yulai Wu, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, อัครมณี สมใจ, วรรณัญญา ขนิษฐบุตร และ สุดา สุวรรณภิรมย์ ผลการวิจัยพบว่า 1) การทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งรูปภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19 ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ ด้านการลดเวลาซื้อหาอาหารแช่แข็ง และด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความสะดวก อยู่ในระดับมาก

การดำเนินนโยบายการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2564 โดย ภาณุเกียรติ ไชยบุตร ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชาจะมีประเด็นข้อพิพาทในเรื่องของพื้นที่ทับซ้อน หรือความขัดแย้งกรณีเขาพระวิหารก็มิได้ส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การค้าของทั้งสองประเทศแต่อย่างใด รวมทั้งระบอบการเมืองที่ไม่เป็นประชาธิปไตย (เสรีนิยม) นั้น ก็ได้ส่งผลต่อการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศเนื่องจากนโยบายการค้าระหว่างประเทศนั้นได้ถูกกำหนดโดยแนวคิดผลประโยชน์แห่งชาติโดยการเปิดการค้าเสรี อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์แห่งชาติมากที่สุด

กองบรรณาธิการวารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ผศ.ดร.ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์

บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	V
ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล	1
The Performance Achievement of Bangkok Government Officials in Accordance with the Principles of Good Governance	
ธัญลักษณ์ สกานุปพงษ์ <i>Thanyalak Sakanuphong</i>	
ปัจจัยในการพัฒนาที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย	12
Development Factors Affecting The Sustainability of Palm Growers in The Lower Central Region of Thailand	
นรินทร์ สวัสดิ์จันทร์ และ สอาด บรรเจิดฤทธิ์ <i>Narin Sawasdichan and Saard Banchirdrit</i>	
การตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์	25
The Decision Making on Becoming the Membership of Lopburi Sugar Cane Farmers Association, Khok-Samrong, Sa-Bot	
วรชัย วงศ์ศรีไทย, วราภรณ์ ทรัพย์รุ่งทอง และ มยุรี รัตนเสริมพงศ์ <i>Worachai Wongsrithai, Waraphon Subruangthong and Mayuree Rattanasermpong</i>	
ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)	41
Thai Tourist's Attitudes towards the Tourism Components in Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province during the COVID-19 Pandemic	
ศิริรัตน์ โรจนปณิธิกุล และ ศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์ <i>Sirirat Rojanapanitikul and Supasak Ngaoprasertwong</i>	
พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	53
Behavior of Frozen Food Consumption via Online System of People in Bangkok	
Yulai Wu, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, อัครมณี สมใจ, วรณนัฏฐา ขนิษฐบุตร และสุดา สุวรรณภิรมย์ <i>Yulai Wu, Chandej Charoenwiryakul, Akramanee Somjai, Wannattha Khanitthabud and Suda Suwannapirom</i>	

การส่งเสริมเทคโนโลยีคอลเซ็นเตอร์ (Call center) การดูแลสุขภาพ และการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุยุค 5G Technology Call Center Promotion to Health Care and Life management of the Elderly in the 5G Era	65
ณัฐชัย จันทร์ทิพย์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, วิชิต สุรดินทร์กูร และ สุดา สุวรรณภิรมย์ Nattachai Chantip, Chandej Charoenwiriyaikul, Vichit Suradinkura and Suda Suwannapirom	
แรงจูงใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมในการซื้อแว่นสายตา Consumer Motivation and Behavior on Purchasing Eye-glasses	81
ธิดา ตระกูลแก่นชาเดช, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, สุพิศ ฤทธิแก้ว และ กนกวรรณ มีสุข Tida Trakulganchadej, Somnuk Aujiरणongpan, Supit Ritkaew and Kanokwan Meesook	
บทบาทของรัฐในการส่งเสริมความพร้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563 The Role of The State in Promoting The Readiness of Small and Medium-Sized Enterprises (Smes) in The Food And Beverage Business Between 1997 and 2020	97
เบญจรงค์ สวัสดิ์พาณิชย์ Benjarong Sawasphanich	
การดำเนินนโยบายการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและ ราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2564 The International Trade Policy Practice of the Kingdom of Thailand and the Kingdom of Cambodia under the Government of General Prayut Chan-O-Cha from 2014 – 2021	111
ภาณุเกียรติ์ ไชยบุตร Panukiat Chaiaut	
ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Digital Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ Knowledge, Perception of Benefit and Change Management of Digital Distribution for Efficient Business	120
ชุตินา เชยชุม , ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ อัครมนี สมใจ Chutima Choeichum, Chandej Charoenwiriyaikul and Akramanee Somjai	

ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล
The Performance Achievement of Bangkok Government Officials in Accordance
with the Principles of Good Governance

ธัญลักษณ์ สกานุปพงษ์

Thanyalak Sakanupong

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Faculty of Political Science, BangkokThonburi University, Thailand

E-mail: kasamemjdar@gmail.com

Received: April 12, 2022

Revised: April 26, 2022

Accepted: April 27, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล 3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง ได้แก่ ผู้อำนวยการ หัวหน้ากลุ่มงาน และข้าราชการของสำนักงานเขตทวีวัฒนา สำนักงานเขตธนบุรี สำนักงานเขตบางแค และสำนักงานเขตหนองแขม ทั้งหมด 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์สรุปอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์ของเจ้าหน้าที่ของรัฐในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล ด้านการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน ด้านการติดตามและประเมินผล ด้านปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดี ด้านมอบหมายภาระหน้าที่ ด้านค่าตอบแทนที่มีความเป็นธรรม ด้านการช่วยเหลือเกื้อกูลในภาระงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า ด้านคำชื่นชมให้กับบุคลากร ด้านการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการของข้าราชการ 3) ปัญหาและอุปสรรคการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เกิดจากแรงจูงใจและ ด้านมนุษยสัมพันธ์ในหน่วยงาน สิ่งที่ได้ค้นพบปัจจัยที่สำคัญ แรงจูงใจที่สำคัญของเจ้าหน้าที่รัฐ ที่ส่งผลให้การปฏิบัติงานเหล่านี้เกิดขึ้นเป็นผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน

คำสำคัญ: ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน, หลักธรรมาภิบาล, แนวทางการบริหาร

Abstract

The objectives of this study were to study 1) the performance achievement of government officials in accordance with the principles of good governance in Bangkok District Office 2) the motivation for the performance of government officials in accordance with the principles of good governance in Bangkok District Office 3) the problems and obstacles in the performance of government officials in accordance with the principles of good governance in Bangkok District Office, such as Thawi Watthana District Office, Thonburi District Office, Bang Khae District Office, and Nong Khaem District Office. By using qualitative research methodology, specific sample comprised of related persons, namely director, group Head and government officials in Bangkok District Office such as Thawi Watthana District Office, Thonburi District Office, Bang Khae District Office and Nong Khaem District Office, total 20 people. The research tools used in the study were in-depth interviews. The data was analyzed using inductive summative analysis.

The results were found that 1) the importance of the performance achievement of government officials in accordance with the principles of good governance, it was found performance development, monitoring and evaluation are in good level. Assignment of duties and compensation are considered as fair. There was assistance in tasks assigned by the supervisor 2) The motivation for the performance of the Bangkok government officials in accordance with the principles of good governance found that on the side of praise for personnel in promoting career advancement in terms of compensation and welfare of civil servants; 3) Problems and obstacles in the performance of officials arising from motivation and human relations in the office. Finding as the key factors in motivating government officials which make their operation resulting in performance achievement.

Keywords: Performance Achievement, Good Governance, Management Guidelines

บทนำ

ปัจจุบันองค์การได้มุ่งเน้นไปที่วิสัยทัศน์ในการพัฒนาผู้ปฏิบัติงานทำหน้าที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี โดยเฉพาะภาคเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น การบริหารจัดการด้านต่างๆ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ควบคู่กัน ส่งผลให้ภาคเอกชนเปลี่ยนแปลงจาก SMEs รูปแบบเดิม ๆ ไปสู่ Smart Enterprise หรือผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูง และแรงงานทั่วไปกำลังพัฒนาสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่สูงขึ้น ในภาครัฐก็เช่นกันก็มีการปรับตัวมากขึ้น ไม่เป็นการปฏิบัติงานแบบเดิม ๆ มีการนำนวัตกรรมใหม่มาปรับปรุงการทำงานมากยิ่งขึ้น และปัจจัยอื่นๆ อีกที่มีแรงเสริมการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การขับเคลื่อนพันธกิจให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ นั่นก็คือ ผลผลิต ผลลัพธ์ ขององค์การมาก

ยิ่งขึ้น เมื่อบริบทเปลี่ยนแปลงไปการบริหารทรัพยากรบุคคลก็ต้องมีการปรับตัวตามไปด้วย เพราะคนคือหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ทุกองค์กรจึงต้องหันมาปรับกลยุทธ์กันอีกครั้งในช่วงเวลาของการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค 4.0 นี้ เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกและทิศทางการดำเนินงานขององค์กรให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพสูงสุด

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐเป็นทั้งเป้าหมายและเครื่องมือกลไก ในการรองรับการขับเคลื่อนของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่น ๆ ให้สามารถดำเนินการจนบรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ ที่วางไว้ ดังนั้นแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ จึงมุ่งเน้น พัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐให้มีความทันสมัย ภาครัฐมีขนาดเหมาะสมกับภารกิจ มีสมรรถนะสูง ตอบสนองปัญหาความต้องการของประชาชนและสนับสนุนให้เป็นประเทศไทย 4.0 ที่สามารถก้าวทัน ความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน ด้วยหลักการ “ภาครัฐของประชาชน เพื่อประชาชนและประโยชน์ ส่วนรวม” (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2562) ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐกลไกของภาครัฐเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมาก การพัฒนาผลการปฏิบัติงานของข้าราชการให้เป็นเลิศจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะสามารถช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติทุกประเด็น เพื่อบูรณาการ ทั้งในเชิงประเด็น เชิงภารกิจ และเชิงพื้นที่ที่มีการเชื่อมโยงการทำงานทุกระดับให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ และการพัฒนาดังกล่าวจะต้องบูรณาการกันอย่างมีเอกภาพและสอดคล้องประสานกัน มีการประสานงานบนความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชนภาคประชาสังคม ภาควิชาการ ภาคประชาชนและภาคส่วนอื่นในสังคม ระบบการเงินการคลังของประเทศจะต้องสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติระบบงบประมาณและการจัดสรรงบประมาณตอบสนองความเร่งด่วนและมีเป้าหมายร่วมกันทั้งในระดับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติภารกิจ และพื้นที่ ซึ่งสามารถติดตามประเมินผลสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติทุกระดับ เพื่อให้การพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐเข้าสู่ความสมดุลในความสัมพันธ์ของพื้นที่ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น และประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ในการติดตามประเมินผลและในการพัฒนาบริการสาธารณะ กรณีศึกษา สำนักงานเขตทวีวัฒนา สำนักงานเขตธนบุรี สำนักงานเขตบางแค สำนักงานเขตหนองแขม อยู่ใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันพื้นที่ส่วนใหญ่ของเขตเป็นพื้นที่เกษตรกรรม มีลำคลองหลายสายที่สามารถนำน้ำไปใช้ในการทำสวนผลไม้ อย่างไรก็ตาม พื้นที่เกษตรเหล่านั้นกำลังถูกแทนที่ที่ละน้อยด้วยโครงการหมู่บ้านจัดสรรซึ่งเรียงรายอยู่ตามถนนสายหลักในพื้นที่ จากการศึกษา รายงานผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรอง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ตัวชี้วัดงานยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัดงานตามนโยบาย พบข้อจำกัด อาทิ เจ้าหน้าที่อาจได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่เร่งด่วน ด้านอื่น ๆ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการตามโครงการได้อย่างเต็มที่ และเรื่องของยานพาหนะ เครื่องมือ อุปกรณ์ ไม่เพียงพอ ประกอบกับสภาพภูมิอากาศไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน ในภาพรวมปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ กรุงเทพมหานคร, 2562) ถึงอย่างไรการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐเป็นทั้งเป้าหมายและเครื่องมือกลไก ในการรองรับการขับเคลื่อนของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่นๆ และหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนตามทิศทางของนโยบายภาครัฐ ในการศึกษาในครั้งนี้เพื่อที่จะสะท้อนผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงาน จึงทำให้เกิดการศึกษาเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีต่อ

ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล ประโยชน์การศึกษาในครั้งนี้จะส่งผลให้การปฏิบัติงานของข้าราชการดีขึ้นและทำให้การบริการประชาชนมีความพึงพอใจมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล

การทบทวนวรรณกรรม

การดำเนินงานของรัฐบาลได้จัดทำนโยบายระดับชาติ และกำหนดวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อชี้แจงให้มีกิจกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการวางแผน การจัดทำโครงการ วิธีการบริหารหรือกระบวนการดำเนินงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ด้วยวิธีปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และความต้องการของประชาชน ผู้ใช้บริการในแต่ละเรื่องแนวความคิดนโยบายสาธารณะ นโยบายสาธารณะ หมายถึง การจัดสรรคุณค่าแก่สังคม เมื่อมีสถานการณ์ของรัฐบาลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของรัฐบาล (ศุภชัย ยาวะประภาษ และ ปิยากร หวังมหาพร (2552) ซึ่งมีกำหนดความหมาย ของนโยบายสาธารณะต่าง ๆ กัน คือ Ira Sharkansky (1970) กล่าวว่านโยบายสาธารณะ คือกิจกรรม ต่าง ๆ ที่กระทำโดยรัฐบาล ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของรัฐบาล Thomas (1978) กล่าวว่านโยบายสาธารณะ คือสิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ Lasswell and Kaplan (1970) อธิบายว่านโยบายสาธารณะ หมายถึง แผนหรือโครงการที่กำหนดขึ้น อันรวมถึงเป้าหมาย สิ่งที่มีคุณค่า และแนวทางการปฏิบัติ ต่าง ๆ Easton (1971) ให้ความหมายนโยบายสาธารณะ ว่าหมายถึงการจัดสรรผลประโยชน์ หรือสิ่งที่มีคุณค่าระหว่างปัจเจกชน และกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ในระบบสังคมการเมือง

ธรรมาภิบาลจัดเป็นแนวคิดสำคัญในการบริหารงานและการปกครองในปัจจุบัน เพราะโลกปัจจุบันได้หันไปให้ความสนใจกับเรื่องของโลกาภิวัตน์และธรรมาภิบาลหรือการบริหารจัดการที่ดี มากขึ้น แทนการสนใจเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมดังแต่ก่อน เพราะกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจมีความสำคัญกระทบถึงกัน การติดต่อสื่อสาร การดำเนินกิจกรรมในที่หนึ่งมีผลกระทบต่ออีกที่หนึ่ง การพัฒนาเรื่องของการเมืองการปกครองได้มุ่งให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางมากขึ้น หากจะให้ประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน การมุ่งดำเนินธุรกิจ หรือปฏิบัติราชการต่าง ๆ โดยไม่ให้ความสนใจถึงเรื่องของสังคม ประชาชน และสิ่งแวดล้อมจึงเป็นไปไม่ได้อีกต่อไป การมีการบริหารจัดการที่ดีจึงเข้ามาเป็นเรื่องที่ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญและเริ่มมีการนำไปปฏิบัติกันมากขึ้น

ดังกล่าว่าแล้วธรรมาภิบาลหรือการบริหารจัดการที่ดี เป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน โดยเฉพาะข้าราชการ และพนักงานบริษัทเอกชนเพราะธรรมาภิบาลเป็นการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตั้งมั่นอยู่บนหลักการบริหารงานที่เที่ยงธรรม สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจิตสำนึกในการทำงาน มีความรับผิดชอบในสิ่งที่ได้กระทำ พร้อมตอบคำถามหรือตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและพร้อมรับผิดชอบศีลธรรม จริยธรรมในการทำงาน การคำนึงถึงการมีส่วนร่วมในการรับรู้ ตัดสินใจ ดำเนินการและประเมินผล

ตลอดจนร่วมรับผลจากการตัดสินใจร่วมกันนั้น มีการส่งเสริมสถานภาพหญิงชาย และการให้ความสำคัญกับกลุ่มต่าง ๆ รวมทั้งคนด้อยโอกาส ตลอดจนการสร้างความเท่าเทียมกันทางสังคมในการรับโอกาสต่าง ๆ ที่ประชาชนพึงจะได้รับจากรัฐอีกด้วย ธรรมนูญเป็นทั้งหลักการ กระบวนการและเป็นเป้าหมายไปในตัว การมีธรรมนูญอาจนำมาสู่การมีประชาธิปไตยที่สมบูรณ์ได้ในที่สุดและการมีประชาธิปไตยก็นำมาสู่การมีผลทางสังคมคือการมีการพัฒนาประเทศไปในทางที่สร้างความสงบสุขอย่างต่อเนื่องและสถาพร ตลอดจนนำมาสู่การแก้ปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้โดยสันติวิธี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุริย์พร น้อยมณ (2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาองค์การบริหาร ส่วนตำบลคลองจินดา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา ส่วน ใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 46 มีอายุ 36 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 46 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ โดยส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในฝ่ายประสานสาธารณสุขโรค มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 - 15,000 บาท ผลการศึกษา พบว่า บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายและงานเสร็จทัน ตาม ระยะเวลาที่กำหนด บุคลากรปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบแบบแผนที่ องค์การได้ กำหนด บุคลากรมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ที่ดีที่ได้รับผลตอบแทนการปฏิบัติงาน (โบนัส) ตามเกณฑ์กำหนดผลการศึกษารายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ปัจจัยมุ่งใจส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ไฮตอน การเลื่อนตำแหน่งและผลสำเร็จของงาน ปัจจัยค่าจ้างที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ได้แก่ สถานะของอาชีพ ปัจจัยส่งผลให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ให้ประสบความสำเร็จ คือ 1) ปัจจัยมุ่งใจ ได้แก่ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการยอมรับนับถือ และด้านลักษณะของงาน 2) ปัจจัยค่าจ้าง ได้แก่ ด้านสภาพการทำงาน ด้านสถานะ ของอาชีพ และคั่นความมั่นคงในงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยไปประกอบการตัดสินใจสู่การปฏิบัติโดยการสอบถามผู้อำนวยการ หัวหน้ากลุ่มงาน ข้าราชการ ของสำนักงานเขตทวีวัฒนา สำนักงานเขตธนบุรี สำนักงานเขตบางแค สำนักงานเขตหนองแขม

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้อำนวยการ หัวหน้ากลุ่มงาน ข้าราชการ จำแนกเป็น 3 กลุ่ม คือ

ตารางที่ 3.1 ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)
กลุ่มที่ 1 ผู้อำนวยการ	4
กลุ่มที่ 2 หัวหน้ากลุ่มงาน (ผู้บริหารระดับต้น)	4
กลุ่มที่ 3 ข้าราชการ ทุกระดับ	12
รวม	20

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก 20 ชุด แบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกตอนที่ 1 ประวัติส่วนตัว และประวัติการทำงานอย่างย่อ ของผู้ถูกสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกตอนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล

การเก็บรวบรวมข้อมูล แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คัดเลือกข้อมูล ทำการแยกประเด็น เก็บรวบรวม นำไปวิเคราะห์ สรุปข้อมูลตามวัตถุประสงค์ บันทึกวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ จัดทำตารางเพื่อเก็บข้อมูลที่เป็นตัวเลขสถิติ และสรุปข้อมูลเชิงบรรยาย แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลเสร็จจึงเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น แบบสอบถาม ปลายเปิด การสัมภาษณ์ เป็นต้น มาทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมีเทคนิคที่สำคัญ ดังนี้

1) การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing)

(1) จัดระเบียบทางกายภาพข้อมูลโดยการถอดข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงและจัดเก็บข้อมูล โดยการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Componential Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ห่อหุ้มให้เห็นเป็นส่วน ๆ เช่น วิเคราะห์แนวคิดออกเป็นกลุ่ม

(2) นำข้อมูลที่ได้มาทำการจัดระเบียบเนื้อหาข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้ที่ตรงกับเรื่องที่วิเคราะห์มาใส่รหัสข้อมูล โดยการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) ใช้วิธีการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มาจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ เช่น จำแนกข้อมูลทั่วไปตามลักษณะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำแนกตามเพศ ลักษณะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำแนกตามอายุ ลักษณะผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำแนกตามตำแหน่งงาน และใช้วิธีการวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จาก มาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกันของเรื่องนั้น เช่น การนำข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

(3) การรายงานผลการวิจัย เป็นขั้นตอนการจัดร่างรายงานผลการวิจัยเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องตามที่คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เสนอแนะพิมพ์และส่งรายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์

ผลการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาล นำมาสรุปผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ต่อผลสัมฤทธิ์ใดบ้างที่มีผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล พบว่ามีปัจจัยจูงใจ ด้านการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้ข้าราชการทุกระดับปฏิบัติงานสู่ความเป็นเลิศ ให้ได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน ให้ความรู้ที่ยังขาดอยู่ในด้านงานนั้น ๆ ตอบสนองต่อความต้องการให้กับผู้รับฝึกอบรมได้เป็นอย่างดี หน่วยงานยังให้โอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และการจัดการความรู้ ในองค์กรอย่างเป็นระบบ ด้านการติดตามและประเมินผล หน่วยงานภาครัฐในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการ

ประชุม ติดตามงานและแก้ไขปัญหา อุปสรรคอย่างสม่ำเสมอ การประชุมของข้าราชการและลูกจ้างทุกสิ้นเดือน เพื่อรับทราบนโยบายขององค์กร และยังมีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ผู้รับบริการและหน่วยงานสามารถ นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น ด้านปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดี ได้รับคำชื่นชมหรือรางวัล บุคลากร ในหน่วยงานปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีก็จะได้รับคำชื่นชมจากผู้บังคับบัญชาเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการ ปฏิบัติงานผู้บังคับบัญชาด้านมอบหมายภาระหน้าที่ การปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความสามารถของ บุคลากร ผู้บังคับบัญชามอบหมายได้เหมาะสมวางคนให้ตรงกับงานและความสามารถที่มีอยู่ put the right man in the right job ผลงานที่ออกมาจะมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น ด้านค่าตอบแทนที่มีความเป็นธรรม สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานของข้าราชการและเหมาะสมสอดคล้องกับตำแหน่งเป็น ธรรมในระดับที่เหมาะสม โดยพิจารณาตามหน้าที่ที่รับผิดชอบและผลงานที่ปฏิบัติ ด้านการช่วยเหลือเกื้อกูลใน ภาระงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา หน่วยงานมีความสามัคคีกันช่วยเหลือเกื้อกูลในภาระงานที่ได้รับ มอบหมาย ความสามัคคีในหน่วยงานช่วยส่งผลให้หน้าที่ทางราชการของหน่วยงานในภาพรวมสำเร็จ ปัจจัย ดังกล่าวนั้นจะส่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล สำนักงานเขตทวีวัฒนา ซึ่งปัจจัยจุดใจเหล่านี้เกิดจากบริบทการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตทวีวัฒนา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มีแรงจูงใจใฝ่บ้างที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล พบว่าแรงจูงใจ ด้านคำชื่นชมให้กับบุคลากร การปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดี ได้รับคำชื่นชมหรือรางวัล บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีก็จะได้รับคำชื่นชมจากผู้บังคับบัญชาเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการ ปฏิบัติงาน ด้านการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพหน่วยงานให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้บุคลากรได้ก้าวหน้า ในอาชีพของตนเอง การปฏิบัติงานในทุกระดับชั้นก็มีการพัฒนาตนเองโดยให้บุคลากรได้ให้ความสำคัญ ในการวางแผนความก้าวหน้าในสายงานของตนเอง ได้สั่งสมประสบการณ์และผลงานที่จำเป็นสำหรับการดำรงตำแหน่ง เป้าหมาย เพื่อให้เกิดการจูงใจให้ข้าราชการพัฒนาตนเองมากขึ้น เข้าสู่กระบวนการดำรงตำแหน่งในสายงานตนเอง ที่สูงขึ้น จะส่งผลให้มีความมั่นใจมากขึ้น เมื่อผู้บริหารส่วนราชการสนับสนุนการพัฒนาให้เข้าสู่กระบวนการคัดเลือก ผู้ที่มีศักยภาพให้มีความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และยุติธรรมก็จะทำให้การพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานมีการเข้าสู่ ตำแหน่งมากขึ้น ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการของข้าราชการ ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานของข้าราชการและ เหมาะสมสอดคล้องกับตำแหน่งเป็นธรรมในระดับที่เหมาะสม โดยพิจารณาตามหน้าที่ที่รับผิดชอบและผลงานที่ ปฏิบัติ ผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตทวีวัฒนา ค่าใช้จ่ายนี้อาจจ่ายในรูปตัวเงินหรือมีใช้ตัวเงินก็ได้ เพื่อตอบแทนการ ปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ จูงใจให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพส่งเสริมขวัญกำลังใจของ ผู้ปฏิบัติงาน และเสริมสร้างฐานะความเป็นอยู่ของครอบครัวผู้ปฏิบัติงานให้ดีขึ้นค่าตอบแทนที่ทางราชการจัดให้แก่ ข้าราชการในฐานะที่เป็นสมาชิกส่วนหนึ่งขององค์กร เพื่อช่วยให้มีความมั่นคงในการดำรงชีวิต ตลอดจนเป็น เครื่องมือในการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้ข้าราชการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถแบ่ง ออกเป็นสวัสดิการที่เป็นตัวเงิน ซึ่งประกอบด้วย ค่ารักษาพยาบาล เงินสวัสดิการเกี่ยวกับการศึกษาของบุตร เงินสวัสดิการสำหรับการปฏิบัติงานประจำสำนักงาน บำเหน็จความชอบ และบำเหน็จ บำนาญ ในส่วนของ สวัสดิการที่ไม่เป็นตัวเงินนั้น เช่น เครื่องราชอิสริยาภรณ์ ด้านมนุษยสัมพันธ์ในหน่วยงาน บุคลากรมีความสามัคคี กันช่วยเหลือเกื้อกูลในภาระงานที่ได้รับมอบหมาย ความสามัคคีในหน่วยงานช่วยส่งผลให้หน้าที่ทางราชการของ

หน่วยงานในภาพรวมสำเร็จตามเป้าหมาย หน่วยงานการส่งเสริมให้ทุกคนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพราะนั่นหมายถึงความรักใคร่ปรองดอง ความร่วมแรงร่วมใจ ช่วยเหลือเกื้อกูล สามัคคี การมีทีมงานที่ทุกคนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกันย่อมทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ดีกว่าองค์กรที่บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่แย่อต่อกันแน่นอน การมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้บุคลากรในองค์กรนั้นทำงานร่วมกันได้อย่างไม่มีปัญหา ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพ และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในที่สุด ด้านการกำหนดภาระงานที่ชัดเจน การมอบหมายภาระหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับบุคลากรมีความชัดเจน และการเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงความคิดเห็นในการทำงาน สามารถแสดงศักยภาพตนเองได้เต็มที่ หากมีภาระหน้าที่ทำงานร่วมกันก็แบ่งหน้าที่ที่ชัดเจนและการทำงานกับผู้บังคับบัญชาที่มีความเป็นกันเองไม่อึดอัดในการทำงานร่วมกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 มีปัญหาและอุปสรรคใดบ้างในการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า ปัญหาและอุปสรรค ด้านการบังคับใช้กฎหมาย การปฏิบัติงานบางครั้งก็ไม่สามารถทำได้เนื่องจากกฎหมายระเบียบ คำสั่งที่ระบุไม่ให้บริการประชาชนในกรณี สอบสวนรับรอง ซึ่งประชาชนนอกพื้นที่จะต้องไปรับบริการในพื้นที่ที่ตนมีภูมิลำเนา ซึ่งบางครั้งประชาชนไม่เข้าใจ ในธรรมเนียมปฏิบัติต้องพยายามอธิบายและทำความเข้าใจกันเอง ด้านการดำเนินการตามนโยบายภาครัฐ หน่วยงานมีการปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล นโยบายของกรุงเทพมหานคร มีทั้งนโยบายที่เป็นงานประจำ และนโยบายเร่งด่วนซึ่งต้องให้กำลังเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน อาจไม่เพียงพอสำนักงานเขตมีภารกิจในหลายๆด้าน ซึ่งบุคลากรในการทำงานอาจมีไม่เพียงพอ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกเพื่อให้การดำเนินงานสมบูรณ์และรวดเร็วยิ่งขึ้น ด้านการมอบหมายงานและหน้าที่ให้สอดคล้อง กับเจ้าหน้าที่ข้อจำกัดที่พบคือการมอบหมายงานยังไม่สอดคล้องกับตำแหน่งงานที่ เจ้าหน้าที่คนนั้นที่รับผิดชอบอยู่ จึงควรมอบหมายให้เหมาะสม Put the right man on the right job ด้วยเหตุผลเพราะคนทำงานที่มีความสามารถเพียงใดก็ตาม แต่หากจัดวางคนทำงานที่มีคุณภาพ แต่อยู่ผิดที่ผิดทาง การทำงานก็ไม่สามารถเดินหน้าได้อย่างที่เราต้องการอย่างแน่นอน หน่วยงานจะไม่สามารถคาดหวังผลลัพธ์ให้อยู่ในระดับสูงได้ การวางกำลังคนให้เหมาะสมกับงานจะส่งผลให้การทำงานสู่ความเป็นเลิศ ด้านการกำหนดค่าตอบแทน ข้อจำกัดที่พบคือ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการค่าตอบแทนยังไม่เหมาะสม เมื่อพิจารณากับภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่ปฏิบัติอยู่ ด้วยเหตุปัจจัยการกำหนดอัตราค่าตอบแทน ที่มีโครงสร้าง ระดับอัตรา และระบบของค่าตอบแทนมีเหตุ มีผล เป็นระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ กฎเกณฑ์ทางราชการที่กำหนด ควรปรับปรุงระเบียบทางราชการที่เกี่ยวกับค่าตอบแทนให้กับผู้น้อยในระดับปฏิบัติการให้ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม ด้านการส่งมอบงานของผู้บริหารทุกระดับชั้น ข้อจำกัดผู้ผ่านคัดเลือกมาดำรงตำแหน่งผู้บริหารแต่ละระดับชั้นอาจมาจากคนละสายงานกันด้วยเหตุผลใดเหตุผลหนึ่ง ของทางราชการ จึงทำให้การดำเนินการ เข้าใจการทำงานของผู้น้อยได้บ้างบัญชาจะส่งผลให้เข้าใจคลาดเคลื่อน หน่วยงานควรให้ความสำคัญกับการส่งมอบงานต่อเนื่องให้มีประสิทธิผล โดยกำหนดเจ้าหน้าที่รัฐที่ดำรงตำแหน่งผู้บริหารทุกระดับให้ส่งมอบหมายงานให้ผู้มารับตำแหน่งแทนให้มอบหมายงานที่สำคัญในความรับผิดชอบที่ยังดำเนินการไม่แล้วเสร็จต่อผู้ที่มารับผิดชอบแทน และรายละเอียดงานด้านต่าง ๆ มีแผนงานที่ชัดเจนและเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องในงานนั้น หากมีข้อสงสัยในประเด็นใดในงานให้รับสอบถามและเปิดใจเรียนรู้ไปพร้อมกับผู้บังคับบัญชา จะส่งผลให้การดำเนินได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

การศึกษาในครั้งนี้มีผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักธรรมาภิบาลพบว่า มีปัจจัยเชิงใจ ด้านการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้ข้าราชการทุกระดับปฏิบัติงานสู่ความเป็นเลิศ ให้ได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน ให้ความรู้ที่ยังขาดอยู่ในด้านงานนั้น ๆ ตอบสนองต่อความต้องการให้กับผู้รับฝึกอบรมได้เป็นอย่างดี หน่วยงานยังให้ออกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และการจัดการความรู้ ในองค์การอย่างเป็นระบบ ด้านการติดตามและประเมินผล ด้านปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดี ด้านค่าตอบแทนที่มีความเป็นธรรม สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานของข้าราชการและเหมาะสมสอดคล้องกับตำแหน่งเป็นธรรมในระดับที่เหมาะสม โดยพิจารณาตามหน้าที่ที่รับผิดชอบและผลงานที่ปฏิบัติ และสอดคล้องกับงานวิจัย กรวรรณ ปัญญาพูล และธนัช กนกเทศ (2559) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของบุคลากรสาธารณสุขเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ได้แก่ แรงจูงใจ ด้านการยอมรับนับถือ ยกย่อง โอกาสความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน การบังคับบัญชา และการรับรู้ความสามารถแห่งตนในการปฏิบัติงานของบุคลากรสาธารณสุข จึงควรมีการวางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรสาธารณสุข ให้สอดคล้องกับบริบทของการปฏิบัติงาน มีด้านแรงจูงใจมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล สำนักงานเขตทวีวัฒนา พบว่าแรงจูงใจ ด้านค่าขึ้นชมให้กับบุคลากร การปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดี ได้รับคำชื่นชมหรือรางวัล บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีก็ได้รับคำชื่นชมจากผู้บังคับบัญชาเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน และมีด้านการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการของข้าราชการ ด้านมนุษยสัมพันธ์ในหน่วยงาน ด้านการกำหนดภาระงานที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัย สุรีย์พร น้อยมณ (2560) ปัจจัยเชิงใจส่งผลต่อการปฏิบัติงาน การเลื่อนตำแหน่งและผลสำเร็จของงาน ปัจจัยค่าจ้างที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ได้แก่ สถานะของอาชีพ ปัจจัยส่งผลให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ให้ประสบความสำเร็จ คือ 1) ปัจจัยเชิงใจ ได้แก่ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการยอมรับนับถือ และด้านลักษณะของงาน 2) ปัจจัยค่าจ้าง ได้แก่ ด้านสภาพการทำงาน ด้านสถานะ ของอาชีพ และคั่นความมั่นคงในงาน

ปัญหาและอุปสรรคใดบ้างในการปฏิบัติงานของข้าราชการตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า ปัญหาและอุปสรรค ด้านการบังคับใช้กฎหมาย การปฏิบัติงานบางครั้งก็ไม่สามารถทำได้เนื่องจากกฎหมาย ระเบียบ คำสั่งที่ระบุไม่ให้บริการประชาชนในกรณี สอบสวนรับรอง ซึ่งประชาชนนอกพื้นที่จะต้องไปรับบริการในพื้นที่ที่ตนมีภูมิลำเนา ซึ่งบางครั้งประชาชนไม่เข้าใจ ในธรรมเนียมปฏิบัติต้องพยายามอธิบายและทำความเข้าใจกันเอง และมีด้านการดำเนินการตามนโยบายภาครัฐ ด้านการมอบหมายงานและหน้าที่ให้สอดคล้อง ด้านการกำหนดค่าตอบแทน ด้านการส่งมอบงานของผู้บริหารทุกระดับชั้น สอดคล้องกับงานวิจัย วิไล ชัยสมภาร และเทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์ (2559) การวิจัย พบว่า 1) ระดับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติราชการของพนักงานเทศบาลในจังหวัดลำพูนมีค่าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ 2) ระดับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติราชการของพนักงานเทศบาลในเทศบาลเมืองและ เทศบาลตำบลในจังหวัดลำพูน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยด้านการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ปัจจัยด้านการบริหารเชิงยุทธศาสตร์ ปัจจัยด้านสมรรถนะ ปัจจัยด้านการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ และปัจจัยด้านกระบวนการทัศน์ วัฒนธรรมและค่านิยมในการทำงาน

(I AM READY) มีอิทธิพลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติราชการของพนักงานเทศบาลในจังหวัดลำพูน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานควรส่งเสริมให้ข้าราชการทุกระดับปฏิบัติงานสู่ความเป็นเลิศให้ได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน ให้ความรู้ที่ยังขาดอยู่ในด้านงานนั้นๆ
2. หน่วยงานส่งเสริมการกำหนดกรอบอัตรากำลังคนให้ตรงกับงานและความสามารถที่มีอยู่ ผลงานที่ออกมาจะมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น
3. หน่วยงานกำหนดอัตราเงินค่าตอบแทนขั้นผู้น้อยให้มีความเหมาะสมจะสามารถแก้ปัญหาลดความเหลื่อมล้ำระหว่างข้าราชการชั้นผู้ใหญ่กับผู้น้อยได้มาก
4. หน่วยงานควรส่งเสริมให้มีการประชุมการจัดการความรู้หน่วยงานภายในในเรื่องกระบวนการประสานงานตามลำดับชั้นของสายบังคับบัญชา ผู้บริหารเขต หัวหน้าฝ่าย หัวหน้ากลุ่มงาน ผู้ปฏิบัติงาน ให้มีขั้นตอนที่ชัดเจน เข้าใจถูกต้องมีแบบแผนที่ชัดเจน
5. หน่วยงานควรส่งเสริมให้มีกลยุทธ์ขับเคลื่อนกิจกรรมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้เกิดขึ้นในตัวองข้าราชการเอง เพื่อให้เกิดแรงจูงใจขึ้นแสดงศักยภาพตนเองออกมาก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตทวิวัฒนา

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ผู้บังคับบัญชาควรแสดงออกถึงการชื่นชมกับผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน
2. หน่วยงานส่งเสริมพัฒนาบุคลากรในการก้าวเข้าสู่การดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้น ผ่านกระบวนการที่เป็นธรรมเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานตามสายงานอาชีพของตนเอง
3. ผู้บังคับบัญชาควรรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดการกำหนดวิธีการ แนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสม จะส่งผลให้การทำงานเป็นทีมมีความคล่องตัวมากขึ้น
4. หน่วยงานควรส่งเสริมให้มีรูปแบบกิจกรรมเชิงบวกที่มุ่งให้บุคลากรได้ฝึกพัฒนาตัวเองด้วยการตั้งเป้าหมาย ความรับผิดชอบและการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย ให้ได้พัฒนาทักษะใหม่ ๆ ในการทำงานเพิ่มขึ้น จะทำให้บุคลากรพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่จูงใจมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อที่จะได้ทราบความต้องการของบุคลากรซึ่งจะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะ ปัจจัยจูงใจและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร
3. ศึกษารูปแบบและแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะใหม่ ๆ เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของหน่วยงานอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ ปัญญาพล และธนัช กนกเทศ. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของบุคลากรสาธารณสุข เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในเครือข่ายบริการปฐมภูมิ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. การประชุมสัมมนาวิชาการ ราชภัฏนครสวรรค์วิจัย ครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ กรุงเทพมหานคร. (2562). แผนปฏิบัติราชการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2562. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จาก <https://webportal.bangkok.go.th/upload/user/00000130/planing/BMAPLAN/BMAplan62.pdf>
- วิไล ชัยสมภาร และเทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (2559). ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติราชการของพนักงานเทศบาลในจังหวัดลำพูน. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 14(1), 153-168.
- ศุภชัย ยาวะประภาษ และปิยาภรณ์ หวังมหาพร. (2552). นโยบายสาธารณะไทย: กำเนิด พัฒนาการ และสถานภาพของศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: จุฑทอง.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2562). แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (20) ประเด็นการบริการประชาชน และประสิทธิภาพภาครัฐ พ.ศ. 2561 – 2580. ค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2563, จาก <http://nsr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2019/04/20.pdf>
- สุรีย์พร น้อยมณ. (2560). ปัจจัยที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Dye, T. R. (1978). *Understanding Public Policy*. (3rd ed.). Engle wood Cliffs: Prentice-Hall.
- Easton, D. (1971). *The Political System: An Inquiry in to the State of Political*. (2nd ed.). New York: Alfred A. Knopf.
- Lasswell, H. & Kaplan, A. (1970). *Power and Society*. New Haven: Yale University Press. N.J.:Prentice Hall.
- Sharkansky, I. (1970). *Policy Analysis in Political Science*. Chicago: Markham.

ปัจจัยในการพัฒนาที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง
ของประเทศไทย

Development Factors Affecting The Sustainability of Palm Growers in The Lower
Central Region of Thailand

นรินทร์ สวัสดิ์จันทร์¹ และ สอาด บรรเจิดฤทธิ์²

Narin Sawasdichan¹ and Saard Banchirdrit²

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด^{1,2}

Stamford International University, Thailand^{1,2}

E-mail: kasamejdar@gmail.com¹

Received: April 19, 2022

Revised: April 27, 2022

Accepted: April 28, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1)ระดับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม 2)ระดับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม 3)ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม และ 4)ปัจจัยในการพัฒนาที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์ และวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม อยู่ในระดับมากที่สุด
2. ระดับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม อยู่ในระดับมาก
3. ปัจจัยข้อมูลทั่วไป อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ จำนวนลูกจ้าง/คนงานผู้ปลูกปาล์ม พื้นที่ปลูกปาล์ม ผลผลิตต่อไร่ การขยายพื้นที่ปลูกปาล์ม และการส่งขายผลปาล์มมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ปัจจัยในการพัฒนาทุกด้าน มีผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การพัฒนา, ความยั่งยืน, เกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the development factors 2) to study sustainability 3) to study a relationship between general information of consumers and sustainability and 4) to study a relationship between development factors affecting the sustainability. Research Methodology: The sample consisted of 400 companies Population occupied by palm growers in the lower central region of Thailand. Questionnaire was employed as a data collection tool. Statistics used included frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square, and multiple regressions.

Research findings were as follows:

- 1) The overall factors level of development factors is at high level.
- 2) The overall efficiency of sustainability is at high level.
- 3) The personal information general data factors, age, occupation, average monthly income, status, number of employees/workers of palm growers Palm plantation area, yield per rai, expansion of palm plantation area and the distribution of palm fruit have relationship with Sustainability of Palm Farmers in the Lower Central Region of Thailand at 0.05 statistical significance level.
- 4) The development factors affect to the relationship with Sustainability of Palm Farmers in the Lower Central Region of Thailand at 0.05 statistical significance level.

Keywords: Development, Sustainability, Palm Growers

บทนำ

แหล่งผลิตปาล์มน้ำมันหลักของโลกอยู่ในภูมิภาคอาเซียน คือ อินโดนีเซียและมาเลเซีย ซึ่งมีผลผลิตน้ำมันปาล์มรวมกันประมาณ 52.5 ล้านตัน หรือคิดเป็น 85% ของผลผลิตรวมของโลก ทำให้ทั้งสองประเทศนี้มีบทบาทสูงในการขึ้นและกำหนดทิศทางราคาน้ำมันปาล์มในตลาดโลก โดยปัจจุบันทั้งสองประเทศมีส่วนการค้าน้ำมันปาล์มในตลาดโลกสูงถึง 75% ของผลผลิตน้ำมันปาล์มโลก ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาปริมาณการค้าน้ำมันปาล์มในตลาดโลกขยายตัวเฉลี่ย 5.1% ต่อปีตามความต้องการอาหารและพลังงานทดแทนที่เพิ่มขึ้น (วาริรัตน์ เพชรสีช่วง, 2559)

สำหรับประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตเป็นอันดับ 3 ของโลก โดยผลผลิตปาล์มน้ำมันของไทยอยู่ที่ประมาณ 11-13 ล้านตัน/ปี สกิดเป็นน้ำมันปาล์มได้เพียง 2 ล้านตัน/ปี หรือคิดเป็น 1.2% ของโลก ซึ่งพื้นที่เพาะปลูกปาล์มน้ำมันและโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบของไทยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคใต้ และมีการขยายพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันและโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มไปในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากขึ้น เป็นที่น่าสังเกตว่าผลผลิตของไทยที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากการขยายพื้นที่เพาะปลูก ไม่ได้เกิดจากการเพิ่มผลผลิต

ต่อไร่ โดยกว่าครึ่งหนึ่งของปาล์มน้ำมันที่ปลูกในไทยยังคงเป็นสายพันธุ์คุณภาพต่ำที่ให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ และมีสัดส่วนการให้น้ำมันต่ำเพียง 14-17% เทียบกับมาเลเซียที่ 20% และอินโดนีเซียที่ 22% นอกจากนี้ ปัญหาเชิงโครงสร้างของเกษตรกรไทยที่ส่วนใหญ่เป็นรายย่อยมีพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ยรายละ 10-20 ไร่ (ต่างจากสวนปาล์มในมาเลเซียและอินโดนีเซียที่มีสัดส่วนของแปลงเพาะปลูกขนาดใหญ่มากกว่า 80%) ทำให้เกษตรกรขาดความรู้ในการจัดการผลผลิต (วาริรัตน์ เพชรสีช่วง, 2559)

ปัญหาโดยส่วนใหญ่ของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในประเทศไทยนั้นมีความคล้ายคลึงกัน โดยต่างออกไปตามปัจจัยสภาพแวดล้อมและในแต่ละภูมิภาค โดยในส่วนของการทำงานสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในพื้นที่ภาคกลางตอนล่างในประเทศไทยนั้นมีการขยายพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการประกาศขยายพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันให้ได้ 10 ล้านไร่ ภายใน 25 ปี (พ.ศ. 2547-2572) จากนโยบายของรัฐบาล เพื่อใช้น้ำมันปาล์มเป็นไบโอดีเซล ดังนั้นเกษตรกรจึงหันมาปลูกปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนไม่มีที่ดินที่เหมาะสมสำหรับปลูกปาล์มน้ำมันได้เพียงพอ เกษตรกรจึงมีการขยายพื้นที่ปลูกปาล์มไปในที่ดินที่มีปัญหาด้านเกษตรกรรม เช่น ดินที่แข็งแน่นทึบเป็นดินทรายดาน หรือดินดาน ทำให้รากของต้นปาล์มไม่สามารถหยั่งลึกลงทะลุชั้นดินที่แน่นทึบนี้ได้ รากของต้นปาล์มจึงถูกจำกัด ประสบปัญหาต้นปาล์มไม่เจริญเติบโต ไม่ให้ผลผลิต เกษตรกรขาดทุนต้องปล่อยทิ้งหรือโค่นล้มปลูกพืชอื่นทดแทน ทำให้เสียโอกาสในการสร้างรายได้จำนวนมาก (ไพรัช ทิพย์มุสิก, 2556) จากปัญหาที่ได้กล่าวมาในข้างต้นนั้น ถึงแม้ภาครัฐจะให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเกษตรกรรมปาล์มน้ำมันและอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาดังกล่าว ยังคงประสบปัญหาสำคัญหลายประการ และมีปัจจัยเกี่ยวข้องที่ซับซ้อน ทั้งด้านการเกษตร การตลาดการแปรรูป โดยปัญหาสำคัญ คือเกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปาล์มน้ำมัน การจัดการสวนปาล์มน้ำมัน และการใช้สายพันธุ์ปาล์มน้ำมันที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ส่งผลให้มีผลผลิตต่อไร่ต่ำ คุณภาพของผลปาล์มน้ำมันสดต่ำ ทำให้เปอร์เซ็นต์น้ำมันที่สกัดได้ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น จึงทำให้ต้นทุนการเพาะปลูกสูงกว่าที่ควรเป็น การวิจัยและพัฒนาในประเด็นสำคัญ ๆ ยังมีน้อย โดยเฉพาะการวิจัยและพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง เช่น ปัญหาการกำหนดมาตรฐานการซื้อขายและราคาผลปาล์มสดที่ยุติธรรม ปัญหาการขาดการประสานงานอย่างมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน และปัญหาการรวมกลุ่มของเกษตรกรรายย่อยผู้ปลูกปาล์มน้ำมันยังมีจำนวนน้อยและอยู่ในแวดวงที่จำกัด

ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ผู้วิจัยจึงเร่งเห็นถึงความสำคัญและศึกษา ปัจจัยในการพัฒนาที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย จึงจำเป็นต้องมีการวิจัยและบูรณาการครบทุกด้าน เพื่อเป็นองค์ความรู้ให้เกษตรกรนำปัจจัยในการปฏิบัติพัฒนาการปลูกปาล์มเพื่อความยั่งยืนไปพัฒนาการเกษตรกรรมให้มีประสิทธิภาพ นำไปศึกษาปัจจัยทางประชากรของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม ศึกษาระดับการพัฒนาการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม และนำข้อมูลไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการเกษตรกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาสินค้า (product development) เป็นกระบวนการที่ครอบคลุมทั้งหมดในการนำเสนอสินค้าสู่ตลาด การพัฒนาสินค้าถูกนิยามว่า เป็นการใช้อุบายทางการตลาดที่มีอยู่สร้างสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสินค้าแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ สินค้าที่เป็นรูปธรรม เป็นสินค้าที่สามารถจับต้องได้ทางกายภาพ และสินค้านามธรรมเป็น การบริการ ประสบการณ์ และความเชื่อต่าง ๆ ความเข้าใจถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมของการแข่งขัน และธรรมชาติของตลาดเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับความสำเร็จในการพัฒนาสินค้า ต้นทุน เวลา และคุณภาพ เป็นตัวแปรหลักที่ขับเคลื่อนความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้ผู้ประกอบการควรพัฒนากลยุทธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีขึ้น และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (Khan, 2012)

การพัฒนาสินค้าประกอบไปด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย โดยผู้ประกอบการจะใช้กระบวนการต่าง ๆ มาปรับใช้เพื่อนำเสนอสินค้าสู่ตลาด ผู้ประกอบการควรปรับโครงสร้างขององค์กรให้สามารถพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง สินค้าใหม่ทุกชิ้นจะผ่านขั้นตอนการออกแบบการผลิต และการวิเคราะห์ตลาดเป็นอย่างดี ส่วนสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เครื่องบิน ยานยนต์ และเครื่องจักร จะมีกระบวนการพัฒนาสินค้าที่ซับซ้อนกว่าสินค้าทั่วไป อีกทั้งการส่งมอบต้องใช้ระบบขององค์กรที่ซับซ้อนเพื่อจัดการกับกระบวนการต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ (Khan, 2012)

กระบวนการพัฒนาสินค้าประกอบไปด้วย 4 ระยะ

- 1) ช่วงวางแผน หรือเริ่มต้นอันสับสน (Fuzzy Front End) เป็นช่วงที่ต้องวางแผน และดำเนินการก่อนที่กระบวนการและรายละเอียดต่าง ๆ ของการผลิตจะเข้าที่และสมบูรณ์ เนื่องจากมีลักษณะการทำงานที่ไม่มีโครงสร้างตายตัว มีสิ่งที่คาดเดาไม่ได้อยู่หลายด้าน มีความไม่แน่นอนสูง และดูสับสนวุ่นวาย เมื่อเทียบกับการทำงานหลังจากที่โครงการได้รับการอนุมัติแล้วซึ่งมีแบบแผนชัดเจน ดังนั้นช่วง fuzzy front end ต้องใช้ความรู้ และประสบการณ์ของผู้บริหารในระดับสูงเพื่อสามารถออกแบบสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (Smith and Eppinger, 1997)

- 2) ช่วงการออกแบบสินค้าคือ ช่วงการออกแบบรายละเอียดของสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

3) ช่วงปฏิบัติการตามแผน เป็นช่วงของการผลิตสินค้าที่ต้องใช้เทคโนโลยีระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือซอฟต์แวร์ทางวิศวกรรม รวมถึงกระบวนการทดสอบที่สามารถนำมาใช้ตรวจสอบความสมเหตุสมผลว่าสินค้านั้นมีมาตรฐานการออกแบบตามเป้าหมายที่ได้รับการตกลง ก่อนหน้าหรือไม่

4) ช่วงสิ้นสุดความคลุมเครือคือ ช่วงที่สินค้าและกระบวนการทางการตลาดเสร็จเรียบร้อยแล้ว

วสุธร ต้นวัฒนกุล (2549) กล่าวถึงลักษณะที่แสดงถึงการพัฒนายั่งยืนว่าเป็นการผสมผสานระหว่างการพัฒนา และการพัฒนาที่สนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคและ ยุติธรรม มีการผสมผสานกิจกรรม เพื่อทำให้สังคมเกิดความผูกพันและอนุรักษ์ไว้ซึ่งความหลากหลายทาง วัฒนธรรม คำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อม ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้อย่างสอดคล้องกับชุมชน

นิตยา กมลวณิช (2546) ได้ให้แนวคิดว่าการพัฒนายั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึง ขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อ ความต้องการในอนาคต เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็น “องค์รวม” คือ การกระทำสิ่งใดต้องคำนึงถึงผลกระทบ ที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งอื่น ๆ ซึ่งการพัฒนาตามแนวคิดนี้ ยึดหลักความรอบคอบ และค่อยเป็น ค่อยไป รวมทั้งเป็นการ พัฒนายั่งยืนไม่ได้ปฏิเสธ “ระบบเทคโนโลยี” เพียงแต่ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นเป็นไปในทาง สร้างสรรค์หรือทำลาย

จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า การพัฒนายั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึง ขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อ ความต้องการในอนาคต เป็นดำเนินการบนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างองค์รวมให้มีความสมดุลอย่างรอบด้าน โดย คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งอื่น ๆ ทุกมิติรอบด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นการ พัฒนาที่ไม่ปฏิเสธ ระบบเทคโนโลยี เพียงแต่ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นเป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือ ทำลาย เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา คำนึงถึงความเป็นองค์รวมในเชิงบูรณาการโดย พิจารณาผลเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลายบนความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจ ที่ต้องคำนึงถึงการพัฒนาตาม ขีดความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานทรัพยากรของตนเอง ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ต้องให้ความสำคัญกับ การตอบสนองความต้องการของผู้เกี่ยวข้องอย่างสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

Allen และ Van Dusen (1988) ได้ให้ความหมายเกษตรยั่งยืนว่า การเกษตรยั่งยืนไม่ใช่ชุดของการปฏิบัติ ที่จะต้องบอกว่าจะต้องทำกิจกรรมอะไรบ้าง และก็ไม่ใช่การรักษาแบบอย่างการเกษตรในปัจจุบันให้อยู่ตลอดไป แต่เป็นการสร้างระบบการเกษตรให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม และระบบการเกษตรจะต้องทำงานร่วมกับธรรมชาติโดยไม่ฝืน ธรรมชาติและเป็นระบบที่ยึดถือมนุษยชนในการมีอาหารบริโภค และน้ำดื่มที่ปลอดภัย

Gips (1988) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เกษตรยั่งยืนไม่ใช่การรักษาระดับของประสิทธิภาพในการผลิตทาง การเกษตรในปัจจุบันให้ยืนยงคงอยู่ แต่ที่ถูกต้องแล้วการเกษตรยั่งยืนหมายถึงเป้าหมายสูงสุดที่ไม่มีวันจบสิ้นและเป็น กระบวนการที่ดำเนินติดต่อไปเรื่อย ๆ โดยที่มีการวัดสัมฤทธิ์ผลในแง่ความยั่งยืนที่จุดใดจุดหนึ่งนั้นเป็นเพียงพื้นฐาน สำหรับการเปรียบเทียบกับอนาคต ทั้งนี้เพราะธรรมชาติจะเปลี่ยนแปลงไปไม่มีวันหยุดนิ่ง การเกษตรยั่งยืนก็ จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเช่นกันซึ่งในความหมายทั่วไปของเกษตรแบบยั่งยืน คือระบบเกษตรที่มี ความสัมพันธ์และเกื้อกูลกับสภาพทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแต่ละภูมิภาค มีการผลิตที่หลากหลายเพื่อลด

ความเสี่ยงและการพึ่งพาปัจจัยภายนอก อันจะนำไปสู่การพึ่งพาตนเองในที่สุด นับได้ว่าการปฏิบัติกันมาเป็นเวลาช้านานแล้วในประเทศไทย แม้จะไม่มี การจัดบันทึกอย่างเป็นทางการก็ตาม เพราะเป็นแนวทางเกษตรดั้งเดิมที่เกษตรกรต้องพึ่งพาแอบอิงอยู่กับสมดุลของธรรมชาติ เช่น ลักษณะการผลิตในรูปเกษตรผสมผสานและไร่นาสวนผสมในภาคกลาง รูปแบบสวนสมรมในภาคใต้หรือรูปแบบสวนสะเปะสะเปี้ยะในภาคเหนือ ทั้งหมดนี้เป็นเพียงชื่อเรียกที่ต่างกันออกไปเท่านั้น แต่แท้จริงแล้วก็คือระบบเกษตรที่มีความคล้ายคลึงกันในแง่ที่ใช้หลักการผลิตที่หลากหลาย (Diversity) เกื้อกูลซึ่งกันและกัน (Complementary) และเพื่อสร้างความมั่นคง (Security) แก่เกษตรกรและระบบนิเวศนั่นเอง ระบบเกษตรที่ยั่งยืนจึงนับได้ว่ามีมานานแล้วในประเทศไทย เพียงแต่การจัดระบบชื่อเรียกขานหรือสรุปคานิยามขอบเขต อาจจะยังไม่ชัดเจนเป็นหลักเกณฑ์เหมือนในปัจจุบัน

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นส่งผลต่อการพัฒนาการเกษตรปาล์มน้ำมัน เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ที่เป็นการเสริมสร้างรากฐานการผลิตปาล์มน้ำมันของไทยให้มีประสิทธิภาพ ทฤษฎีข้างต้นนั้นส่งผลต่อการ ลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง โดยได้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพ และทำให้ได้รับปริมาณผลผลิตสม่ำเสมอ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาพันธุ์ปาล์มให้สามารถให้ผลผลิตปริมาณน้ำมันได้มากเทียบเท่ากับการผลิตปาล์มน้ำมันของผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งทฤษฎีนี้สามารถสนับสนุนให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างให้สามารถพัฒนาการผลิตปาล์มน้ำมันได้จริง โดยประกอบไปด้วยองค์ความรู้ในการพัฒนาการผลิตปาล์มน้ำมัน การขยายพื้นที่เพาะปลูกในพื้นที่ที่เหมาะสม การรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่ง การสร้างมูลค่าเพิ่ม และด้านการบริหารจัดการปาล์มน้ำมัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้วิจัยการทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1 ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย (Research population) ได้แก่ ประชากรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ที่อยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดราชบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง มีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ (Cochran, 1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับค่าความ คลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ข้อโดยใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ข้อโดยใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale

ลักษณะคำถามของแบบสอบถามตอนที่ 2 ตอนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของ Rating Scale โดยมี 5 ระดับ การกำหนดเกณฑ์เช่นนี้ยึดหลักว่า ให้ช่วงห่างหรือพิสัยของคะแนนทุกระดับเท่ากัน ซึ่งเมื่อกำหนดน้ำหนักคะแนนระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด เป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ พิสัยเป็น $5-1 = 4$ เฉลี่ยแต่ละช่วงห่างกัน $4/5 = 0.8$

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (IOC) ในภาพรวมอยู่ที่ 1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.983

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ข้อที่ 2 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ ดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง มีระดับมากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง มีระดับมาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง มีระดับปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง มีระดับน้อย และ 5) ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความสัมพันธ์การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย โดยใช้ค่าทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความสัมพันธ์การวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย โดยใช้สูตรที่ศึกษา สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยในการพัฒนาที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย

ปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านการสำรวจโอกาสในการสร้างนวัตกรรม	4.25	0.57	มากที่สุด	3
2. ด้านการสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรม	4.23	0.63	มากที่สุด	4
3. ด้านการคัดสรรความคิดนวัตกรรม	4.36	0.72	มากที่สุด	1
4. ด้านการพัฒนาและทดสอบแนวคิด	4.14	0.80	มาก	5
5. ด้านการวิเคราะห์ทางธุรกิจ	4.32	0.55	มากที่สุด	2
รวม	4.26	0.61	มากที่สุด	

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ด้านการคิดสรรความคตินวัตกรรม มาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการวิเคราะห์ทางธุรกิจ ด้านการสำรวจโอกาสในการสร้างนวัตกรรม ด้านการสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรม และด้านการพัฒนาและทดสอบแนวคิด ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย

ความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ	4.08	0.81	มาก	3
2. ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม	4.30	0.62	มากที่สุด	1
3. ความยั่งยืนด้านสังคม	4.16	0.85	มาก	2
รวม	4.18	0.72	มาก	

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ในภาพรวม ความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม มาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ

ผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ข้อมูลทั่วไป อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ จำนวนลูกจ้าง/คนงานผู้ปลูกปาล์ม พื้นที่ปลูกปาล์ม ผลผลิตต่อไร่ การขยายพื้นที่ปลูกปาล์ม และการส่งขายผลปาล์มมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตาราง

ตารางที่ 3 การทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล		ความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย			
		ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ภาพรวม
1. เพศ	Chi	3.146	6.901	11.759	15.581
	Square				
	Sig.	0.790	0.228	0.068	0.063
2. อายุ	Chi	1.533***	1.386***	1.066***	1.489***
	Square				
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
3. ระดับการศึกษา	Chi	14.724	19.045	14.697	22.351
	Square				

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย				
		ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ภาพรวม
	Sig.	0.681	0.212	0.683	0.558
4. อาชีพ	Chi Square	21.882***	29.276***	21.073**	22.452***
	Sig.	0.001	0.000	0.002	0.000
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi Square	68.692***	55.619***	51.250***	71.356***
	Sig.	0.000	0.000	0.001	0.000
6. สถานภาพ	Chi Square	22.565	11.742	14.420	24.191
	Sig.	0.208	0.698	0.701	0.451
7. จำนวนลูกจ้าง/ คนงานผู้ปลูกปาล์ม	Chi Square	42.797**	29.341	19.032	48.611*
	Sig.	0.010	0.081	0.750	0.030
8. สายพันธุ์ปาล์มที่ใช้ ปลูก	Chi Square	28.001	16.969	23.957	37.498
	Sig.	0.570	0.883	0.774	0.583
9. พื้นที่ปลูกปาล์ม	Chi Square	60.207**	49.129*	42.628	70.396*
	Sig.	0.007	0.015	0.207	0.019
10. ผลผลิตต่อไร่	Chi Square	53.468***	43.295**	65.073***	75.815***
	Sig.	0.001	0.002	0.000	0.000
11. การขยายพื้นที่ ปลูกปาล์ม	Chi Square	1.792***	1.842***	1.181***	2.015***
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
12. การส่งขายผล ปาล์ม	Chi Square	76.228***	62.442***	73.712***	82.573***
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาที่มีผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยในการพัฒนาทุกด้าน มีผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของระหว่างปัจจัยในการพัฒนากับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทยด้วยวิธี Enter

Model Summary					
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.452	.112		4.034	.000
ด้านการสำรวจโอกาสในการสร้างนวัตกรรม	-0.996	.065	-.788	-15.337	.000
ด้านการสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรม	-0.589	.058	-.516	-10.168	.000
ด้านการคัดสรรความคิดนวัตกรรม	-0.530	.067	-.531	-7.927	.000
ด้านการพัฒนาและทดสอบแนวคิด	-0.478	.231	3.016	15.513	.000
ด้านการวิเคราะห์ทางธุรกิจ	-0.578	.094	-.439	-6.147	.000

Durbin-Watson = 1.944, R = 0.976, R² = 0.952, F = 1.568, Sig. of F = .000, * = 0.05

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ด้านการคัดสรรความคิดนวัตกรรม มาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการวิเคราะห์ทางธุรกิจ ด้านการสำรวจโอกาสในการสร้างนวัตกรรม ด้านการสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรม และด้านการพัฒนาและทดสอบแนวคิด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา ใจสมุทรและคณะ (2558) ได้ศึกษาการผลิตปาล์มน้ำมันอย่างยั่งยืนตามมาตรฐานของเกษตรกรในจังหวัดกระบี่ ผลงานวิจัยพบว่าปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยและของโลก รวมถึงเป็นพืชที่สร้างความมั่นคงทางด้านอาหาร และด้านพลังงาน จึงมีการเพิ่มพื้นที่การผลิตปาล์มน้ำมันเป็นจำนวนมาก

ผลการวิเคราะห์ระดับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ในภาพรวม ความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม มาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชามนต์ ชาญสุโขทัย (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการขยายโอกาสตลาดปาล์มน้ำมันสู่ประชาคมอาเซียน: กรณีศึกษาสหกรณ์ปาล์มน้ำมันชุมพรพบว่า 1) เกษตรกรปาล์มน้ำมัน ส่วนใหญ่มีความต้องการในการขยายโอกาสปาล์มน้ำมันสู่ประชาคมอาเซียน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เกษตรกรมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ การสนับสนุนส่งเสริม รองลงมา คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายและส่งออก ส่วนเกษตรกรมีความต้องการอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ผลผลิตและราคา ตามลำดับ

ผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ข้อมูลทั่วไป อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ จำนวนลูกจ้าง/

คนงานผู้ปลูกปาล์ม พื้นที่ปลูกปาล์ม ผลผลิตต่อไร่ การขยายพื้นที่ปลูกปาล์ม และการส่งขายผลปาล์มมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชามนต์ ชานุสุโข (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความต้องการขยายโอกาสตลาดปาล์มน้ำมันสู่ประชาคมอาเซียน: กรณีศึกษาสหกรณ์ปาล์มน้ำมันชุมพร ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการขยายโอกาสตลาดปาล์มน้ำมันสู่ประชาคมอาเซียนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาที่มีผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยในการพัฒนาทุกด้าน มีผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมะโนปราชาพิพัฒน์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารโซ่อุปทานของผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในจังหวัดชุมพร ผลการวิจัยพบว่า การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของระบบการบริหารโซ่อุปทานโดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของทั้งระบบให้ต่ำที่สุด ดังนั้นการบริหารห่วงโซ่อุปทานด้านการผลิตและการรับประกันการทำงานอย่างน่าเชื่อถือและการทำงานด้วยความอย่างปลอดภัย การกำหนดวันเวลาที่แน่นอน มีผลต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยในการพัฒนาที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยด้านการพัฒนาผลผลิตปาล์มน้ำมัน ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มควรให้ความสำคัญกับการเลือกใช้สายพันธุ์ปาล์มที่ใช้ปลูก และเทคโนโลยีในการเพาะปลูก เพื่อให้ได้ผลผลิตต่อไร่สูงสุด และควรมีการทดลองปลูกสายพันธุ์ปาล์มใหม่ ๆ เพื่อทดสอบว่าสายพันธุ์ปาล์มไหนที่เหมาะกับสภาพพื้นที่ของเราที่สุด

จากผลการวิจัยด้านการขยายพื้นที่เพาะปลูกในพื้นที่ที่เหมาะสม ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มควรให้ความสำคัญกับเรื่องระบบการจัดการน้ำของพื้นที่เพาะปลูกปาล์ม เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ของพื้นที่ภาคกลางตอนล่างนั้นจะประสบปัญหาในเรื่องได้รับน้ำฝนไม่เพียงพอซึ่งส่งผลกับปริมาณผลปาล์มที่ได้ของเกษตรกร

จากผลการวิจัยด้านการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่ง ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มควรรวมกลุ่มกันให้เข้มแข็งขึ้น โดยหัวหน้ากลุ่มต้องเป็นผู้ที่ทุกคนให้การยอมรับ มีความเป็นผู้นำ และควรจัดให้มีการประชุมกลุ่มทุกเดือน หรือบ่อยครั้งขึ้นเพื่อให้ความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีต่าง ๆ และการหาแนวทางในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของเกษตรกร

จากผลการวิจัยด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มควรศึกษาหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าของปาล์ม หรือการแปรรูปผลผลิตที่ได้จากผลปาล์มให้เป็นระบบ และใช้ความรู้ทางการตลาดให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรอีก อย่างเช่นการทำปุ๋ยชีวภาพให้เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน

จากผลการวิจัยด้านการบริหารจัดการ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มควรรวมกลุ่มกันในพื้นที่เพื่อหาวิธีบริหารจัดการน้ำให้เพียงพอต่อการเพาะปลูก อาจจะต้องเริ่มตั้งแต่การออกแบบแปลงเพาะปลูกปาล์มใหม่ และจัดทำแหล่งน้ำไว้กักเก็บน้ำให้เพียงพอกับพื้นที่เพาะปลูกในแต่ละช่วงของการดูแลปาล์มน้ำมัน

จากผลการวิจัยด้านความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มควรให้ความสำคัญตั้งแต่เลือกพื้นที่เพาะปลูกให้เหมาะสมกับการปลูกปาล์ม ถ้าพื้นที่ไม่เหมาะสมควรมีการจัดการน้ำที่ดี และเลือกสายพันธุ์ปาล์มใหม่ ๆ ให้เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกของเกษตรกร แม้อาจจะต้องลงทุนเพิ่ม แต่ผลผลิตที่ได้ในระยะยาวจะเพิ่มขึ้น

จากผลการวิจัยด้านความยั่งยืนทางสังคม ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าด้านความยั่งยืนทางสังคมเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มควรให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการทำการเกษตรต่าง ๆ ทั้งการปลูกปาล์ม และเพาะปลูกเกษตรชนิดอื่น ๆ ในพื้นที่ที่เกษตรกรอาศัย และเพาะปลูกอยู่เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตทั้งในครัวเรือน และชุมชน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่อื่น เช่น ภาคกลาง ตอนบนภาคตะวันตก ภาคใต้ ตอนบน เป็นต้น เพื่อให้การศึกษาเป็นไปอย่างกว้างขวางมากขึ้น

ควรมีการเก็บรวบรวมงานวิจัยเชิงคุณภาพพร้อมด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำมาอธิบาย สนับสนุน และทำให้ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือมากขึ้น

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยในช่วงระยะเวลานั้น ดังนั้นควรมีการวิจัยในช่วงระยะยาวเพื่อจะได้ผลการวิจัยที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม ควรเริ่มศึกษาจากเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มรายใหม่ที่เริ่มต้นการเพาะปลูกไปจนถึงเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มที่ประสบความสำเร็จเพื่อให้เห็นถึงวิธีการทำเกษตรปาล์มน้ำมันอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นข้อมูลให้กับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มรายใหม่ หรือเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มที่ต้องการผลสำเร็จอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐยา จันทรคง. (2553). การรับรู้สิทธิแรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2551 ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ (สารนิพนธ์พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิตยา กมลวิทนนิศา. (2546). บริบทไทยว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 10(2), 14-20.
- ปัญญา ใจสมุทร, สรพงศ์ เบญจศรี, ภาณุมาศ พงศ์ดิณ, สกฤตน์ แสนปุตะวงษ์ และสกุลกานต์ สิมลา. (2558). การผลิตปาล์มน้ำมันอย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน Roundtable on Sustainable Palm Oil ของเกษตรกรในจังหวัดกระบี่. *วารสารแก่นเกษตร*, 43(1), 1013-1019.

- พิชามนต์ ชาญสุไชย. (2560). การศึกษาความต้องการขยายโอกาสตลาดปาล์มน้ำมันสู่ประชาคมอาเซียน: กรณีศึกษาสหกรณ์ปาล์มน้ำมันชุมพร. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 23(44), 114-127.
- ไพรัช ทิพย์มุสิก. (2548). *การวิจัยและพัฒนายุทธศาสตร์การบริการหลังการขายกระแสไฟฟ้า ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- มะโน ปราชญาพิพัฒน์. (2562). การบริหารโซ่อุปทานของผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในจังหวัดชุมพร. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(2), 181-189.
- วสุธร ต้นวัฒนกุล. (2549). *การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development)*. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก www.ph.buu.ac.th/pdf/vasutorn/develop_old.pdf
- วาริรัตน์ เพชรสีช่วง. (2559). *อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน*. ค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2564, จาก www.krungsri.com/bank/.../IO_OilPalm_2016_TH.aspx
- สินีนาฏ จำนงค์, พัชรวดี ศรีบุญเรือง และชลาธร จูเจริญ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนปาล์มน้ำมันตามมาตรฐานการผลิตปาล์มน้ำมันอย่างยั่งยืน อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 38(3), 408-416.
- Allen, P. and D. Van Dusen. (1988). *Global perspective agroecology and sustainable agricultural systems. Proceedings of the Sixth International Scientific Conference of the International Federation of Organic Agricultural Movement. Agroecology Program. University of California, Santa Cruz.*
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3d ed. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Gips, T. (1988). *What is sustainable agriculture ?*. In Allen, P., and D. Van Dusen (eds.). *Global perspective on agroecology and sustainable agricultural systems. Proceedings of the Sixth International Scientific Conference of the International Federation of Organic Agricultural Movements. Agroecology Program. University of California, Santa Cruz.*
- Khan, S. (2012). *Volatility, value relevance and predictive power of comprehensive income (Doctoral Dissertation, Massey, New Zealand)*. Retrieved 14 May 2021, from <https://mro.massey.ac.nz/bitstream/handle/>
- Khan, S. (2012). *Volatility, value relevance and predictive power of comprehensive income (Doctoral Dissertation, Massey, New Zealand)*. Retrieved 14 May 2021, from <https://mro.massey.ac.nz/bitstream/handle/>
- Smith, R.P. and Eppinger, S.D., (1997). A Predictive Model of Sequential Iteration in Engineering Design. *Management Science*, 43(8), 1104-1120.

การตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์
The Decision Making on Becoming the Membership of Lopburi Sugar Cane
Farmers Association, Khok-Samrong, Sa-Bot

วรชัย วงศ์ศรีไทย¹, วราภรณ์ ทรัพย์รวงทอง² และ มยุรี รัตนเสริมพงศ์³
Worachai Wongsrithai¹, Waraphon Subruangthong² and Mayuree Rattanasermpong³

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี^{1,2,3}
Master of Public Administration Program, the Faculty of Humanities and Social Sciences,
Thepsatri Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}
E-mail: romantic_pr@hotmail.com¹

Received: October 29, 2021

Revised: April 26, 2022

Accepted: April 27, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมฯ กับการตัดสินใจ เข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรชาวไร่อ้อยที่เป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.852 วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสหสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) การตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) ความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ทุกด้าน

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, การเข้าเป็นสมาชิก, สมาคมชาวไร่อ้อย

Abstract

This research aims to: 1) study the samples' level of understanding on working operations of Lopburi Sugar Cane Farmers Association, Khok-Samrong, Sa-Bot; 2) study the samples' level of decision making to become the membership of the association; and 3) study the correlation between the understanding of the association's working operations and the decision making on

becoming the membership of the association. The samples were 400 sugar cane farmers who were the current members of the Lopburi Sugar Cane Farmers Association, Khok-Samrong, Sa-Bot. The questionnaire which had the reliability level at 0.852 was used to collect the data, and the data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, correlation test and regression analysis.

The results found that: 1) The level of the samples' understanding on the working operations of the Sugar Cane Farmers Association was, in overall, at the high level; 2) The level of the samples' decision making to become the membership of the association was also, in overall, at the high level; and 3) There was the correlation between the samples' understanding of the working operations and the decision making to become the membership of the association.

Keywords: Decision Making, Membership Registration, Sugar Cane Farmers Association

บทนำ

ประเทศไทยมีเกษตรกรที่เพาะปลูกอ้อยในทุกภาคของประเทศ รวมทั้งสิ้น 47 จังหวัด มีพื้นที่การเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวในปีการเพาะปลูก 2562/63 จำนวน 10,621,512 ไร่ สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกอ้อยกว่า 430,000ครัวเรือน รวมถึงผู้ประกอบการและแรงงานในอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องอีกจำนวนมาก คิดเป็นมูลค่ากว่า 250,000 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย, 2563)

อ้อยเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มว่าในอนาคตและการตลาดที่รัฐบาลจึงให้ความสนใจกับอุตสาหกรรมอ้อยเป็นพิเศษมีการกำหนดกรอบกติกาที่ชัดเจนที่ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้จะต้องปฏิบัติตามและมีหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่กำกับดูแลโดยเฉพาะ ทั้งนี้อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลของไทยอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527 โดยเกษตรกรผู้ปลูกอ้อยจะต้องขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย (สอน.) ขณะที่การขยายการผลิตหรือย้ายฐานการผลิตของผู้ประกอบการโรงงานน้ำตาลก็จะต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงอุตสาหกรรม และได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีจึงจะสามารถดำเนินการได้ กรอบและกติกาที่ชัดเจนนี้เป็นผลมาจากสภาพของปัญหาในด้านการถูกเอารัดเอาเปรียบเกี่ยวกับราคารับซื้ออ้อยในอดีตทำให้เกษตรกรชาวไร่อ้อยเกิดการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นสถาบันชาวไร่อ้อยขึ้นเพื่อสร้างอำนาจในการเจรจาต่อรองกับฝ่ายโรงงานน้ำตาลและเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและความสมดุลระหว่างเกษตรกรชาวไร่อ้อยและโรงงานน้ำตาล (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย, 2563)

ในปัจจุบันสถาบันชาวไร่อ้อยมีหลายสถาบันโดยเป็นสถาบันตามพระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527 ทั้งสิ้น 29 สถาบัน ซึ่งต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนคือมีสมาชิกไม่น้อยกว่า 600 คน มีปริมาณอ้อยส่งเข้าโรงงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 55 ซึ่งทั้ง 29 สถาบันนั้นได้รวมตัวเป็น 3 องค์การชาวไร่อ้อยประกอบด้วยสหพันธ์ชาวไร่อ้อยแห่งประเทศไทย สหสมาคมชาวไร่อ้อยแห่งประเทศไทยและชมรมสถาบันชาวไร่อ้อยภาคอีสานโดยการเข้าร่วมสถาบันและองค์การชาวไร่อ้อยดังกล่าว เกษตรกรจะได้อยู่ร่วมจรรยาบรรณสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเกษตรกรชาวไร่อ้อย

และผู้ประกอบการโรงงานน้ำตาล ทำให้เกษตรกรนั้น ๆ ได้รับประโยชน์ อาทิ การสนับสนุนจากผู้ประกอบการโรงงานน้ำตาลในด้านของปัจจัยการผลิตที่จำเป็นรวมถึงสินเชื่อที่ครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเพาะปลูก ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมดิน การจัดหาพันธุ์อ้อย การลงทุนระบบน้ำ ปู และค่าใช้จ่ายในการตัดอ้อย (Resource - providing contract) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกอ้อย ซึ่งความร่วมมือระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับโรงงานในลักษณะนี้ สามารถช่วยลดความเสี่ยงด้านตลาดให้กับเกษตรกรในการขายผลผลิต ขณะเดียวกันก็ช่วยลดความเสี่ยงในการจัดหาวัตถุดิบของโรงงานน้ำตาลด้วย ที่สำคัญเกษตรกรจะได้ผลตอบแทนตามระบบจัดสรรผลประโยชน์ของอุตสาหกรรม นอกจากนี้ เกษตรกรที่เข้าร่วมกับสมาคม ยังได้รับผลประโยชน์จากกองทุนอ้อยและน้ำตาลทรายที่เข้ามาสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกของเกษตรกรผ่านการให้สินเชื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและให้สินเชื่อหมุนเวียนแก่เกษตรกรยามเกิดภัยธรรมชาติที่ทำให้ผลผลิตเสียหาย เช่น ภัยแล้ง และอุทกภัย เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย, 2563)

ในภาคกลางมีสถาบันชาวไร่อ้อยจำนวน 7 สถาบัน ได้แก่ สมาคมส่งเสริมอาชีพการเกษตรสุพรรณบุรี สมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี (ท่าหลวง) สมาคมกลุ่มชาวไร่อ้อยเขต 7 สมาคมกลุ่มชาวไร่อ้อยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์-เพชรบุรี สมาคมชาวไร่อ้อยเขื่อนป่าสัก สระบุรี สมาคมชาวไร่อ้อยไทยเศรษฐกิจ จังหวัดอุทัยธานี และสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ รองรับพื้นที่เพาะปลูกอ้อยจำนวน 12 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี สระบุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี กาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ จำนวนทั้งสิ้น 3,172,574 ไร่ ในปีการผลิต 2562/63 โดยจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกอ้อยมากที่สุด 3 จังหวัดแรกได้แก่จังหวัดกาญจนบุรี ลพบุรี และสุพรรณบุรี ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย, 2563)

จังหวัดลพบุรี เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกอ้อยเป็นอันดับที่ 2 ของภาคกลาง มีพื้นที่ในการเพาะปลูกอ้อยจำนวน 1,396,990 ไร่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562) มีครัวเรือนเกษตรกรชาวไร่อ้อยจำนวน 26,556 ครัวเรือน และมีสถาบันชาวไร่อ้อยที่ดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาล พ.ศ. 2527 จำนวน 2 สถาบัน ได้แก่ สมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี (ท่าหลวง) ซึ่งมีครัวเรือนเกษตรกรชาวไร่อ้อยเป็นสมาชิกอยู่จำนวน 3,400 ราย และสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ซึ่งมีครัวเรือนเกษตรกรชาวไร่อ้อยเป็นสมาชิกอยู่จำนวน 2,627 ราย โดยยังมีครัวเรือนเกษตรกรชาวไร่อ้อยในจังหวัดลพบุรีที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสถาบันชาวไร่อ้อยอีก จำนวน 20,430 ราย

สมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ เป็นหนึ่งในสถาบันชาวไร่อ้อยของภาคกลาง และเป็นหนึ่งในสองของสถาบันชาวไร่อ้อยจังหวัดลพบุรี เป็นสมาคมที่ดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527 จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์ประสานงานระหว่างชาวไร่อ้อย โรงงานน้ำตาล หน่วยงานราชการ และหน่วยงานอื่นๆส่วนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสังคมทั่วไป เพื่อช่วยขจัดปัญหาขัดข้องต่างๆ ตลอดจนพิจารณาวินิจฉัย โกล่เกลี่ยข้อพิพาท ระหว่างชาวไร่อ้อยกับโรงงานน้ำตาล หรือระหว่างสมาชิกด้วยกัน ตลอดจนการช่วยเหลือสมาชิกด้านสวัสดิการ ด้านเครื่องมือ เครื่องใช้ทางการเกษตร ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ให้เกษตรกรชาวไร่อ้อยและครอบครัว ปัจจุบันมีปริมาณอ้อยที่ส่งเข้าหีบปีการผลิต 2562/63 อยู่ที่ 654,160.130 ตัน และมีพื้นที่ปลูกอ้อยกว่า 53,471 ไร่ (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย, 2563)

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่ายังคงมีครัวเรือนเกษตรกรชาวไร่อ้อยในจังหวัดลพบุรีอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสถาบันชาวไร่อ้อย ซึ่งโดยทั่วไปแล้วตามธรรมชาติของการรวมกลุ่ม กลุ่มจะมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้ เมื่อขนาดของกลุ่มใหญ่ขึ้นและมีจำนวนสมาชิกมากขึ้น การศึกษาการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ และมีความสำคัญสำหรับการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของสมาคม ซึ่งผลการศึกษารั้งนี้จะเป็นประโยชน์ ในการวางแผนการดำเนินงาน วิเคราะห์หาทางออกที่เหมาะสม ในเรื่องการบริหารจัดการสมาคมให้มีประสิทธิภาพและตรงต่อความต้องการของสมาชิกเพื่อเป็นแนวทางที่มีประโยชน์ต่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของสมาคมและเกษตรกรชาวไร่อ้อยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์กับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึงกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญ และเกี่ยวข้องกับ หน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน

บาร์นาร์ด (Barnard, 1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว และไซมอน (Simon, 1960) ได้แบ่งชนิดของการตัดสินใจออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ ๆ คือ 1) การตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้าหรือมีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (Programmed decisions) เป็นการตัดสินใจตามระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาจนกลายเป็นงานประจำ เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการลาป่วย ลาภิจ ลาบวช การอนุมัติการเบิกจ่ายเงิน การอนุมัติผลการศึกษา เป็นต้น การตัดสินใจแบบกำหนดไว้ล่วงหน้านี้ เปิดโอกาสให้ผู้บริหารเลือกทางเลือกได้น้อย เพราะว่าเป็นการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่แน่นอน และ 2) การตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดหรือไม่มีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (Nonprogrammed decisions) เป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ไม่มีระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาก่อน จึงเป็นเรื่องยุ่งยากแก่ผู้ตัดสินใจ โดยที่ผู้บริหารหรือผู้ตัดสินใจจะต้องคำนึงถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนด้วย เช่น การตัดสินใจนำเงินไปลงทุนเพื่อหาผลตอบแทนหรือผลกำไรในธุรกิจ การตัดสินใจผลิตสินค้าตัวใหม่ การตัดสินใจในการขยายกิจการ เป็นต้น

ทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจ อาจจำแนกได้น้อย 2 ประเภท ดังนี้ 1) ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญ คือ จะคำนึงถึงว่า แนวทางการตัดสินใจ น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นเช่นใด จึงจะสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งการพิจารณาว่าแนวทางใด เป็นแนวทางที่น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณของบุคคลแต่ละคน ซึ่งอาจจะคล้ายคลึง หรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้น การใช้ทฤษฎีนี้ ตัดสินใจในประเด็นปัญหาใด ๆ ก็ตาม จึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับ มาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ดังกล่าว จะเป็นเครื่องกำหนดว่าปัญหานั้น ๆ น่าจะหรือควรจะตัดสินใจอย่างไร จึงจะดีที่สุด ถูกต้องเหมาะสมที่สุด ซึ่งในทรรศนะของบุคคลอื่นที่มีมาตรฐานความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อาจจะเห็นว่าไม่เหมาะสมก็ได้ ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้ จึงมีลักษณะการพรรณนาแบบอุดมทัศน์ (Idea Type) มากกว่าจะเป็นแบบวิเคราะห์ถึงสภาพที่แท้จริง 2) ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับทฤษฎีแรก กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญที่ว่า การตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาหนึ่ง ๆ จะต้องกระทำอย่างไร จึงจะสัมฤทธิ์ผลได้ ไม่ว่าผลของการตัดสินใจนั้น จะเป็นที่ยอมรับหรือพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้ จะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดใด หรือค่านิยมส่วนตัวของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุผล มีความถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ดังนั้น จึงได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่แน่นอน ตลอดจนมีการนำเอาเทคนิคสมัยใหม่ต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการตัดสินใจด้วย เพื่อที่จะให้การตัดสินใจนั้น มีความถูกต้องเหมาะสมที่สุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2526)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติ และทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ การตัดสินใจเป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหาร ที่เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการ คือ บทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการสถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทผู้จัดทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator)

2. กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making)

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจ ตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็น เครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ แล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ พลันเกต และแอตเนอร์ (Plunkett, & Attner, 1994) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้ (กุลขลิ ไชยน์ตา, 2539)

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลา ซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบบ่อยเสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ ทั้งภายในและภายนอกขององค์การ ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกพร้อมกับ สถิติปัญหา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การ ก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการ วิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอมโดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือก

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหาร ได้รับข้อมูลย้อนกลับ เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหา หรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

ดังนั้น การตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการการตัดสินใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรกรชาวไร่อ้อยที่เป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ จำนวนทั้งสิ้น 2,627 ราย (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย, 2562)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษากำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1971) จำนวน 400 คน ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non - Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา การมีรายได้จากอุตสาหกรรมอ้อยในรอบปีที่ผ่านมา การถือครองที่ดินเพื่อปลูกอ้อย การได้รับข่าวสารทางการเกษตรจากแหล่งต่าง ๆ ความต้องการกู้เงิน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) 5 ระดับ จำนวน 13 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ ด้านวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ ด้านการดำเนินงานของสมาคมฯ ด้านผลการดำเนินการของสมาคมฯ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ ด้านรายได้ ด้านการได้รับข่าวสารทางการเกษตร ด้านความต้องการเงินกู้ในอนาคต ด้านวัตถุประสงค์และการดำเนินการของสมาคมฯ ด้านความพอใจในผลการดำเนินงานของสมาคมฯ

3. การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

3.1 ศึกษาตำราเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อย

3.2 ร่างแบบสอบถามแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำและดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

3.3 การทดสอบความเที่ยงตรง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้านภาษา และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง นำผลการประเมินมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ และเนื้อหา (Item objective congruence: IOC) ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00

3.4 การหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด นำไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .852

3.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและทดลองใช้ไปจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองแล้วมานำมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนมาทั้งหมด แล้วนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาดำเนินการประมวลผลโดยวิธีการทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา การมีรายได้จากอุตสาหกรรมอ้อยในรอบปีที่ผ่านมา การถือครองที่ดินเพื่อปลูกอ้อย การได้รับข่าวสารทางการเกษตรจากแหล่งต่าง ๆ ความต้องการกู้เงิน โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 การวิเคราะห์ความเข้าใจในการดำเนินการของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.3 การวิเคราะห์การตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.4 หาความสัมพันธ์ความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ กับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ใช้การทดสอบสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

5.5 ศึกษาอิทธิพลความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ใช้สมการถดถอย (Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.20 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละ 26.50 มีรายได้อยู่ระหว่าง 100,000 - 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.30 มีการถือครองที่ดินเพื่อปลูกอ้อย 10 - 50 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 50.70 ได้รับข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 38.30 มีความต้องการกู้เงินเพื่อปลูกอ้อย คิดเป็นร้อยละ 53.80

1. ระดับความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

ความรู้ความเข้าใจของเกษตรกร	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ	3.68	0.52	มาก
ด้านการดำเนินงานของสมาคมฯ	4.17	0.49	มาก
ด้านผลการดำเนินการของสมาคมฯ	4.13	0.55	มาก
รวม	3.99	0.44	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ทั้ง 3 ด้าน โดยมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมาก ได้แก่ ด้านการดำเนินงานของสมาคมฯ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ ด้านผลการดำเนินการของสมาคมฯ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.13 และด้านวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ

1.2 ระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

ด้านวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ

วัตถุประสงค์ของสมาคมฯ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1.สมาคมฯ เป็นศูนย์กลางการติดต่อประสานงานระหว่างโรงงานน้ำตาลกับสมาชิกฯ	3.30	0.83	ปานกลาง
2.สมาคมฯ ช่วยเหลือด้านฉาปนกิจสงเคราะห์แก่สมาชิก	3.32	0.71	ปานกลาง
3.ตามหลักการแล้วสมาคมฯ จัดตั้งขึ้นเพื่อทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกัน	4.26	0.71	มากที่สุด
4.สมาคมฯ มีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านการเมืองด้วย	3.72	0.72	มาก
5.สมาคมฯ ช่วยขจัดปัญหาข้อขัดแย้งต่าง ๆ ระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง	3.82	0.90	มาก
รวม	3.68	0.52	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านตามหลักการแล้วสมาคมฯ จัดตั้งขึ้นเพื่อทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกัน มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 สมาคมฯ ช่วยขจัดปัญหาข้อขัดแย้งต่าง ๆ ระหว่างสมาชิกด้วยตนเอง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 สมาคมฯ มีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านการเมืองด้วย มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 สมาคมฯ ช่วยเหลือด้านอาชีพการเกษตรแก่สมาชิก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และสมาคมฯ เป็นศูนย์กลางการติดต่อประสานงานระหว่างโรงงานน้ำตาลกับสมาชิกฯ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

1.3 ระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านการดำเนินงานของสมาคมฯ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านการดำเนินงานของสมาคมฯ

การดำเนินงานของสมาคมฯ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1.สมาคมฯ สามารถช่วยเหลือท่านในด้านเงินกู้	3.59	0.80	มาก
2.สมาคมฯ ช่วยเหลือท่านในด้านราคาอ้อย	4.26	0.66	มากที่สุด
3.สมาคมฯ เป็นแหล่งให้ความรู้ คำแนะนำ และวิชาการแก่สมาชิก	4.44	0.63	มากที่สุด
4.สมาคมฯ ช่วยจัดหาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย สารเคมี เครื่องจักรกล การเกษตรและอื่น ๆ	4.42	0.64	มากที่สุด
5.สมาคมฯ จัดการเรื่องตลาดรับซื้อผลผลิตอ้อย	4.14	0.69	มาก
รวม	4.17	0.49	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ สมาคมฯ เป็นแหล่งให้ความรู้ คำแนะนำ และวิชาการแก่สมาชิก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 สมาคมฯ ช่วยจัดหาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย สารเคมี เครื่องจักรกลการเกษตรและอื่น ๆ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 สมาคมฯ ช่วยเหลือท่านในด้านราคาอ้อย มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 สมาคมฯ จัดการเรื่องตลาดรับซื้อผลผลิตอ้อย มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และสมาคมฯ สามารถช่วยเหลือท่านในด้านเงินกู้ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

1.4 ระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจในผลการดำเนินการของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านผลการดำเนินการของสมาคมฯ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านผลการดำเนินการของสมาคมฯ

ผลการดำเนินการของสมาคมฯ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าสมาคมฯ มีผลการดำเนินการที่ดี	4.02	0.75	มาก
2. ท่านคิดว่าสมาคมฯ ช่วยแก้ปัญหาให้ท่านได้	4.01	0.70	มาก
3. ท่านคิดว่าการเป็นสมาชิกสมาคมฯ มีประโยชน์ต่อท่าน	4.37	0.64	มากที่สุด
รวม	4.13	0.55	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจในผลการดำเนินการของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ท่านคิดว่าการเป็นสมาชิกสมาคมฯ มีประโยชน์ต่อท่าน มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ท่านคิดว่าสมาคมฯ มีผลการดำเนินการที่ดี มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และท่านคิดว่าสมาคมฯ ช่วยแก้ปัญหาให้ท่านได้ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

2. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

ปัจจัยการเข้าเป็นสมาชิกสมาคมของ เกษตรกร	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านรายได้	3.75	0.57	มาก
2. ด้านการได้รับข่าวสารทางการเกษตร	4.23	0.60	มากที่สุด
3. ด้านความต้องการเงินกู้ในอนาคต	4.10	0.57	มาก
4. ด้านวัตถุประสงค์และการดำเนินงานของสมาคม	4.08	0.56	มาก
5. ด้านความพอใจในการดำเนินงานของสมาคม	4.28	0.53	มากที่สุด
รวม	4.09	0.46	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านความพอใจในการดำเนินงานของสมาคม มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.28 ด้านการได้รับข่าวสารทางการเกษตร มีค่าคะแนนเฉลี่ย

4.23 ด้านความต้องการเงินกู้ในอนาคต มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.10 ด้านวัตถุประสงค์และการดำเนินงานของสมาคม มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08 และด้านรายได้ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.75

2. หาความสัมพันธ์ความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์กับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความเข้าใจในการดำเนินงาน ของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ กับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

ความเข้าใจต่อสมาคมฯ	การตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมฯ					รวม
	ด้านรายได้	ด้านการได้รับข่าวสารทาง การเกษตร	ด้านความต้องการเงินกู้ใน อนาคต	ด้านวัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของ สมาคมฯ	ด้านความพอใจ ในการดำเนินงานของ สมาคมฯ	
ด้านวัตถุประสงค์ของสมาคม	R = .591** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .403** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .569** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .562** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .502** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .644** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์
ด้านการดำเนินงานของสมาคม	R = .535** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .495** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .594** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .563** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .471** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .653** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์
ด้านผลการดำเนินการของสมาคม	R = .596** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .434** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .585** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .568** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .475** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .652** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์
รวม	R = .680** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .523** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .689** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .667** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .571** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์	R = .768** Sig = .000 แปล = สัมพันธ์

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05, **ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ คิดเป็นร้อยละ 76.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ โดยรวมมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ทุกด้าน

อภิปรายผล

จากการศึกษาผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. จากการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ พบว่าระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Douglas McGregor (1960) ได้กล่าวว่ากลุ่มที่มีประสิทธิจะมีลักษณะที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม โดยทุก ๆ ความคิดเห็นของสมาชิกจะได้รับการเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน รวมถึงเมื่อสมาชิกมีความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน จะไม่แสดงความก้าวร้าว แต่จะแสดงออกซึ่งลักษณะที่ประนีประนอม

ระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจในการดำเนินงาน และด้านความเข้าใจในผลการดำเนินการของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับวิรงรอง แสงเดือน (2559) ที่ได้สรุปแนวคิดจากหลักการและทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่านเกี่ยวกับปัจจัยของกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มที่มีประสิทธิภาพจะมีเงื่อนไข ดังนี้ ความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาทักษะความสามารถของสมาชิก ให้สมาชิกมีความรู้ ความชำนาญงาน และต้องพัฒนาความเข้าใจ ความสัมพันธ์ ทำให้เกิดความรู้สึกถึงคุณค่าของตนเองต่อกลุ่ม และทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สร้างสรรค์ความก้าวหน้าให้แก่กลุ่ม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก รวมทั้งการมีที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้รวบรวมข้อมูล เพื่อพัฒนาการทำงานและแก้ไขปัญหา ปัจจัยที่มีผลทำให้ชาวชนบทเข้าร่วมกลุ่มและองค์กร ได้แก่ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อการเข้ากลุ่ม นอกจากนี้ความคาดหวังที่เป็นสมาชิกในกลุ่มมีอยู่มากเป็นเรื่องของประโยชน์ที่พึงได้ คือ ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ได้แก่ เงินทุน ความรู้ในการประกอบอาชีพ รายได้ที่เพิ่มขึ้น และการช่วยเหลือด้านการตลาด

จากการศึกษาพบว่า การเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ด้านความพอใจในการดำเนินงานของสมาคม และด้านการได้รับข่าวสารทางการเกษตร ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมาก ได้แก่ ด้านความต้องการกู้เงิน, ด้านวัตถุประสงค์และการดำเนินงานของสมาคม และด้านรายได้ ตามลำดับ

2. การตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ระดับความคิดเห็นประเด็นการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านรายได้ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรงรอง แสงเดือน (2559, บทคัดย่อ) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลทำให้ชาวชนบทเข้าร่วมกลุ่มและองค์กร ได้แก่ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อการเข้ากลุ่ม นอกจากนี้ความคาดหวังที่เป็นสมาชิกในกลุ่มมีอยู่มากเป็นเรื่องของประโยชน์ที่พึงได้ คือ ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ได้แก่ เงินทุน ความรู้ในการประกอบอาชีพ รายได้ที่เพิ่มขึ้น และการช่วยเหลือด้านการตลาด

2.1 ระดับความคิดเห็นประเด็นการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านการได้รับข่าวสารทางการเกษตร มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรงรอง แสงเดือน (2559) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลทำให้ชาวชนบทเข้าร่วมกลุ่มและองค์กร ได้แก่ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อการเข้ากลุ่ม นอกจากนี้ความคาดหวังที่เป็นสมาชิกในกลุ่มมีอยู่มากเป็นเรื่องของประโยชน์ที่พึงได้ คือ ประโยชน์ด้านสังคม ได้แก่ เกียรติยศ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนสมาชิกในกลุ่มด้วยกัน และความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกกับกลุ่มสมาชิกกับกลุ่มเจ้าหน้าที่

2.2 ระดับความคิดเห็นประเด็นการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านความต้องการเงินกู้ในอนาคตมีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ธัญญรัตน์ มาลัย (2558) ได้ศึกษาเปรียบเทียบผลทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกสหกรณ์กับเกษตรกรภายนอก พบว่า เกษตรที่เป็นสมาชิกสหกรณ์นั้นได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานของสหกรณ์ในการรับซื้อผลผลิต การได้รับการบริการสินเชื่อเพื่อการเกษตรควบคู่กับคำแนะนำ ความรู้ เทคนิคการผลิตใหม่ และสวัสดิการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของสมาชิก และยังพบว่า สมาชิกมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมดีกว่าเกษตรกรภายนอกในเรื่องของรายได้เฉลี่ย เช่นเดียวกับ ง่ายงาม ประจวบวัน (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสมาชิกภาพของ

เกษตรกรผู้เป็นสมาชิก และไม่เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จะเข้าเป็นสมาชิกเพราะต้องการเงินทุน และเพื่อรับผลประโยชน์บางอย่างจากสหกรณ์

2.3 ระดับความคิดเห็นประเด็นการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านวัตถุประสงค์การดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ธัญญรัตน์ มาลัย (2558) พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสหกรณ์ที่แตกต่างกันจะทำให้ทัศนคติของเกษตรกรแตกต่างกันด้วย ประกอบกับการรับรู้ในวัตถุประสงค์ กฎระเบียบ และการดำเนินของกลุ่มนั้นจะทำให้เกษตรกรเข้าใจ ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกลุ่ม และมีแนวโน้มจะเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มมากขึ้น

2.4 ระดับความคิดเห็นประเด็นการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ด้านความพอใจในผลการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ธัญญรัตน์ มาลัย (2558, บทคัดย่อ) ได้วิเคราะห์การดำเนินงานของสหกรณ์ พบว่า ผลการดำเนินงาน มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับน่าพอใจ แต่การให้บริการแก่สมาชิกสหกรณ์ไม่ให้ประโยชน์ตามที่สมาชิกต้องการ ในขณะที่ สมาชิกส่วนใหญ่พึงพอใจ และให้ความไว้วางใจในการบริหารงานโดยคณะกรรมการดำเนินงาน และผู้จัดการเป็นผู้ที่มีความรู้ และความสามารถในการจัดการเกี่ยวกับธุรกิจได้ดี แต่มีบางเรื่องที่สมาชิกต้องการให้ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น เป็นต้นว่าการประชาสัมพันธ์ การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการประชุมสามัญประจำปี

3. การหาความสัมพันธ์ความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ กับการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ คิดเป็นร้อยละ 76.80 โดยพบว่าความเข้าใจในการดำเนินงานของสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ โดยรวมมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับ วิรัชฐิตา แจ่มเปล้า (2559, บทคัดย่อ) พบว่า ความเข้าใจในการดำเนินงานของสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด เงินกู้สามัญ ATM และเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อเงินกู้สามัญ เงินกู้สามัญ ATM และ เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ จัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมทางการตลาด เหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นและเป็นสิ่งเร้าในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด เพราะทางสหกรณ์ฯ ได้จัดกระบวนการดังกล่าวให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์อีกทั้งสมาชิกยังมีความพอใจในคุณภาพการบริการ ของบุคลากรและเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์จึงส่งผลมาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการด้านสินเชื่อเงินกู้สามัญ เงินกู้สามัญ ATM และเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่อ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ ผู้ศึกษาวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ประกอบการดำเนินการของชาวไร่ฮ้อยในอนาคต โดยสมาคมฯ ควรดำเนินการดังนี้

1.1 สมาคมต้องรักษามาตรฐานในการดำเนินงานและหาหนทางในการพัฒนาการดำเนินงานของสมาคมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่สมาชิกสมาคมฯ และทำให้เกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสนใจเข้ามาเข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคมชาวไร่ฮ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

1.2 สมาคมควรพัฒนาช่องทางสื่อสารให้เข้าถึงเกษตรกรชาวไร่ฮ้อยมากขึ้นโดยเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านเจ้าหน้าที่ สมาชิกชาวไร่ฮ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์ คนอื่น ๆ รวมถึงอาจพัฒนาช่องทางข่าวสารให้มีช่องทางใหม่ ๆ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน

1.3 สมาคมควรพัฒนากระบวนการในการกู้เงินในอนาคตเนื่องจากสมาชิกสมาคมมีความต้องการในการกู้เงินในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมสมาคมชาวไร่ฮ้อยลพบุรี โคกสำโรง สระโบสถ์

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยในสมาคมชาวไร่ฮ้อยในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีการจัดตั้งสมาคมชาวไร่ฮ้อย เพื่อดูความเหมือนความต่างของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมสมาคมของเกษตรกรว่าในแต่ละพื้นที่ที่มีความเหมือนความต่างกันหรือไม่ และนำผลไปพัฒนาแนวทางการรวมกลุ่มของเกษตรกรต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยถอดบทเรียนจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรอื่น ๆ หรือเกษตรกรชาวไร่ฮ้อยในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีความเข้มแข็งเพื่อนำผลไปพัฒนาการรวมกลุ่มหรือสมาคมอื่น ๆ ให้มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2562). รายงานพื้นที่ปลูกฮ้อย ปีการผลิต 2562/63. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

กุลชลี ไชยนันดา. (2539). กระบวนการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์.

ง่ายงาม ประจวบวัน. (2558). การพัฒนาระบบเกษตรกรรมยั่งยืนชุมชนบ้านหลักเมตร ตำบลทุ่งขวาง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 7(4), 92 - 123.

ธัญญรัตน์ มาลัย. (2558). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการ ดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2526). เอกสารการสอนชุดวิชาสังคมศึกษา 4 หน่วยที่ 9 – 15 (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: ผู้แต่ง, อ้างถึงใน ปิยะนุช เหลืองงาม. (2552). บรรทัดฐานในการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในการเรียนวิทยาศาสตร์เรื่องภาวะโลกร้อน ตามแนวทางการสอนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสังคม (STS) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.



วิรงรอง แสงเดือน. (2559). *การรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา เพื่อความมั่นคงด้านอาชีพเกษตรกรอย่างมีส่วนร่วม บ้านโนนโพธิ์ ตำบลก่อเอ้ อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

วิรัชฐิตา แจ่มเปล่า. (2559). *การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา.

สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย. (2563). *รายงานสถานการณ์การปลูกอ้อย ปีการผลิต 2562/63*. สืบค้น 24 ตุลาคม 2563, จาก <http://ocsb.go.th>

Barnard, C. I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*. New York: McGraw-Hill Book Company.

Plunkett, W. R., & Attner, R. F. (1994). *Introduction to management* (5th ed.). CA: Wadsworth.

Simon, H. A. (1960). *The New Science of Management Decision*. New York: Harper & Row.

Yamane, T. (1971). *Statistic: An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง
จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
(โควิด-19)

Thai Tourist's Attitudes towards the Tourism Components in Pak Chong District,
Nakhon Ratchasima Province during the COVID-19 Pandemic

ศิริรัตน์ โรจนปณิธิกุล¹ และ ศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์²

Sirirat Rojanapanitikul¹ and Supasak Ngaoprasertwong²

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2}

Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2}

E-mail: iamnorthstar@gmail.com¹

Received: November 3, 2021

Revised: April 27, 2022

Accepted: April 28, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารข่าวสารในปัจจุบัน ประกอบกับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 7 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการประชุมสัมมนา กลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการในพื้นที่อีก 3 ท่าน

ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง ประกอบด้วย 1) ด้านดึงดูดใจ มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและบรรยากาศที่สวยงาม 2) ด้านกิจกรรม มีกิจกรรมมากมาย แต่ในสถานการณ์นี้นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว 3) ด้านการเข้าถึง ใกล้กรุงเทพฯ ถนนหนทางสะดวก นักท่องเที่ยวขับรถส่วนตัวมาเอง 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีให้พร้อม 5) ด้านที่พัก มีให้เลือกหลายระดับหลายราคา 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย มีมาตรการป้องกันโรคระบาด ทำให้มั่นใจในการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: องค์ประกอบการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย, โควิด-19



Abstract

The objective of this study was to study Thai Tourist's attitudes towards the tourism components in Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province during the COVID-19 Pandemic. This study is qualitative research, and the data were obtained from News and secondary data, in-depth interview with 7 Thai visitors, and focus group discussions with three local entrepreneurs. The obtained data analyze content analysis.

The results showed that: The attitude towards the Tourism Components in Pak Chong District; 1) Attraction: many natural attractions with beautiful atmosphere 2) Activities: many activities but in this situation tourists want to relax and private 3) Access: near Bangkok, convenient roads and most tourists drive their own car 4) Amenities: the facilities are enough and available 5) Accommodation: available in many levels and many prices 6) Assurance: safety and sure to travel.

Keywords: Tourism Components, Thai Visitors, COVID-19

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของประเทศไทย ซึ่งด้วยการเป็นจุดหมายท่องเที่ยวของโลก ดังจะเห็นได้ ประเทศไทยเป็นจุดหมายที่นักเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก ด้วยจำนวนถึง 22.78 ล้านคนในปี พ.ศ. 2562 (Mastercard, 2020) ทำให้สร้างเม็ดเงินรายได้จำนวนมหาศาลเข้าเป็นประเทศ โดยในปีพ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 2.7 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อมูลค่าเศรษฐกิจไทย (GDP) ถึงร้อยละ 16.5 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ดังนั้นการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญยิ่งของอุตสาหกรรมไทย เนื่องจากการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น บริการขนส่ง ซึ่งช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ และนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่นไทย

ซึ่งภาคการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ขึ้นอยู่กับเข้ามาของนักท่องเที่ยว หากเมื่อใดที่จุดหมายท่องเที่ยวขึ้นนั้นเกิดสถานการณ์วิกฤติ จะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่มีการพึ่งพิงรายได้จากการท่องเที่ยวระดับสูง ซึ่งเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ในช่วงปลายปีพ.ศ. 2562 และแพร่ระบาดกระจายไปทั่วโลก จนในที่สุดองค์การอนามัยโลกต้องประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ ทำให้รัฐบาลทุกประเทศต่างมีมาตรการตอบสนองทางสาธารณสุข ทั้งเช่น การจำกัดการท่องเที่ยว การปิดด่านระหว่างประเทศ การห้ามออกจากเคหสถานเวลาจำกัด การยกเลิกการจัดงานรื่นเริง

การปิดสถานศึกษา รวมไปถึงการกักกันพื้นที่ (Lock down) ในช่วงมีนาคมจนถึงมิถุนายน พ.ศ. 2563 เพื่อควบคุมการระบาดของไม่ให้แพร่ไปในวงกว้าง (ณัฐพัชร กมลพลพัตร, 2563)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยอย่างรุนแรง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งแต่เดิมจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยเฉลี่ยเดือนละประมาณ 3 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) แต่หลังจากการระบาดและรัฐบาลไทยประกาศควบคุมการเดินทางเข้าประเทศทุกช่องทาง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติก็หดหายไปทันที เหลือแต่เพียงการท่องเที่ยวภายในประเทศเท่านั้น

รัฐบาลไทยมิได้นิ่งนอนใจ ได้ออกมาตรการช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบทุกภาคส่วน ทั้งเร่งออกมาตรการช่วยเหลือทั้งให้เงินเยียวยาแก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ เช่น เงินช่วยเหลือพิเศษ มาตรการลดค่าครองชีพ รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินกู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น มาตรการพักชำระหนี้ เงินกู้ดอกเบี้ยพิเศษ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดล้วนแต่เป็นนโยบายระยะสั้นและเฉพาะหน้า เพื่อเร่งให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ ให้อยู่สามารถประคับประคองธุรกิจไปก่อนเพื่อรอโอกาสที่จะฟื้นตัว หลังจากนั้นรัฐบาลได้ออกมาตรการ “เราเที่ยวด้วยกัน” ในช่วงครึ่งปีหลังของปีพ.ศ. 2563 โดยต้องการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ซึ่งผลตอบรับค่อนข้างดี ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเดินทางภายในประเทศฟื้นตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ทำได้ไม่นานก็เกิดเหตุการณ์ระบาดขึ้นในระลอกที่สองช่วงสิ้นปีพ.ศ. 2563 และระลอกที่สามในช่วงกลางปีพ.ศ. 2564 และไม่มีทีท่าว่าการระบาดของโควิด-19 จะหมดไป คาดว่าการท่องเที่ยวไทยจะยังอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ไปอีกนานหลายปี

ดังนั้นในมุมมองของนายยุทธศักดิ์ สุภสร ในฐานะผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ได้วิเคราะห์สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกว่าที่จะฟื้นตัวกลับมาสู่ระดับก่อนเกิดโควิด-19 อาจจะใช้เวลาถึง 2 ปี ดังนั้นในสถานการณ์เช่นนี้ควรจะไปกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพหรือนักท่องเที่ยวกระเป๋านัก เน้นการเพิ่มศักยภาพด้านรายได้มากกว่าจะพึ่งพิงกับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผู้ประกอบการต่างก็ได้รับผลกระทบอย่างมากเช่นกัน โดยพันชนะ วัฒนเสถียร (2564) ได้เปิดเผยถึงสถานการณ์ของการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้สภาวะการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่องซบเซาอย่างหนัก จนร้านค้ารวมถึงผู้ประกอบการต้องปิดกิจการมากมาย แต่บางส่วนที่ยังดำเนินกิจการ ก็พยายามปรับปรุงหาแนวทางท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น การท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์โดยชูจุดขายอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ และพยายามนำเสนอประเด็นเขาใหญ่มีความปลอดภัยอาหาร เป็นแหล่งเกษตรชั้นเยี่ยม เกษตรอินทรีย์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศน์ ด้วยความที่ไม่แออัด และระบบสาธารณสุขปลอดภัยเรามีความพร้อม อย่างโรงพยาบาลรัฐ คลินิก หรือของเอกชน เรื่องของที่พักเขาใหญ่ยังถือว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีห้องพักให้เลือกหลากหลายตามแต่กำลังกระเป๋าและตามรสนิยมอีกด้วย และเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพฯ และสามารถขับรถมาเองได้ ซึ่งก็ตอบโจทย์ในยุคท่องเที่ยวแนวใหม่ (New Normal) ด้วย

อย่างที่ได้อธิบายไป การท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมคงไม่สามารถเป็นไปได้อีกแล้ว จำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบไปให้สอดคล้องกับข้อจำกัดในการเดินทางต่างๆ รวมถึงมาตรการทางสาธารณสุขที่ประกาศโดยรัฐบาล เพราะ

สถานการณ์การระบาดยังไม่จบสิ้น และแนวโน้มวัคซีนป้องกันโควิด-19 รวมถึงยารักษาโรคโดยตรงยังมีจำนวนจำกัด และไม่อาจยับยั้งไวรัสโควิด-19 ได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นสำหรับงานวิจัยนี้จึงมุ่งหวังที่จะศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อองค์ประกอบการการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ที่กำลังเปลี่ยนไปสู่การท่องเที่ยวแนวใหม่ (New Normal) อันจะกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาโดยตรง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการในพื้นที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินการกิจการได้ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีองค์ประกอบการการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเลือกไปยังจุดหมายการท่องเที่ยว ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และสร้างความประทับใจให้สมกับที่นักท่องเที่ยวมาพัก ดังนั้นหากจะมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จึงต้องการศึกษาถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของในพื้นที่ ว่าเป็นอย่างไร จำเป็นต้องปรับปรุงองค์ประกอบใดหรือไม่ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พยอม ธรรมบุตร (2549) Pike Steven (2008) และ Tourism Western Australia (2008) ได้ระบุว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว โดยสรุปประกอบด้วย 1. สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันประกอบไปด้วยป่าเขาหรืออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นจุดหมายที่นักท่องเที่ยวนิยมไปกัน รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม ชุมชน 2. กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวนิยมในช่วงที่ไปท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมนันทนาการ การถ่ายรูป เป็นต้น 3. การคมนาคมและการเข้าถึง ซึ่งรวมถึงการเดินทางจากภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายท่องเที่ยว สภาพถนนหนทาง รวมทั้งรูปแบบยานพาหนะ ไม่ว่าจะเป็นรถส่วนตัว หรือรถโดยสาร 4. สิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ร้านอาหาร สถานบันเทิง รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสาร โรงพยาบาล เป็นต้น 5. สถานที่พักแรม ทั้งในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ รวมถึงที่พักแรมชั่วคราว เช่น เต็นท์ และองค์ประกอบอื่นที่ไม่มีในการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา คือ มาตรการด้านความปลอดภัยจากการระบาดของโควิด-19 เนื่องจากจะมีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในสถานการณ์ที่ยังมีการระบาดของโควิด-19 อยู่ ซึ่งมาตรการต่าง ๆ ถูกกำหนดทั้งโดยรัฐบาล และเป็นความต้องการและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

นอกจากนี้ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คุณณัฏฐพัชร กมลพลพัตร (2563) เสนอว่า จากวิกฤติโควิด-19 ทำให้เกิดพฤติกรรมใหม่ (New Normal) ต่อด้านมาตรฐานสุขอนามัยในอุตสาหกรรมโรงแรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลง ให้ความสำคัญกับความสะอาดของโรงแรมที่จะเข้าพักมากขึ้น ใส่ใจในความสะอาดของอาหารและการใช้สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกส่วนกลางของโรงแรมมากขึ้น เช่นเดียวกับคุณณฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) ที่เสนอว่า ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวของไทยต้องปรับตัวใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น 2) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ทันเวลา เชื่อถือได้ 3) ใช้หลักการ 9Ps เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน 4) การปรับตัวเข้าสู่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ เช่น การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม สังคมผู้สูงอายุ เป็นต้น 5) การรับมือและสื่อสารภาวะวิกฤติ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 คน ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากจำเนียร จวงตระกูล (2563) และประไพพิมพ์ สุธีสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์ (2559) โดยมีเงื่อนไขในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้มีความกระจายตัว โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในช่วงเดือนมิถุนายนจนถึงธันวาคม พ.ศ. 2563 โดยมีการพักอาศัยอย่างน้อย 1 คืนในพื้นที่อำเภอปากช่อง โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลาย คือ ใช้บริการที่พักอาศัยทั้งแบบโรงแรม รีสอร์ท บ้านพักให้เช่า นอกจากนี้ยังกระจายกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและหญิง รวมทั้งอายุที่มีตั้งแต่วันกลางคนและวัยเกษียณ และกระจายกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาคนเดียว มากับกลุ่มเพื่อน และมากับครอบครัว

ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุม 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ส่วนที่ 2 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน (Tourism Western Australia, 2008) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และที่พัก (Accommodation) นอกจากนี้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จะเพิ่มอีก 1 องค์ประกอบได้แก่ มาตรฐานความปลอดภัย (Assurance) เพื่อให้สอดคล้องเนื้อหาการวิจัยในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอในการปรับปรุงการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ซึ่งแบบสัมภาษณ์จะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ทำให้ได้ข้อมูลหลากหลายแง่มุม และได้รูปแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) แล้ว จากนั้นรวบรวมข้อมูลและนำมาตรวจสอบความถูกต้องโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลที่ต่างกัน เพื่อความมั่นใจในข้อมูลที่ได้ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปข้อเท็จจริงที่ได้จากการเก็บข้อมูล และนำมาสรุปเป็นผลการศึกษาสำหรับการวิจัยนี้

จากนั้นนำผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว นำไปประกอบการการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็น

ผู้ประกอบการ SME โดยเป็นผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่า ที่มีการดำเนินธุรกิจในพื้นที่มาอย่างน้อย 3 ปี เพื่อวิพากษ์ผลการศึกษาและนำเสนอแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้มีทัศนคติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยสรุปดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวระบุว่า ในอำเภอปากช่องมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจจำนวนมากในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้อำเภอปากช่องยังมีพื้นที่กว้างใหญ่ มีสถานที่ท่องเที่ยวกระจายอยู่ทั่วอำเภอ และมีจุดให้ถ่ายรูป เช็กอินที่สวยงาม งามมาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่แออัดที่จุดใดจุดหนึ่งมากนัก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการให้ข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่ว่า ในช่วงฤดูหนาวจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มามีความต้องการมาชื่นชมบรรยากาศหนาว นอกจากนี้ยังนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าองค์กรสนใจมาจัดประชุมสัมมนาในพื้นที่อำเภอปากช่องด้วย แต่อย่างไรก็ตามที่นักท่องเที่ยวเลือกมาเที่ยว เพราะในปีพ.ศ. 2563 ที่อำเภอปากช่องไม่มีข่าวการระบาดของโควิด-19 ทำให้ลูกค้ามั่นใจและยืนยันที่จะมาเที่ยวกัน

ด้านกิจกรรม (Activities) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวระบุว่า สนใจทำกิจกรรมท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยเฉพาะในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เช่น กิจกรรมเดินป่า ชมสัตว์ป่า ชมน้ำตก เป็นต้น รวมทั้งบางคนสนใจการไปเช็กอินที่ตามร้านกาแฟ ร้านอาหาร ซึ่งมีการจัดสวยงาม เหมาะสมแก่การถ่ายรูปและนำลงโซเชียล ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ด้วยสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ก็มีกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งที่มาเพื่อกิจกรรมพักผ่อนเท่านั้น โดยอาจจะอยู่แต่ในที่พัก แล้วทำกิจกรรมสังสรรค์กันในเฉพาะกลุ่มที่มาด้วยกัน เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิดจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

ด้านการเข้าถึง (Access) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการระบุคล้ายคลึงกันว่า ทุกคนขับรถส่วนตัวหรือจ้างเหมารถตู้อย่าง ไม่ได้ใช้รถโดยสารระหว่างทาง เนื่องจากอำเภอปากช่องอยู่ใกล้กรุงเทพ ถนนหนทางจากกรุงเทพจนถึงปากช่องก็เป็นถนนหนทางสะดวก ใช้ระยะเวลาในการขับรถเพียง 2-3 ชั่วโมง แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางด้วยรถสาธารณะเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปากช่องอาจไม่สะดวกเนื่องจากระบบขนส่งสาธารณะอาจจะไม่สอดคล้องกับการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากนัก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการระบุคล้ายคลึงกันว่า ในอำเภอปากช่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารที่มีจำนวนมากและหลากหลายทุกระดับไม่ว่าจะระดับถูกจนถึงระดับแพงก็มี นอกจากนี้ยังมีซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ และยังมีโรงพยาบาลทั้งของรัฐและเอกชน ดังนั้นหากเกิดเหตุฉุกเฉินก็มีสถานพยาบาลรองรับ ซึ่งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกลุ่มตัวอย่างระบุว่า ในอำเภอเขาใหญ่มีความพร้อมมาก ทำให้ตัดสินใจมาเที่ยวปากช่องในสถานการณ์เช่นนี้

ด้านที่พัก (Accommodation) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวระบุว่า ในอำเภอปากช่องมีสถานที่พักแรมมากมาย และมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น โรงแรม รีสอร์ท บ้านเป็นหลังให้เช่า แต่ในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างจะเลือกที่พักที่มีความเป็นส่วนตัว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม เพื่อที่จะได้ไม่ต้องปฏิสัมพันธ์และรักษาระยะห่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ และยังมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ระบุว่า จะเลือกที่พักที่ได้มาตรฐาน SHA ที่เป็นมาตรฐานความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ลูกค้ามีความพิถีพิถันในการเลือกที่พักมากขึ้น และต้องการความเป็นส่วนตัวอย่างยิ่ง และบางส่วนยังเลือกที่พักที่เข้าร่วมโครงการเราเที่ยวด้วยกัน ซึ่งเป็นโครงการที่รัฐบาลจะให้ส่วนลดในราคาที่พัก ทำให้ค่าใช้จ่ายที่พักที่ถูกลง

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย (Assurance) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวระบุว่า มีมาตรการส่วนตัวดูแลเพื่อป้องกันการติดเชื้อ ไม่ว่าจะเป็นการใส่หน้ากากอนามัย การพกแอลกอฮอล์เพื่อใช้ในการล้างมือเป็นประจำ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจะหลีกเลี่ยงสถานที่แออัด เพื่อรักษาระยะห่างตามมาตรการ Social Distancing ตามที่รัฐบาลแนะนำ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า ผู้ประกอบการมีมาตรการป้องกันโควิด-19 เพื่อเสริมความมั่นใจของลูกค้าให้มาใช้บริการ

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่องอื่น เช่น อยากให้อำเภอปากช่องคงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ไม่ควรมีสิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่หรือตึกสูง รวมถึงอยากให้มีตลาดขายของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และอยากให้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักแรมในอุทยาน ให้กระจายจุดบริการไม่กระจุกอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเท่านั้น ส่วนในมุมมองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการเสนอว่า ควรใช้โอกาสนี้ในการปรับปรุงซ่อมแซมใหญ่ เช่น โครงสร้างอาคารระบบน้ำ เป็นต้น ซึ่งไม่สามารถทำได้ในสถานการณ์ปกติ เพราะจะเป็นการรบกวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้ควรหารายได้อื่น ๆ เพิ่มเติม และพยายามลดค่าใช้จ่าย เพื่อให้กิจการยังอยู่รอดต่อไป และขอเสนอสุดท้ายที่ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ต่างมีข้อเสนอสำหรับภาครัฐ คือ ควรบริหารจัดการวัคซีนป้องกันโควิด-19 กระจายให้ประชาชนและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยไว เพื่อให้สถานการณ์การท่องเที่ยวเข้าสู่ภาวะปกติโดยไว

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ทศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 พบว่า

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งทิวทัศน์ ธรรมชาติ ก็จะมีถึงจุดหมายจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปริณา ลาปะ (2558) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไปเขาใหญ่จะเลือกชมธรรมชาติทิวทัศน์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Krungthai Compass (2563) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกไปเที่ยวในที่ Unseen มากขึ้น และชื่นชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรม (Activities) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในอำเภอปากช่อง โดยมีจุดประสงค์เพื่อมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามข้อข้างต้นนั้น นักท่องเที่ยวจึงทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น กิจกรรมเดินป่า ชมสัตว์ป่า ชมน้ำตก เป็นต้น และสอดคล้องกับปริณา ลาปะ (2558) และกาญจนาวดี พวงชื่น (2563) ที่พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมประกอบกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่ไม่ใช่พละกำลังมาก และยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม มาเที่ยวอำเภอปากช่อง จะชอบไปใช้คันทน์ตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ ซึ่งมีการจัดสวยงาม เหมาะสมแก่การถ่ายรูป และนำลงโซเชียล

ด้านการเข้าถึง (Access) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปากช่อง มักจะขับรถส่วนตัวมาเอง เพราะขับรถไปได้ในระยะเพียง 2-3 ชั่วโมง เนื่องจากถนนหนทางดีตลอดเส้นทางจากกรุงเทพถึงปากช่อง ทำให้สะดวกกับการเดินทาง และในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 นักท่องเที่ยวจึงคำนึงถึงความปลอดภัย จึงพยายามหลีกเลี่ยงการเดินทางไกลที่ต้องใช้การขนส่งสาธารณะ สอดคล้องกับ ปริณา ลาปะ (2558) และกาญจนาวดี พวงชื่น (2563) และ Krungthai Compass (2563) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกเที่ยวสถานที่ใกล้บ้าน ขับรถไปได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกมาเที่ยวอำเภอปากช่องนั้น เนื่องจากในพื้นที่นี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต สถานบริการต่าง ๆ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ไม่ยากนักที่จะมาเที่ยวปากช่อง ซึ่งปัจจัยด้านความสะดวกเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ยังมีความเสี่ยงอาจจะเกิดการระบาด หากเกิดเหตุฉุกเฉิน นักท่องเที่ยวจะได้มั่นใจได้ว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม สอดคล้องกับทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ของ Tourism Western Australia (2008) และนิตยา ชัชกุล (2557) ที่ระบุว่า เมืองที่เป็นเป้าหมายการท่องเที่ยวจะเกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย ทำให้จุดหมายท่องเที่ยวนั้นมีความเจริญ

ด้านที่พัก (Accommodation) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอย่างมากกับการเลือกใช้บริการที่พัก โดยเฉพาะที่พักที่มีความเป็นส่วนตัวสูง เพราะในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ลูกค้าบางกลุ่มจะมีความต้องการบ้านพักเป็นหลัง หรือรักษาระยะห่างจากคนอื่น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของพยอม ธรรมบุตร (2549) และทฤษฎี 5A ของ Tourism Western Australia (2008) ที่ระบุว่า ที่พักเป็นองค์ประกอบการสำคัญในการท่องเที่ยว ซึ่งที่พักที่ดีควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย (Assurance) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยของตนเองเป็นหลัก โดยจะมีมาตรการป้องกันตัวเองจากโรคระบาด ทั้งการสวมหน้ากากอนามัยและใช้แอลกอฮอล์ล้างมือเป็นประจำ เพราะการป้องกันการระบาดต้องเริ่มจากการดูแลตัวเอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Krungthai Compass (2563) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ประกอบกับผู้ประกอบการในแต่ละแห่งมีมาตรการดูแลความปลอดภัยและอนามัยในการป้องกันการระบาดของโควิด-19 เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าใช้บริการ การเว้นพื้นที่ห่างตามมาตรการ Social distancing รวมไปถึงมีการทำความสะอาดสม่ำเสมอ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ดังนี้

อำเภอปากช่อง ยังเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก และด้วยตำแหน่งที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ ทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก ร้านค้า สถานบริการ จำนวนมาก ที่ให้บริการรองรับนักท่องเที่ยว ที่ผู้ประกอบการสามารถนำจุดเด่นดังกล่าวมาเป็นจุดขายที่สำคัญในการชักชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาได้ เช่น “เที่ยวปากช่อง ขับรถแป๊บเดียว มาได้ทุกวัน” โดยสื่อถึงการมาเที่ยวในปากช่องที่สามารถขับรถส่วนตัวมาเอง ใช้ระยะเวลาเดินทางก็ไม่นานเพียง 2-3 ชั่วโมง ยิ่งหากมาวันธรรมดาจะได้บรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวที่สบาย ๆ ไม่มีคนมากนัก และลดความแออัดของคนในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแสวงหาความร่วมมือกันเป็นกลุ่ม เช่น การจับมือของกันระหว่างโรงแรมที่พักกับผู้ประกอบการขนส่งและผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยจัดบริการหลายอย่างให้กับลูกค้าเป็นแพ็คเกจ เช่น การให้บริการรับลูกค้าจากสนามบินมาส่งที่โรงแรม พร้อมกับการเสิร์ฟอาหารอร่อยจากร้านดังในพื้นที่หรือการเสิร์ฟอาหารท้องถิ่นที่ทำโดยชุมชน หรือการมอบของที่ระลึก ซึ่งเป็นผลผลิตจากวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบการจึงควรเน้นให้นักท่องเที่ยวมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น และพยายามหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนจำนวนมากแออัด ในการนี้ผู้ประกอบการอาจจำเป็นต้องใช้มาตรการบางอย่างเพื่อจำกัดจำนวนคนที่มาใช้บริการไม่ให้มีจำนวนมากจนเกินไป และเป็นการรักษาระยะห่าง Social Distancing ด้วย ซึ่งมาตรการหนึ่งที่จำเป็นคือต้องจัดระบบให้มีการจองคิวหรือเวลาที่ให้เข้ามาใช้บริการ โดยผู้ประกอบการอาจหามาตรการเพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า เช่น การนำกิจการเข้าสู่มาตรฐาน SHA เพราะหากกิจการผ่านมาตรฐานความปลอดภัยนี้ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวมั่นใจที่จะเข้ามาใช้บริการ

นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะขับรถส่วนตัวมาเอง ผู้ประกอบการควรจัดหาสถานที่จอดรถเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวมทั้งผู้ประกอบการอาจต้องร่วมมือกันเพื่อจัดการปัญหาการจราจรติดขัด โดยเฉพาะในวันเสาร์อาทิตย์ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรถยนต์มาจำนวนมาก และในพื้นที่อำเภอปากช่องยังไม่มีระบบการขนส่งสาธารณะที่จะอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวมากนัก ดังนั้นอาจจะต้องมีวางแผนเพื่อปรับเปลี่ยนรถโดยสาร เช่น เส้นทางเดินรถ หรือความถี่ อย่างไรก็ตามอาจจะเป็นแผนระยะยาว เมื่อสถานการณ์การท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

และในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 นี้ ที่ลูกค้าหายไปจำนวนมาก หากเป็นไปได้ผู้ประกอบการควรใช้โอกาสนี้ในการปรับปรุงกิจการให้พร้อมเมื่อสถานการณ์การท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติโดยผู้ประกอบการควรพิจารณาปรับปรุงหรือรีโนเวทขนาดใหญ่ เพราะหากในสถานการณ์ปกติคงไม่สามารถปรับปรุงใหญ่ได้ เพราะจะรบกวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้รัฐบาลมีนโยบายโครงการช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงการเข้าร่วมมาตรการกระตุ้นท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการควรใช้โอกาสนี้เพื่อเข้าร่วมโครงการของรัฐ เพื่อพยุงกิจการจนกว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

มาตรการและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ประกอบด้วย

1. ผู้ประกอบการในบางพื้นที่อาจพิจารณาหยุดการดำเนินกิจการ รอจนกว่าเมื่อสถานการณ์การท่องเที่ยวกลับมาเป็นปกติ จึงค่อยกลับมาดำเนินกิจการอีกครั้ง โดยเฉพาะผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยว ซึ่งพึงพึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก หรือกิจการนำเที่ยวที่เป็นธุรกิจนำเที่ยวนอกประเทศ อาจพิจารณาพักธุรกิจไปก่อน เพราะยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเข้ามาเที่ยวไทยได้เมื่อใด ซึ่งการหยุดกิจการชั่วคราวอาจเป็นทางเลือกที่ดีกว่าในช่วงสถานการณ์วิกฤตินี้

2. แสวงหารายได้อื่น ๆ เพิ่มเติม ถึงแม้ว่า ในสถานการณ์ท่องเที่ยวจะทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวต้องหยุดกิจการชั่วคราว แต่ผู้ประกอบการอาจจะเอาทรัพยากรที่มีมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้อื่น ๆ เช่น การนำที่ดินว่างไปใช้ในการทำเกษตรกรรม เป็นต้น และด้วยเทรนด์การค้าออนไลน์ ซึ่งจะทำให้กลุ่มเป้าหมายจะไม่ใช่ว่าเฉพาะกลุ่มเฉพาะพื้นที่อีกต่อไป ดังนั้นการค้าขายจะสะดวกและขยายตลาดไปได้อีกมาก และสามารถส่งขายสินค้าที่มีไปได้ทั่วประเทศ

3. พยายามลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสำรวจกิจการ ว่ามีค่าใช้จ่ายใดที่ไม่จำเป็นหรือไม่ เพื่อจะได้หาแนวทางที่จะลดค่าใช้จ่ายนั้น ซึ่งอาจจะใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วย แต่สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งเป็นธุรกิจบริการโดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายด้านพนักงาน ดังนั้นจึงต้องประเมินว่าพนักงานที่มีอยู่นั้นมีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ ถ้าหากพนักงานขาดทักษะใดไป จะสามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นเพิ่มเติมได้หรือไม่

4. ข้อเสนอแนะไปถึงหน่วยงานภาครัฐ คือ อยากให้สถานการณ์การท่องเที่ยวกลับมาปกติโดยเร็วที่สุด ซึ่งแนวทางคือ ขอให้ภาครัฐกระจายวัคซีนให้ทั่วถึง เพื่อให้ประชาชนมีภูมิคุ้มกันต่อการระบาดของ โควิด-19 ทำให้สามารถเปิดประเทศได้ และการท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ประกอบด้วย

1. เตรียมศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่จะกลับมา เมื่อสถานการณ์การระบาดควบคุมได้และเข้าสู่ภาวะปกติ ถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่

2. ศึกษาพฤติกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวของชาวไทย เช่น พฤติกรรมการสั่งอาหาร หรือการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งล้วนได้รับผลกระทบจากการระบาดของ โควิด-19

3. ศึกษาผลกระทบจากการการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในพื้นที่อื่น ๆ เช่น ในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ ทั้งภูเก็ต หรือเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งในสถานการณ์การระบาด ก็ทำให้นักท่องเที่ยวเป้าหมายหายไปทั้งหมด และส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในพื้นที่นั้นอย่างมาก

สำหรับข้อจำกัดของการวิจัย เนื่องจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาท่องเที่ยวอำเภอบางช่องในปีพ.ศ. 2563 ซึ่งอยู่ระหว่างสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ระลอกแรก ซึ่งเหตุการณ์ยังไม่รุนแรงเท่ากับการระบาดระลอกที่สองและสามในช่วงปลายปีพ.ศ. 2563 ต่อเนื่องถึงกลางปีพ.ศ. 2564 ซึ่งอาจมีผลทำให้ทัศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกัน นอกจากนี้ในการเก็บข้อมูลจากการกลุ่มตัวอย่าง

บางท่าน จำเป็นต้องใช้การประชุมผ่านระบบออนไลน์ ไม่สามารถเจอหน้ากลุ่มตัวอย่างได้โดยตรง ดังนั้นอาจจะเป็นอุปสรรคประการหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างอาจไม่ได้ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2563*. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2563 จาก <https://www.mots.go.th/index.php>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). ‘ททท.’ เข้มมาตรการรับมือโควิด สร้างความเชื่อมั่นท่องเที่ยวไทย. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/912701>
- กาญจนาดี พวงชื่น. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยว (ประเทศไทย)*, 15(2), 29-42.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2563). การวิจัยแบบผสม: การนำยุทธศาสตร์การวิจัยแบบผสม ทั้งหกรูปแบบสู่การปฏิบัติ. *วารสารการบริหารปกครอง*, 9(1), 27-53.
- ณัฐพัชร์ กมลพลพัตร. (2563). *New Normal ในอุตสาหกรรมโรงแรมหลัง COVID-19*. ค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2563 จาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/new-normal-hotel-after-covid-19>
- นฤมล อนสุนนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)) ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา*, 8(1), 1-26.
- นิตา ชัชกุล. (2547). *การจัดการท่องเที่ยวผจญภัย*. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏภูเก็ต.
- ประไพพิมพ์ สุธีสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). Sampling Strategies for Qualitative Research. *วารสารปาริชาติ*, 29(2), 31-48.
- ปริณา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 4(1), 30-45.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พันชนะ วัฒนเสถียร. (2564). “เขาใหญ่” ยุคการ์ดไม่ตก. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.btripnews.net/?p=63663>
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2563). ‘ท่องเที่ยวจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป’ คุยเรื่องท่องเที่ยวไทยในโลกหลังโควิดกับ ผู้ว่า ททท. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563 จาก, <https://workpointtoday.com/tat-interview-tourism-future/>
- Booking.com. (2563). *แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทย หลังโควิด-19*. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/909641>



- Krungthai Compass. (2563). *เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน New Normal : เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน*. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2563, จาก https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_450
- Mastercard. (2020). *Global Destination Cities Index 2019*. Retrieved 1 October 2020, from <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/09/GDCI-Global-Report-FINAL-1.pdf>.
- Steven, P. (2008). *Destination Marketing: an integrated marketing communication napproach*. Burlington, MA.: Butterworth-Heinmann.
- Tourism Western Australia. (2008). *5A's of Tourism*. Retrieved 1 October 2020, from https://www.academia.edu/9370582/5_As_of_Tourism_Development_Nov08

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
Behavior of Frozen Food Consumption via Online System of People
in Bangkok

Yulai Wu¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล², อัครมณี สมใจ³, วรรณนัฐา ขนิษฐบุตร⁴ และ สุธา สุวรรณภิรมย์⁵
Yulai Wu¹, Chandej Charoenwiriyakul², Akramanee Somjai³, Wannattha Khanitthabud⁴
and Suda Suwannapirom⁵

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4,5}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3,4,5}

E-mail: s63563827046@ssru.ac.th¹

Received: April 12, 2022

Revised: April 27, 2022

Accepted: April 28, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งรูปภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19 และ 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ ได้แก่ การลดเวลาซื้อหามาบริโภค ความสะดวก และความปลอดภัย การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก ประชาชนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 ราย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากตารางเครจีและมอร์แกน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งรูปภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19 ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ ด้านการลดเวลาซื้อหามาบริโภค และด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความสะดวก อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค, อาหารแช่แข็ง, ระบบออนไลน์

Abstract

The objectives of this study were to study: 1) the functional level of frozen food entrepreneurs under the COVID-19 situation; and 2) the online frozen food consumption behaviors, including reduction of purchase time, convenience, and safety. This research employed a quantitative research method, and questionnaires collected data from 384 people living in Bangkok. Sample size on determined and randomized with Krejci & Morgan table. The statistics used for data analysis were mean and standard deviation.

The research findings were as follows: 1) the functional level of frozen food entrepreneurs

under the COVID-19 situation was at a highest level, and 2) the online frozen food consumption behaviors, including reduction of purchase time, convenience, and safety were at a high level.

Keywords: Consumption Behavior, Frozen Food, Online System

บทนำ

อาหารแช่แข็งไทยปลอดภัยยุคโควิด-19 ภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารของไทยช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563 โดยสถาบันอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ชี้ให้เห็นว่า อาหารแช่แข็งและอาหารพร้อมรับประทานของไทย เป็นที่นิยมของตลาดโลก โดยมียอดส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.8 เมื่อเทียบกับปี 2562 และยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอีก ความสำเร็จนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการของไทยสามารถรักษามาตรฐานการผลิตในทุกขั้นตอนจนถึงมือผู้บริโภค แม้ว่าจะอยู่ในช่วงของการระบาด ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ เพียงไม่กี่รายของโลก ที่สามารถป้องกันสายการผลิตจากโรคระบาด และไม่มีการปนเปื้อนของเชื้อไวรัสโคโรนาในอาหาร จึงเป็นโอกาสสำคัญของสินค้า เช่น อาหารแช่แข็ง ที่กลายเป็นดาวเด่นให้กับอุตสาหกรรมอาหารไทยในช่วงนี้ (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2563) อาหารแช่แข็งเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ปลอดภัยสำหรับยุควิกฤติโควิด19 เพราะผู้บริโภคสามารถซื้อเก็บไว้ได้นาน ลดความเสี่ยงจากการไปซื้อของตามตลาด หรือห้างร้านที่แออัดได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจกระบวนการแช่แข็ง และเลือกใช้ให้เหมาะสมกับประเภทของอาหารแล้วยังต้องเลือก วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพราะคุณภาพของอาหารแช่แข็งหลังละลายจะดีเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณภาพอาหารก่อนนำมาแช่แข็งโดยตรง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557)

แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมาก และมีช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายขึ้น อันก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงสูงขึ้นตาม แต่ธุรกิจค้าปลีกยังเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด แม้ว่าในปัจจุบันจะมีตลาด e-commerce และตลาดออนไลน์ ซึ่งกำลังเติบโตและเป็นที่นิยมอย่างมาก เนื่องจากระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนามากขึ้น ระบบการชำระเงินออนไลน์ที่มีอยู่ในไทยตอนนี้มีหลากหลายรูปแบบ เช่น ผ่านบัตรเครดิต ตอนนี้ก็มีหลายธนาคารรองรับ, ชำระผ่านระบบ e-Banking ที่เกือบทุกธนาคารมี, ตัวกลางกลางชำระเงินอย่าง Paysbuy, PayPal และ TARADpay หรือ ชำระเงินผ่านมือถืออย่าง mPay, True Money เป็นต้น จะได้ว่าตอนนี้เอง เมืองไทยมีความพร้อมการชำระเงินออนไลน์อย่างมาก จะทำให้การค้าขายผ่านออนไลน์เป็นเรื่องที่ง่ายมากขึ้น สำหรับธุรกิจที่อยากเข้ามาเปิดตลาดใหม่ มูลค่าตลาดออนไลน์ขยายตัว โดยปัจจุบันแนวโน้มคนรุ่นใหม่ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษาที่เพิ่งเรียนจบ หรือวัยทำงานช่วงอายุ 25-35 ปี ต่างใฝ่ฝันที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจหรือเป็นนายตนเอง โดยเชื่อมั่นอย่างเต็มเปี่ยมว่าการเป็นเจ้าของกิจการส่วนตัวจะเป็นช่องทางอันนำไปสู่อิสรภาพทางการเงินอย่างรวดเร็ว รวมทั้งความเป็นอิสระในการควบคุมวิถีชีวิตตนเอง ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาคำว่า Startup เป็นคำที่ถูกหยิบยกมาพูดถึงในแวดวงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจ Startup ถ้าแปลอย่างตรงตัว คือ การเริ่มต้นธุรกิจใหม่โดยคนเพียงไม่กี่คน โดยธุรกิจ Startup แตกต่างจาก SME ตรงที่ธุรกิจ Startup จะถูกออกแบบมาให้เติบโตอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด มีการวางแผนในการขยายตัวธุรกิจหรือแม้กระทั่งกลยุทธ์การถอนตัวจากธุรกิจ (Exit

Strategy) ในกรณีที่น่าพอใจในผลตอบแทนที่ได้จากธุรกิจ นอกจากนี้ การหาเงินลงทุนในตัวธุรกิจมักจะเป็นลักษณะ การมองหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ เช่น ไม่ว่าจะเป็นการขอเงินลงทุนจากธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital: VC) และจากนักลงทุนรายอิสระ หรือกุมนักลงทุนอิสระ (Angel Investor) สำหรับกระแสของธุรกิจ Startup ปี 2559 ในประเทศไทยยังคงแรงต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา (Nattanan, 2562)

อาหารแช่แข็ง จึงเป็นทางเลือกของประชาชนเข้าถึงผู้บริโภคเต็มเต็มให้การดำเนินชีวิต ในภาวะ สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 และสถานการณ์การแข่งขันอาหารภายในประเทศที่มีสูง สอดคล้องกับการทำงาน การบริโภค การลดเวลาซื้อหา การประหยัดค่าใช้จ่าย ความทันใจ ความสะดวกในเตรียม และปรุงรสชาติให้ถูกปากคน ไทย อีกทั้งสามารถเข้าถึง จัดหาบริโภค ด้วยระบบออนไลน์สะดวกสบายรับของจ่ายเงินง่ายสะดวกคล่องตัว ด้วย ระบบออนไลน์ทันสมัยปลอดภัย เก็บรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า อีกทั้งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในระบบ อาหารแช่แข็ง ระบบการเลือกซื้อเลือกบริโภค และระบบการจ่ายค่าสินค้า ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจใน ศึกษาวิจัย เพื่อนำไปวางแผนทางการวางระบบระบบออนไลน์การขายอาหารแช่แข็งใน ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งรูปภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์

การทบทวนวรรณกรรม

อาหารแช่แข็ง

ผลิตภัณฑ์อาหารแช่เยือกแข็ง หรือ ที่นิยมเรียกกันอย่างสั้นว่า อาหารแช่แข็ง คือ ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่าน กระบวนการการแปรรูปด้วยการให้ความเย็นระดับเยือกแข็งเพื่อถนอมอาหารให้เก็บได้ยาวนาน โดยหลักการ ทางการถนอมอาหาร อุณหภูมิที่ต่ำจะสามารถ ลด ยับยั้งและหยุดการเสื่อมเสียในอาหารอันเนื่องมาจากการ เจริญเติบโตของจุลินทรีย์ ปฏิกิริยาเคมี รวมทั้งการคงรักษาเนื้อสัมผัสได้ด้วยการลดจนเกือบจะหยุดการเคลื่อนไหว ทางฟิสิกส์ของอนุภาคหรือที่เรียกว่าการเข้าสู่สภาวะสภาพแก้ว(glass transition) ในอาหารได้ ปัจจุบัน กฎการ เก็บรักษาอาหารแช่แข็งส่วนใหญ่ จะให้เก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำกว่า-18°C (=0°F) ได้ในระยะเวลา 6 เดือน ถึง 2 ปี ด้วยความเย็นระดับนี้จะไม่จุลินทรีย์ชนิดใดสามารถเจริญเติบโตได้ โดยเฉพาะจุลินทรีย์ชนิด Psychrophilic Organism ที่สามารถเจริญเติบโตได้ในอุณหภูมิต่ำถึง -5 องศาเซลเซียส ทำให้การแช่เย็นทั่วไปป้องกันไม่ได้ เพราะ อุณหภูมิจะอยู่ที่เพียง 0-5 องศาเซลเซียส

คุณภาพและความปลอดภัยอาหารแช่แข็ง

อาหารแช่แข็งเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะสะดวกและรวดเร็ว บางคนเลือกอาหารแช่แข็ง สำเร็จรูปที่หาซื้อได้ตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป บางคนทำอาหารเองแล้วแช่แข็งไว้สำหรับมื้อต่อ ๆ ไป แต่หลายคนที่มี ความกังวลหรือไม่แน่ใจว่าการรับประทานอาหารแช่แข็งนั้นปลอดภัยเพียงใด เสี่ยงต่อสุขภาพหรือไม่ และควรเลือก ซื้ออาหารแช่แข็งหรือแช่อาหารอย่างไรให้ปลอดภัยและมีคุณภาพสูงสุด (POBPA, 2564) โดยมีหลักการ ตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยอาหารแช่แข็ง ประกอบด้วย 1. ตรวจสอบฉลากโภชนาการ คือการอ่าน

ฉลากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แน่ใจว่าอาหารนั้น ๆ มีสารอาหารที่ดีต่อสุขภาพ 2. ตรวจสอบแพคเกจหรือวัสดุบรรจุอาหารแช่แข็ง สำรวจความเสียหาย ฉีกขาด รอยบุบ แตก หรือไม่ป้องกันสารปนเปื้อน และ 3. ตรวจสอบวันที่ผลิตและวันที่หมดอายุของอาหารแช่แข็ง

พฤติกรรมผู้บริโภค Shopping Online

จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบันที่หันมาช้อปปิ้งออนไลน์ หรือการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงมากขึ้น รวมทั้งการมีระบบโลจิสติกส์ในการรับส่งสินค้าที่สะดวกขึ้น จึงไม่จำเป็นต้องเดินทางไปหน้าร้านเช่นเดิม ทำให้ธุรกิจค้าปลีกเกิดการแข่งขันที่รุนแรงสูงขึ้น การพัฒนาโอกาสของแต่ละแบรนด์จึงเกิดขึ้นหลากหลายช่องทางเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค การวิวัฒนาการด้วยการผสมผสานการค้าปลีกเข้ากับกิจกรรมด้านความบันเทิงและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งซึ่งกำลังเป็นที่นิยมดังที่เราเห็นกำลังเกิดขึ้นกับธุรกิจค้าปลีกจำนวนมากในประเทศไทย ที่สรรหาสารพัดแนวคิด และกิจกรรมเข้ามาเสริมจุดขายให้กับตนเอง การค้าบนโลกออนไลน์ของไทยขณะนี้เติบโตอย่างมาก ซึ่งถือเป็นปีที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดเป็นปี เป็นปีที่ระบบพื้นฐานสนับสนุนการค้าออนไลน์พัฒนาเพิ่มขึ้น ได้แก่ การขนส่งสินค้าที่หลากหลาย ระบบชำระเงินที่หลากหลาย พฤติกรรมคนไทยที่เริ่มจับจ่ายซื้อของออนไลน์เพิ่ม ผู้ให้บริการอีคอมเมิร์ซที่เริ่มมีมากขึ้นจากปีที่ผ่านมา เมื่อมองว่ายังอยู่ในช่วงเริ่มต้นเท่านั้น แต่หากลองมาดูว่าอะไร คือ แนวโน้ม หรือเทรนด์อีคอมเมิร์ซไทย จากประสบการณ์ และมุมมองผมเอง จะสร้างความได้เปรียบให้มาก หากนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้ก่อนคนอื่น จากการสำรวจผู้บริโภคคนไทยเมื่อปี 2559 พบว่า

(1) พฤติกรรมคนไทยจะซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น (Online Shopping Behavior Shift) มีคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 25 ล้านคนและตอนนี้ มีสินค้าผู้ประกอบการไทยที่ขายในโลกออนไลน์มากกว่า 10 ล้านรายการ มีแนวโน้มเติบโตขึ้นต่อเนื่อง ทำให้การค้นหาซื้อสินค้าทางออนไลน์เป็นเรื่องง่ายและสะดวกสำหรับทุกคนในประเทศ อีกทั้งการรวมกันของกลุ่มประเทศอาเซียน (AEC) จะยิ่งทำให้โอกาสค้าขายทางออนไลน์เปิดกว้างมากขึ้น และขยายโอกาสเข้าสู่คนมากกว่า 600 ล้านคน ช่องทางออนไลน์ คือ ช่องทางเดียว ประหยัดค่าใช้จ่ายแต่มีศักยภาพเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจทางตรงทันที

(2) จากแคตตาล็อกออนไลน์สู่ร้านค้าออนไลน์เต็มรูปแบบ (E-Catalog move to E-Tailor) ปัจจุบันเว็บไซต์จำนวนมากของหลายธุรกิจไทย ยังเป็นเว็บไซต์ให้ข้อมูลบริษัท (Corporate Web Site) หรือเป็นแค่ แคตตาล็อกสินค้า (Catalogue Web Site) ที่สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ทันทีไม่ได้ ต้องโทรหรือติดต่อไปผ่านทางช่องทางอื่นแทน ซึ่งจะทำให้สูญเสียโอกาสการขายสินค้าไป ในโลกออนไลน์หากปล่อยให้ลูกค้าต้องโทรติดต่อ หรือติดตามนั้นหมายถึงโอกาสที่จะสูญเสียลูกค้าเหล่านั้น สูงมากกว่า ร้อยละ 50.0 แต่หากธุรกิจมีระบบการค้าออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าคลิกสั่งซื้อสินค้าของธุรกิจได้ทันที นั่นหมายถึงธุรกิจจะสามารถปิดการขายลูกค้าได้ทันทีที่เป็นช่องทาง ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วประเทศและทั่วโลก ไม่ต้องมีคนมานั่งเฝ้าตลอดเวลา ดังนั้น ตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมาหลายธุรกิจไทย เริ่มเห็นถึงศักยภาพการค้าออนไลน์มากขึ้น เพราะมีหลายคนเริ่มประสบความสำเร็จและเพิ่มยอดขายได้มากมาย ผ่านช่องทางนี้ ทำให้หลายธุรกิจจะเริ่มเปลี่ยนจากเว็บไซต์รูปแบบเดิม ๆ เข้าสู่เว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ (E-Tailor) เต็มรูปแบบมากขึ้น

(3) สินค้าอุปโภคบริโภคจะเริ่มเข้าสู่โลกการค้าออนไลน์มากขึ้น (FMCG Goods Go Online) จากเดิมที่สินค้าอุปโภคบริโภค จะเน้นการตลาดในการสื่อสารสร้างแบรนด์ และโปรโมชันแล้วดึงคนไปซื้อตามจุดขายต่าง ๆ เป็นหลัก เริ่มต้นการใช้ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น และใช้การตลาดออนไลน์เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดยอดขาย ผ่านไปยังกลุ่มเป้าหมายลูกค้าทั่วประเทศ แนวโน้มนี้จะเห็นได้จากสินค้าหลายๆ ตัวที่เริ่มขายในโลกออนไลน์แล้ว เช่น แก้วแก้วน้อย, สินค้าของค่ายแบรนด์ เป็นต้น

(4) คนไทยจะซื้อผ่านมือถือและแท็บเล็ตเพิ่มมากขึ้น (Growth of Mobile Commerce) 3G ของไทย ออกมาลโฉมกันจริง ๆ สักที ราคาจะถูกลงด้วย และมือถือและอุปกรณ์พกพาจะถูกลง ฉลาดและเก่งมากขึ้น มือถือในมือคนไทยจะต่ออินเทอร์เน็ต ได้เพิ่มมากขึ้น คนไทยจะเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือกันมากขึ้น แนนอนเมื่อใช้มากขึ้น การซื้อสินค้าผ่านช่องทางนี้ ก็จะเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ทำให้เราก้าวเข้าสู่ ยุคที่ 4 ของอีคอมเมิร์ซอย่างเต็มตัวอย่างตอนนี้ จำนวนคนใช้มือถือและอุปกรณ์พกพาเข้ามาที่ TARAD.com มากถึงร้อยละ 30.0 ของจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ทั้งหมด และมียอดขายที่เกิดขึ้น ผ่านช่องทางนี้ ร้อยละ 11.0 และเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ เดือน เป็นช่องทางที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง

(5) การชำระเงินผ่านบัตรเดบิต คือบัตรเอทีเอ็ม จะเติบโตมากขึ้น (Raise of Debit Card Payment) หลาย ๆ ปีที่ ธนาคารเริ่มหันมาเปิดให้บัตรเดบิต (Debit Card) หรือบัตรเอทีเอ็ม สามารถใช้ซื้อสินค้าทางออนไลน์ได้เหมือนบัตรเครดิต ทำให้กลุ่มคนที่ถือบัตรเดบิตที่มีมากกว่า 35 ล้านใบทั่วประเทศ ที่จะเป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น เด็กวัยรุ่น และคนทั่วไป ซึ่งจะมีจำนวนมากกว่าคนที่ถือบัตรเครดิตที่มีเพียง 14 ล้านใบเท่านั้น กลุ่มคนจำนวนมากเหล่านี้จะสามารถจับจ่ายซื้อสินค้าทางออนไลน์ได้มากขึ้น ดังนั้น ปี 2559 จึงเป็นปีที่คนไทยเกือบครึ่งประเทศสามารถซื้อสินค้าออนไลน์ และจ่ายผ่านทางออนไลน์โดยบัตรเดบิตได้ทันที

(6) บริการขนส่งและชำระเงินที่ สมบูรณ์แบบมากขึ้น (Better shipping and payment service quality) เริ่มเห็นการขนส่งสินค้าช่องทางใหม่ ๆ นอกเหนือจากบริการของไปรษณีย์ไทย ตอนนี้บริษัทที่ให้บริการขนส่งต่าง ๆ ทั้งไทยและต่างประเทศเริ่มหันมามองและลงทุนกับการขนส่งสินค้าให้แก่ธุรกิจประเภทอีคอมเมิร์ซมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งบางแห่งจะเริ่ม มีบริการฝากสินค้าในคลัง (Warehouse) เพื่อให้บริการแบบ ครบวงจร ทั้งเก็บและจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าทันที หรือเรียกว่า "ระบบจัดการคลังและการส่งสินค้า (Service Fulfilment)" และบางแห่งจะเริ่มให้บริการ "เก็บเงินปลายทาง (Cash on Delivery - COD) ซึ่งการจ่ายเงินรูปแบบนี้ ค่อนข้างจะถูกใจผู้ซื้อคนไทยเป็นจำนวนมาก

(7) โซเชียลมีเดียสื่อและช่องใหม่สร้างยอดขาย (Social Media Communication Strategy) เดียวนี้คนไทยหลายคนเริ่มหันมาใช้โซเชียลมีเดียกันมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่แทบจะไม่ต้องจ่ายเงินหรือมีค่าใช้จ่าย ทำให้การใช้ช่องทางนี้ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าจึงเป็นช่องทางที่ได้ผลในด้านการเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจการค้าออนไลน์มากขึ้น

(8) การแข่งขันด้านโปรโมชันและการตลาดทางออนไลน์ (Online Promotion and Online Marketing) หลาย ๆ ปีที่ผ่านมา เว็บไซต์หลาย ๆ เริ่มจัดโปรโมชันผ่านทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อเรียกและกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าทางออนไลน์กันมากขึ้น รวมถึงการตลาดทางออนไลน์ที่จะเริ่มมีหลายธุรกิจเริ่มหันเข้ามาใช้มากขึ้น ช่องทางที่ได้ผลในการทำการตลาดออนไลน์สำหรับการเพิ่มยอดขายที่ได้ผล ได้แก่ การตลาดผ่านทางอีเมล

การตลาดผ่าน Search Engine (เสิร์ชเอนจิน: search engine. Online) การตลาดผ่าน Social Media เป็นต้น ซึ่งหลายธุรกิจจะเริ่มปั่นเงินงบการตลาดมาลงช่องทางออนไลน์มากขึ้น เพราะเป็นช่องทางที่เลือกกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และวัดผลได้แม่นยำ ทำให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนการตลาดทางด้านนี้ หลังจากหลาย ๆ ธุรกิจที่ได้ลองจะติดใจ และจะเพิ่มเงินงบประมาณเพิ่มขึ้นอย่าง ต่อเนื่องปีต่อไป

(9) คนทำงานและธุรกิจด้าน E-Commerce: Electronic Commerce) จะเติบโตอย่างมาก (Resource and Business relate with E-Commerce will growth) เมื่อแนวโน้มการค้าออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างมากในประเทศไทย สิ่งที่มาคือธุรกิจต่าง ๆ ก็ต้องการจะเริ่มต้นนำธุรกิจของตัวเองเข้าสู่การค้าออนไลน์ ซึ่งทำมีหลายวิธีเช่น หากเป็นองค์กรใหญ่ก็อาจจะจัดตั้งคนทำงานหรือทีมงานที่ดูแลด้านนี้โดยเฉพาะ หรือหากเป็นธุรกิจขนาดเล็กก็จะเริ่มหาผู้ให้บริการที่จะช่วยทำให้ธุรกิจของตัวเองเข้าสู่โลกออนไลน์ได้ด้วยด้วยความคุ้มค่ามากที่สุด เมื่อปี พ.ศ. 2556 จะเป็นปีที่คนที่เรียนจบมา หรือทำงานด้านการค้าออนไลน์ จะเป็นที่ต้องการตัวของธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจที่ให้บริการเกี่ยวกับการค้าออนไลน์ หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จะเติบโตอย่างมาก เพื่อตอบรับกับความต้องการของธุรกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และนอกจากนี้ การเข้ามาของธุรกิจการค้าออนไลน์ต่างประเทศที่จะเริ่มบุกและรุกเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น จะเห็นได้ว่า ปี 2559 รูปแบบการค้าทางออนไลน์ของไทยจะเปลี่ยนรูปแบบและพัฒนาจากรูปแบบเดิมไปอย่างมาก ดังนั้น การปรับตัวและการเข้าสู่โลกการค้าออนไลน์ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น และหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากต้องการเพิ่มศักยภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ปี 2564 จำนวน 5,527,994 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ คือ ผู้ประชาชนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ปี 2564 ผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากตารางเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่าง 384 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อวัดระดับการทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งรูปภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19 และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ ได้แก่ การลดเวลาซื้อหาอาหารบริโภค ความสะดวก และความปลอดภัย โดยพัฒนาและสร้างแบบสอบถามขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความสอดคล้องของข้อความคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ รวมถึงภาษาที่ใช้ หาค่า IOC (Index of objective Congruence) และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป แบบสอบถามผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) มีค่าระหว่าง 0.750 ถึง 0.900 และทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.828 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้จึงถือว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอในการ นำไปวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ส่งไปยังศาลาว่าการกรุงเทพฯ 1 และส่งไปยังสำนักงานเขต จำนวน 52 เขต ในสังกัดกรุงเทพฯ เพื่อขอความร่วมมือให้ผู้วิจัยเก็บ

รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนครัวเรือนละ 1 คน ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคอาหารแช่แข็งในกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาตั้งแต่ 1 มีนาคม 2564 – 31 สิงหาคม 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับการทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งรูปภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19 และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้ เพศหญิง ร้อยละ 57.71 เพศชาย ร้อยละ 42.29 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 30 รองลงมา อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 24 อายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 22 และอายุ 41-50 ร้อยละ 15.42 ประกอบอาชีพ บริษัท/ธุรกิจ/การพาณิชย์ ร้อยละ 53.71 รองลงมา ไม่ได้ประกอบอาชีพใด ๆ ร้อยละ 26.85 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.57 สถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 49.71 รองลงมา สถานภาพโสด 44.01

1. ระดับการทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19

ตารางที่ 1 ระดับการทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19

การทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็ง ภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การรับอาหารส่งไม่รับกับมือต่อกัน	4.66	0.176	มากที่สุด
พนักงานส่งต้องสวมถุงมือใส่ผ้าปิดปาก	4.80	0.18	มากที่สุด
รถส่งอาหารไม่เสียดังรบกวน	4.77	0.27	มากที่สุด
พนักงานชุดสะอาด	4.68	0.115	มากที่สุด
พนักงานใส่ผ้าปิดปากขณะพูด	4.60	0.185	มากที่สุด
การทอนเงินรับเงินต้องระวังแพร่เชื้อ	4.62	0.164	มากที่สุด
กล่องบรรจุอาหารขนส่งต้องสะอาด	4.69	0.16	มากที่สุด
รถไม่มีควันเกินกฎหมายกำหนด	4.58	0.68	มากที่สุด
รถไม่บีบแตรพร่ำเพื่อ	4.11	0.21	มาก
มีบทลงโทษหากพนักงานเลินเล่อ	4.06	0.01	มาก
ภาพรวมการทำงานของผู้ประกอบการ อาหารแช่แข็ง	4.56	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความเห็นว่าการทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งรูปภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) โดยเรียงลำดับการทำงานจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานส่งต้องสวมถุงมือใส่ผ้าปิดปาก ($\bar{X} = 4.80$) รถส่งอาหารไม่เสียดังรบกวน ($\bar{X} = 4.77$) กล่องบรรจุอาหารขนส่งต้องสะอาด ($\bar{X} = 4.69$) พนักงานชุดสะอาด ($\bar{X} = 4.68$) การรับอาหารส่งไม่รับกับมือต่อกัน ($\bar{X} =$

4.66) การทอนเงินรับเงินต้องระวังแพร่เชื้อ ($\bar{X} = 4.62$) พนักงานใส่ผ้าปิดปากขณะพูด ($\bar{X} = 4.60$) รถไม่มีควันเกินกฎหมายกำหนด ($\bar{X} = 4.58$) รถไม่บีบแตรพร้าเพื่อ ($\bar{X} = 4.11$) และมีบทลงโทษหากพนักงานเดินเลื่อ ($\bar{X} = 4.06$) ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์

2.1 พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านการลดเวลาซื้อหามาบริโภค

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านการลดเวลาซื้อหามาบริโภค

ด้านการลดเวลาซื้อหามาบริโภค	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ระบบสั่งซื้อใช้ง่าย	4.90	0.28	มากที่สุด
พนักงานส่งอาหารเพียงพอ	4.93	0.37	มากที่สุด
สั่งซื้อ และรอไม่นาน	4.72	0.262	มากที่สุด
ระบบส่งอาหารไม่ซับซ้อน	4.62	0.272	มากที่สุด
ระบบให้เลือกมีความหลากหลาย	4.80	0.375	มากที่สุด
ไม่เสียค่าธรรมเนียมเข้าระบบ	4.89	0.23	มากที่สุด
ระบบส่งเสริมการส่งอาหาร	4.76	0.226	มากที่สุด
ระบบคืนกำไรให้ลูกค้า	4.74	0.214	มากที่สุด
ระบบรับอาหารปลอดภัยไม่เสี่ยงภัย	4.61	0.26	มากที่สุด
พนักงานมีบุคลิกภาพเหมาะสม	4.58	0.18	มากที่สุด
ภาพรวมด้านการลดเวลาซื้อหามาบริโภค	4.64	0.26	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านการลดเวลาซื้อหามาบริโภคอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) โดยเรียงลำดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานส่งอาหารเพียงพอ ($\bar{X} = 4.93$) ระบบสั่งซื้อใช้ง่าย ($\bar{X} = 4.90$) ไม่เสียค่าธรรมเนียมเข้าระบบ ($\bar{X} = 4.89$) ระบบให้เลือกมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.80$) ระบบส่งเสริมการส่งอาหาร ($\bar{X} = 4.76$) ระบบคืนกำไรให้ลูกค้า ($\bar{X} = 4.74$) สั่งซื้อ และรอไม่นาน ($\bar{X} = 4.72$) ระบบส่งอาหารไม่ซับซ้อน ($\bar{X} = 4.62$) ระบบรับอาหารปลอดภัยไม่เสี่ยงภัย ($\bar{X} = 4.61$) และพนักงานมีบุคลิกภาพเหมาะสม ($\bar{X} = 4.58$) ตามลำดับ

2.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านความสะดวก

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านความสะดวก

ด้านความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ระบบการจองอาหารแช่แข็ง	4.69	0.133	มากที่สุด
ระบบส่งอาหารแช่แข็ง	4.63	0.090	มากที่สุด
ระบบจ่ายเงินคิวอาไค์ด	4.77	0.108	มากที่สุด
ระบบแนะนำอาหาร	4.88	0.19	มากที่สุด
ระบบส่งอาหารแช่แข็งล่วงหน้า	4.86	0.26	มากที่สุด

ด้านความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
รสชาติอาหารแซ่แข็งกลมกล่อม	4.56	0.156	มากที่สุด
ลักษณะอาหารไร้มัน ไม่เกิดโรค	4.55	0.154	มากที่สุด
ลักษณะอาหารแซ่แข็งมีคุณภาพ	4.84	0.28	มากที่สุด
อาหารราคาทัดเทียมราคาอาหารปกติ	4.32	0.32	มาก
ลักษณะอาหารเมื่ออุ่นสุกไม่เสียรสชาติ	4.01	0.14	มาก
ภาพรวมด้านด้านความสะดวก	4.42	.034	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารแซ่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านความสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) โดยเรียงลำดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารแซ่แข็งจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ระบบแนะนำอาหาร ($\bar{X} = 4.88$) ระบบสั่งอาหารแซ่แข็งล่วงหน้า ($\bar{X} = 4.86$) ลักษณะอาหารแซ่แข็งมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.84$) ระบบจ่ายเงินคิวโค้ด ($\bar{X} = 4.77$) ระบบการจองอาหารแซ่แข็ง ($\bar{X} = 4.69$) ระบบสั่งอาหารแซ่แข็ง ($\bar{X} = 4.63$) รสชาติอาหารแซ่แข็งกลมกล่อม ($\bar{X} = 4.56$) ลักษณะอาหารไร้มัน ไม่เกิดโรค ($\bar{X} = 4.55$) อาหารราคาทัดเทียมราคาอาหารปกติ ($\bar{X} = 4.32$) และลักษณะอาหารเมื่ออุ่นสุกไม่เสียรสชาติ ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

2.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารแซ่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านความปลอดภัย

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคอาหารแซ่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ให้การใช้นามสมมุติ	4.66	0.176	มากที่สุด
ระบบปกปิดบัญชีธนาคาร	4.80	0.34	มากที่สุด
ระบบป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล	4.77	0.27	มากที่สุด
ระบบความยินยอมให้หมายเลขโทรศัพท์	4.68	0.115	มากที่สุด
ระบบป้องกันตำแหน่งที่อยู่	4.60	0.185	มากที่สุด
มีคำแนะนำชัดเจนป้องกันความปลอดภัย	4.62	0.164	มากที่สุด
มีการสื่อสารออนไลน์ระมัดระวังเตือนจำ	4.69	0.14	มากที่สุด
มีกฎหมายควบคุมระบบ	4.58	0.68	มากที่สุด
มีบทลงโทษละเมิดผู้บริโภค	4.55	0.15	มากที่สุด
มีกิจกรรมให้ความรู้ประชาชนวิธีใช้ระบบออนไลน์	4.45	0.14	มาก
ภาพรวมด้านด้านความปลอดภัย	4.56	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารแซ่แข็งผ่านระบบออนไลน์ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) โดยเรียงลำดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารแซ่แข็งจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ระบบปกปิดบัญชีธนาคาร ($\bar{X} = 4.80$) ระบบป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.77$) มีการสื่อสารออนไลน์ระมัดระวังเตือนจำ ($\bar{X} = 4.69$) ระบบความยินยอมให้หมายเลขโทรศัพท์ ($\bar{X} = 4.68$) ให้การใช้นามสมมุติ ($\bar{X} = 4.66$) มีคำแนะนำชัดเจนป้องกันความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.62$) ระบบป้องกันตำแหน่งที่อยู่ ($\bar{X} = 4.60$)

มีกฎหมายควบคุมระบบ ($\bar{X} = 4.58$) มีบทลงโทษละเมิดผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.55$) และมีกิจกรรมให้ความรู้ประชาชนวิธีใช้ระบบออนไลน์ ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ผลการวิจัยระดับการทำงานของผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งรูปภายใต้สถานการณ์การแพร่ของโควิด-19 พบว่า พนักงานส่งต้องสวมถุงมือใส่ผ้าปิดปาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ระบบออนไลน์ของอาหารแช่แข็งรูปแบบการทำงานภายใต้สถานการณ์การแพร่โรคโควิด-19 เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ของคนไทย (New Normal) จะต้องมีแนวทางที่รอบคอบครอบคลุมให้ทั่วทั้งประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พงษ์มนัสดีอด (2563) ทำการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบ อาชีพบริการจัดส่งอาหาร ผลการวิจัยในประเด็นแรก พบว่า สภาพการทำงานในสภาวะการเกิดโรคระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง กล่าวคือผู้ให้บริการส่งอาหารไปยังที่พักยังสามารถที่จะปรับตัวต่อการเกิด การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ได้ เนื่องจากจากตัวผู้ให้บริการส่งอาหารไปยังที่พักเอง มีการป้องกันตัวเองเพื่อไม่ให้มีการติดต่อของโรคระบาด และทางบริษัทมีมาตรการป้องกันต่าง ๆ ออกมาช่วยเหลือ เช่น ให้เว้นระยะและเลี่ยงการสัมผัส เป็นต้น ส่งผลให้การบริการส่งอาหาร ไปยังที่พักยังคงที่จะดำเนินการประกอบอาชีพต่อไปได้เป็นจำนวนมาก ต่อมาในประเด็น มาตรการเยียวยาจากทางภาครัฐ ผู้ให้บริการส่งอาหารไปยังที่พักเห็นว่ารัฐบาลควรมีมาตรการ เยียวยาอื่น และควรมีการแจกเงินเยียวยาประชาชนให้มากขึ้น ส่วนด้านมาตรการบริหาร จัดการสถานการณ์ที่ดี และมาตรการที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย พบว่ารัฐบาลยังไม่สามารถที่จะจัดการและทำให้ประชาชนเข้าถึงมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลได้ง่าย อีกทั้งในประเด็นเรื่องของ ความวิตกกังวลพบว่าส่วนใหญ่ผู้ให้บริการส่งอาหารมีความกังวลในด้านเศรษฐกิจมากที่สุด เห็นได้ว่าการเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างไม่เพียงแต่ใน ประเทศใดประเทศหนึ่งเท่านั้นโดยส่งผลกระทบทุกประเทศทั่วโลก ดังนั้นหากการแก้ปัญหาวิกฤตจึงต้องร่วมกันแก้ปัญหาโดยประชาชนทุกคนทั่วโลกเพื่อเป็นการยับยั้งการแพร่ระบาดของ ไวรัสโคโรนา 2019

2. พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งผ่านระบบออนไลน์

2.1 ด้านการลดเวลาซื้อหามาบริโภค พบว่า พนักงานส่งอาหารเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ระบบออนไลน์ของอาหารแช่แข็งการลดเวลาซื้อหามาบริโภค มีส่วนช่วยให้การดำเนินชีวิตในปัจจุบันคล่องตัวสพดวกมากขึ้น สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ในสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนลิน นาด ภูวงไพโรจน์ (2557) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แช่เย็นในร้านสะดวกซื้อใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ แช่เย็นในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันในผู้ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ สมรส และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แช่เย็นในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน โดย ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แช่เย็นในร้านสะดวกซื้อสูงที่สุด

2.2 ด้านความสะดวก พบว่า ระบบแนะนำอาหาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การลดการเตรียมอาหาร การใช้เวลานั่นลงต่อการหุงหาอาหาร มีความสำคัญอย่างมากในสภาพครัวเรือนปัจจุบัน ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญเพราะ หากมีเวลาเพิ่มขึ้น จะสามารถใช้เวลามากขึ้นการอยู่กับครอบครัว หรือทำหารายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิโรจน์ ตระกูลสุขสันต์ และอิทธิกร ขำเดช (2556) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ทั้งวัตถุประสงค์ในการซื้อ เหตุผลในการซื้อ ประเภทของอาหารที่ ซื้อ ยี่ห้อในการซื้อ สถานที่ในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ และช่วงเวลาในการซื้อ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ยกเว้น ด้านราคา ที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร

2.3 ด้านความปลอดภัย พบว่า ระบบปิดบัญชีธนาคาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าความปลอดภัยของการใช้ระบบออนไลน์ เป็นความตระหนักสำคัญของผู้บริโภคอย่างมาก ดังนั้นจึงควรมีระบบความปลอดภัย และการเพิ่มเสริมความรู้ความเข้าใจ ทักษะการใช้งานออนไลน์ให้เท่าทันกับการเติบโตออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์, ประสพชัย พสุนนท์, ธีระวัฒน์ จันทิก (2561) ทำการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ในการซื้อคือ ร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ทที่กระจายอยู่ตามพื้นที่ทั่วไป มีอาหารที่นิยมซื้อ รับประทานคือม้วนเย็นเป็นอาหารมื้อหลัก การเลือกซื้ออาหารแช่แข็งแช่แข็งพร้อมรับประทานนั้นจะเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ และ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม่สูงมาก โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ทั้ง 5 ด้าน ด้าน มีระดับนัยสำคัญมากทุกด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง 2) ด้านค่าใช้จ่าย ในการซื้ออาหารแช่แข็ง 3) ด้านการบรรจุภัณฑ์อาหารแช่แข็ง 4) ด้านกลุ่มอิทธิพลในการซื้ออาหารแช่แข็ง 5) ด้านความปลอดภัยของอาหารแช่แข็ง

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการต้องแก้ปัญหาการใช้งานระบบออนไลน์ ควรต้องเพิ่มความปลอดภัยให้ระบบ
2. ผู้ประกอบการควรพัฒนาการเสนอขายผ่านออนไลน์ด้านวิธีขายและการเสนอขาย ผ่านออนไลน์ด้านวิธีการสื่อสารส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

3. ผู้ประกอบการควรมีกลยุทธ์และวิธีการสื่อสารผ่านทางโซเชียลมีเดียที่มีชั้นเชิง รวมถึงการเลือกใช้โซเชียลมีเดียตรงกลุ่มเป้าหมาย เพราะนอกเหนือจากเฟซบุ๊ก ยังมีอีกหลายบริการโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ไลน์ ที่ใช้เป็นช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

- กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ ประสพชัย พสุนนท์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(27), 57-69.
- นลินนาถ ภูพวงไพโรจน์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แช่เย็นในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงษ์มนัส ดีอด. (2563). ผลกระทบของการแพร่ระบาดโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหาร. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศร*, 7(6), 131-144.
- วิโรจน์ ตระกูลสุขสันต์ และอิทธิกรคำเดช. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 3(2), 431- 52.
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2563). อาหารแช่แข็งของไทย ปลอดภัยยุคโควิด-19. ค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG200824210336017>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). *ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องน้ำและน้ำแข็ง สำหรับอาหารแช่แข็ง*. ค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2564 จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/01-003%20อาหารแช่แข็ง.PDF
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามอายุ เพศ ภาคและจังหวัด พ.ศ. 2564. ค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. In Hill, R. (1998). What Sample Size is 'Enough' in Internet Survey Research? *Interpersonal Computing and Technology: An electronic Journal for the 21st Century*. Retrieved 22 February 2021, from <http://www.emoderators.com/ipct-j/1998/n3-4/hill.html>
- Nattanan, N. (2562). การเติบโตของการค้าออนไลน์. ค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://sites.google.com/site/nattananacc27/kar-teibto-khxng-kar-kha-xxnlin>
- POBPAD. (2564). อาหารแช่แข็ง ไขข้อสงสัยเรื่องคุณภาพและความปลอดภัย. ค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.pobpad.com/อาหารแช่แข็ง-ไขข้อสงสัย>

การส่งเสริมเทคโนโลยีคอลเซ็นเตอร์ (Call center) การดูแลสุขภาพ

และการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุยุค 5G

Technology Call Center Promotion to Health Care and

Life management of the Elderly in the 5G Era

ณัฐชัย จันทิพย์¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล², วิชิต สุรดิษฐ์³ และ สุดา สุวรรณภิรมย์⁴

Nattachai Chantip¹, Chandej Charoenwiryakul², Vichit Suradinkura³

and Suda Suwannapirom⁴

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4}

Suan Sunandha Rajabhat University^{1,2,3,4}

E-mail: charndej@gmail.com²

Received: April 19, 2022

Revised: April 28, 2022

Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการส่งเสริมเทคโนโลยีคอลเซ็นเตอร์ (Call center) ของผู้สูงอายุ ยุค 5G 2) ระดับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G และ 3) ระดับการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นประชาชนที่อาศัยใน กรุงเทพมหานคร ในพื้นที่ 50 เขต ตามที่มีทะเบียนบ้าน ตามสำเนาทะเบียนบ้าน ครั้วเรือนละ 1 คน เขตละ 8 ครั้วเรือน ๆ ละ 1 คน เป็นเพศชายหรือเพศหญิง อายุระหว่าง 60 – 70 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง ร้อยละ 65.50 ส่วนใหญ่อายุ 65 - 70 ปี ร้อยละ 66.00 ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพธุรกิจครอบครัว ร้อยละ 52.75 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) ต่ำกว่า 10,000 ร้อยละ 37.00 1) เทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ ยุค 5G ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุยุค 5G ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) การจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความสะดวก อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันการดูแลสุขภาพควรพัฒนาศาสตร์ด้านการสื่อสารโดยมุ่งเน้นยังกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีให้กับผู้สูงอายุให้เพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: การส่งเสริมเทคโนโลยีคอลเซ็นเตอร์, การดูแลสุขภาพ, การจัดการชีวิต, ผู้สูงอายุยุค 5G

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the level of call center technology promotion for the elderly in the 5G era, 2) the level of health care for the elderly in the 5G era, and 3) the life management level of the elderly in the 5G era. This research uses a quantitative research methodology. The population used in the research was people living in Bangkok in 50 districts according to household registration. According to the copy of house registration, 1 person per household, 8 households per district, 1 person per person, male or female aged between 60-70 years, 400 people. The tools used for data collection were questionnaires. Data were analyzed by descriptive statistics such as mean and section. standard deviation

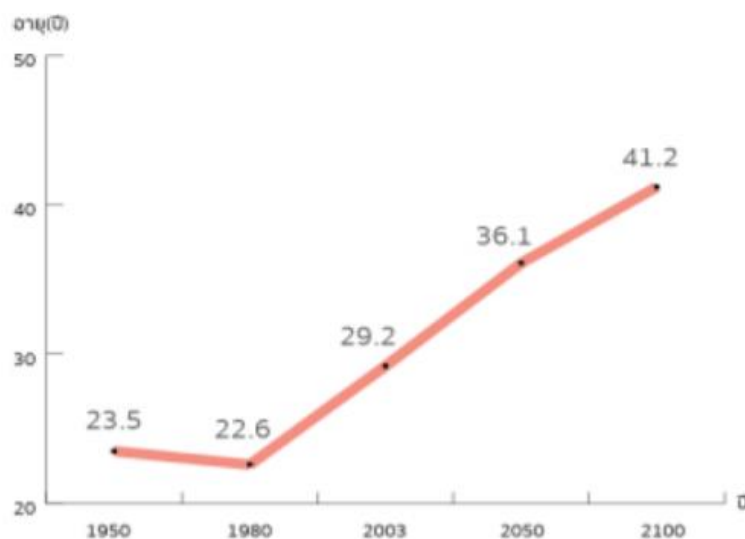
The results showed that The majority of the sample group were female, 65.50%, mostly aged 65 - 70 years, 66.00 percent, were engaged in family business, 52.75%, most had average monthly income (baht) less than 10,000, 37.00 percent 1) Call center technology of the elderly in the 5G era, the overall picture is at the highest level, 2) the health care of the elderly in the 5G era, the overall picture is at the highest level, and 3) the life management of the elderly in the 5G era, the overall picture is at the highest level. and convenience at a high level In this regard, agencies involved in caring for the elderly should develop a communication strategy focusing on the elderly. To enhance the knowledge and understanding of the use of technology for the elderly to increase

Keywords: Technology Call Center Promotion, Health Care, Life management, The Elderly in the 5G Era

บทนำ

ในปัจจุบันทั่วโลกกำลังก้าวเข้าสู่การเป็น “สังคมผู้สูงอายุ” หมายถึงปรากฏการณ์สัดส่วนผู้สูงอายุสูงมากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งองค์การสหประชาชาติ (UN) ได้นิยามว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเป็นสัดส่วนเกินร้อยละ 10.0 หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 7.0 ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเพิ่มเป็นร้อยละ 20.0 และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มเป็น ร้อยละ 14.0 และข้อมูลจากการรายงานของ United Nations (2013) ระบุว่าในปี 2013 ทั่วโลกมี ผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปีขึ้นไปกว่า 841 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ของประชากรโลกทั้งหมด นอกจากนี้ยังคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2050 จำนวน ผู้สูงอายุทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่าจากระดับในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้มีจำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกเพิ่มขึ้น เป็น 2 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ของ ประชากรโลกทั้งหมด และในอีก 50 ปีข้างหน้า คือ ในปี ค.ศ. 2100 จะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นทั่วโลก

อีกกว่า 1 พันล้านคน ทำให้ในปี ค.ศ. 2100 ทั่วโลกจะมีผู้สูงอายุประมาณ 3 พันล้านคน ส่งผลให้สัดส่วนของประชากรสูงอายุสูงขึ้นเป็นเกือบ ร้อยละ 30.0 ของประชากรโลก



ภาพที่ 1 แผนภูมิอายุกลางประชากรโลก ปี ค.ศ. 1950 - 2100

ที่มา : World Population Prospects : The 2012 Revision (United Nations, 2013)

การศึกษาสถานการณ์ผู้สูงอายุของประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยเพิ่มช้าลงมาก เมื่อ 50 ปีก่อน ประเทศไทยเคยเพิ่มอัตราที่สูงกว่าร้อยละ 3 ต่อปี แต่ปัจจุบันลดลงร้อยละ 0.5 ต่อปีเท่านั้น สัดส่วนประชากรสูงอายุใกล้ถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด การอยู่อาศัยของผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ คนที่อยู่ด้วยกันในครัวเรือนผู้สูงอายุอาจเป็นได้ทั้งภาระ และผู้ดูแลของผู้สูงอายุ ครอบครัวไทยได้เปลี่ยนรูปแบบไปมากเป็นครัวเรือนที่คนเดียวอาศัยอยู่ หรืออยู่ด้วยกันกับคนที่ไม่ใช่ญาติพี่น้อง จนไม่อาจเรียกว่าเป็นครอบครัว ในปี 2559 ขนาดครัวเรือนไทยเหลือเพียง 3 คน ผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังในเขตเทศบาลมีมากถึงร้อยละ 10.0 สัดส่วนผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และสภาพแวดล้อมภายในบ้านมีผลต่อการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติได้นำเสนอ มุมมองความสุขของผู้สูงอายุว่าผู้สูงอายุจะพึงพอใจกับอนาคตของตนด้วย 4 บริบทคือ มีสุขภาพที่ดี มีรายได้ที่เพียงพอ มีเงินออม และสุดท้ายสามารถอยู่ร่วมและดำเนินกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. อ้างอิงใน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ, 2560)

ผู้สูงอายุยุค 5G และการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุยุค 5G ซึ่งทางมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.) เสนอหลักการคุณภาพชีวิตในสังคมผู้สูงอายุยุค 5G โดยผู้สูงอายุยุค 5G ควรมีการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ของผู้สูงอายุปรับตัวตามยุคสมัย เช่น ไลน์ หรือ เฟซบุ๊ก เพื่อคุยกับญาติพี่น้อง บางคนใช้เพื่อการอำนวยความสะดวก ได้แก่ การเรียกรถสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน หรือช่องทางในการสร้างรายได้ สมัครบริษัทขนส่งอาหารที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน และคลายเหงาในช่วงหลังเกษียณ แล้วยังได้นำเสนอแนวทางเป็นประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังนี้ (1) การจัดสวัสดิการสนับสนุนค่าใช้จ่ายควบคู่กับการพัฒนาเครือข่ายการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับผู้สูงอายุ ผ่านการกำหนดให้ผู้สูงอายุสามารถใช้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพิ่มความสามารถในการใช้เทคโนโลยีควบคู่กับความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ ผ่านการ

จัดการเรียนรู้หลักสูตรที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุผ่านช่องทางเรียนรู้เดิม เช่น โรงเรียนผู้สูงอายุ การอบรมโดยชมรม หรือ มูลนิธิผู้สูงอายุ (2) ความมั่นคงในชีวิตผู้สูงอายุด้วยเทคโนโลยี ที่มีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีให้เอื้อต่อการประกอบอาชีพแบบใหม่ ด้วยการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อช่วยสร้างทักษะผู้ประกอบการออนไลน์ รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อหางานให้กับผู้สูงอายุด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านสื่อออนไลน์, สร้างแพลตฟอร์มร้านออนไลน์เป็นช่องทางทางการตลาดให้แก่ผู้สูงอายุ และจัดให้เกิดการจ้างงานผู้สูงอายุเพื่อทำงานในเศรษฐกิจดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมสตาร์ทอัพ และการทำงานอิสระผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้สูงอายุได้พบกับช่องทางการหางาน และฝ่ายผู้จ้างเองก็มีช่องทางในการพบปะตลาดงานของผู้สูงอายุมากขึ้น (3) การเท่าทันดิจิทัลของผู้สูงอายุ คือ ผู้สูงอายุ 5G ควรมีความสามารถในการเท่าทันดิจิทัลที่สำคัญคือ เรื่องที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมและการค้าขายออนไลน์ซึ่งเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวงได้สูงมาก และ (4) การเตรียมพร้อมสู่สังคมสูงอายุดิจิทัลตามกระบวนการทศวรรษพลัดพลังของผู้สูงอายุ (Active and Productive Aging) ด้วยการทำให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพกาย จิต และชีวิตประจำวันที่ดี การมีส่วนร่วมกับครอบครัว ชุมชนและสังคม การมีความมั่นคงทางรายได้และที่อยู่อาศัย ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีเพื่อคุณภาพชีวิตที่เหมาะสมตามช่วงวัย (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ, 2564)

การศึกษาคอลเซ็นเตอร์ (Call center) การดูแลสุขภาพ คอลเซ็นเตอร์(Call center: Call center evolution) ถูกพัฒนาควบคู่มากับวิวัฒนาการของระบบโทรศัพท์ (Telephony System) และปัจจุบันได้มีเทคโนโลยีไร้สาย (Wi-Fi) และ Social Media ที่มีการถูกพัฒนามากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้องค์กรต้องปรับตัวที่นำ technology มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและบุคคล สำหรับคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) การดูแลสุขภาพ การเข้าถึงบริการของผู้สูงอายุ ดำเนินการในด้าน 1) วิธีจัดบริการของสถานพยาบาลโดยให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ 2) การใช้ประโยชน์จากสถานพยาบาลเอกชน 3) การจัดบริการกึ่งเฉียบพลัน (intermediate care) ระบบบริการอย่างบูรณาการ การดูแลผู้สูงอายุอย่างบูรณาการในระยะยาว เชื่อมโยงบริการในสถาน พยาบาลไปจนถึงบ้านผู้สูงอายุ โดยทีมสหวิชาชีพ บริการเจ็บป่วยเฉียบพลันและบริการโรคเรื้อรัง การดูแลรักษาผู้สูงอายุในระยะเจ็บป่วยเฉียบพลัน เป็นประเด็นที่ยังมีโอกาสนำพัฒนาได้อีกมาก การดูแลระยะสุดท้ายและการดูแลประคับประคอง ศูนย์ฟื้นฟูในชุมชน ช่วยให้ผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยเข้าถึงบริการได้ง่ายขึ้น ปัจจุบันบริการคอลเซ็นเตอร์ (Call center) มีความสำคัญกับผู้สูงอายุ 5G เป็นอย่างมาก สามารถช่วยเหลือหรือแก้ไขปัญหาได้ ทันทีโดยไม่ต้องวางสายหรือขอข้อมูลเพิ่มเติม ภายหลังได้ กรณีเป็นเรื่องฉุกเฉิน เช่น มีเหตุคนป่วยฉุกเฉิน เจ้าหน้าที่รับสายที่เป็นพยาบาลหรือแพทย์สามารถเห็นภาพ และอาการของผู้ป่วย และสามารถสอนวิธีการพยาบาลเบื้องต้นตามอาการที่เห็นกับผู้โทรเข้าในเพื่อเป็นการช่วยชีวิตเบื้องต้นได้ทันการณ์ก่อนได้ และสามารถแจ้งรถพยาบาลให้เตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้สำหรับผู้ป่วย อาการลักษณะนี้ได้เพื่อทำการรักษาผู้ป่วยระหว่างมาโรงพยาบาลได้ทันทีที่หาโอกาสสูญเสียชีวิตน้อยลง เป็นต้น (พัชรินทร์ พันธุ์พานิชย์, 2559)

จากความสำคัญของสุขภาพผู้สูงอายุที่ต้องการได้รับการบริการด้านสุขภาพให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามกรณีหรืออาการเจ็บป่วย ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน โดยใช้ระบบเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าอย่างมากในปัจจุบันดังกล่าวข้างต้น มาบูรณาการให้เกิดประโยชน์ในการให้บริการด้านสุขภาพกับผู้สูงอายุ และ ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัย จึงสนใจ

ศึกษาเรื่องการส่งเสริมเทคโนโลยีคอลเซ็นเตอร์ (Call center) การดูแลสุขภาพ และการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G เพื่อให้ได้สารสนเทศที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

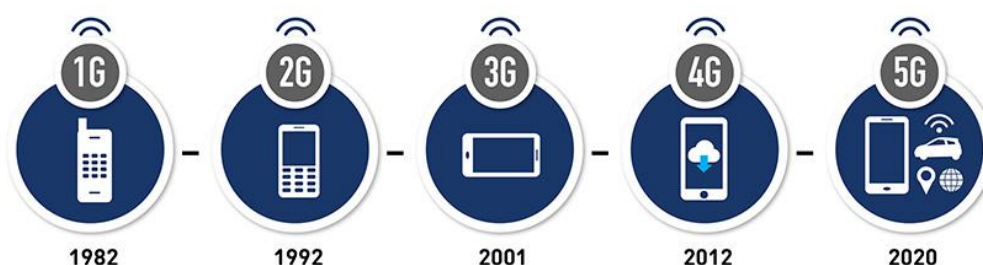
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมเทคโนโลยีคอลเซ็นเตอร์ (Call center) ของผู้สูงอายุ ยุค 5G
2. เพื่อศึกษาระดับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G
3. เพื่อศึกษาระดับการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G

การทบทวนวรรณกรรม

เทคโนโลยี ยุค 5G

ยุค 5G คือ G มาจาก Generation เป็นรุ่นที่ 5 ของเทคโนโลยีเครือข่ายไร้สายที่จะมาแทนที่ระบบ 4G ที่กำลังใช้อยู่ในปัจจุบัน ไม่จำกัดแค่มือถือ รวมถึงอุปกรณ์ทุกชนิดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (Internet of Things หรือ IoT) เทคโนโลยีเครือข่ายไร้สายในแต่ละยุคกัน เริ่มจากในยุคแรก 1G คือพูดคุยกันด้วยเสียงผ่านมือถือระบบอนาล็อก ต่อมาเริ่มส่งข้อความ MMS หากันในยุค 2G จนกระทั่งถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญเข้าสู่ยุค 3G สามารถเชื่อมต่อและเล่นอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือได้ด้วยความเร็วที่สูงขึ้น ระหว่าง 220 Kbps - 42.2 Mbps จนเข้ามาถึงยุค 4G สามารถดูภาพ และเสียงหรือหนังออนไลน์ได้เนื่องจากมีความเร็วหลากหลายระดับให้เลือกใช้ ซึ่ง 4G LTE เท่ากับ 100 Mbps, LTE Advanced เท่ากับ 1 Gbps) ต่อมายุค 5G ซึ่ง ระบบ 5G เหนือกว่า 4G ดังนี้ (1) ตอบสนองไวขึ้น สามารถส่งงาน และควบคุมสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองได้ไวถึง 1 ส่วนพันวินาที (2) รองรับการ รับ-ส่ง ข้อมูลได้มากกว่า 50 Exabytes ต่อเดือน (3) 5G มีความเร็วมากกว่า 4G ถึง 20 เท่า ซึ่งเร็วมากพอที่จะดาวน์โหลดภาพยนตร์ 3 มิติ ได้ในภายใน 6 วินาที (4) 5G จะสามารถใช้งานคลื่นความถี่ได้ถึง 30 GHz ซึ่งเป็นความถี่ย่านใหม่ที่ไม่เคยมีการใช้งานมาก่อน และ (5) รองรับการใช้งานที่มากกว่า รองรับจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มขึ้น 10 เท่า จากที่สามารถรับคนได้ราว 1 แสนคนต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร กลายเป็น 1 ล้านคนต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร



ภาพที่ 2 วิวัฒนาการ 1G 2G 3G 4G และ 5G

ที่มา: UIH digital Infrastructure & solutions BENCHACHINDA (2564)

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า อุปกรณ์สื่อสาร ยุค 5G สำหรับผู้สูงอายุ ได้รับการคิดค้นและพัฒนาขึ้น ซึ่งอุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ช่วยให้ผู้สูงอายุวันนี้ และอนาคตมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ

และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคมสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุทำให้บุคลากรทางการแพทย์ ผู้ดูแลมีความจำเป็นต้องมีความรู้ความสนใจในเรื่องราวของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุโดยเฉพาะเทคโนโลยีการดูแลผู้สูงอายุ

ดังนั้นการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในด้านการอำนวยความสะดวกต้องเข้าใจในด้านประโยชน์ และวิธีการใช้ ตลอดจนการพัฒนาในสอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ ของผู้สูงอายุเพื่อให้สังคมเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถอยู่ร่วมกันกับสังคมผู้สูงอายุได้ และบริการประชาชนโดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศที่เหมาะสม และสามารถนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการตัดสินใจรวมไปถึงกาวทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศได้

ประเทศไทยมีการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะด้านการสื่อสาร โทรคมนาคมอย่างต่อเนื่อง การเข้าถึง และความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับคนในยุคปัจจุบันการพัฒนาให้กลุ่มผู้สูงอายุที่กำลังมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในสังคมไทยให้เป็นกลุ่มประชากรที่สำคัญของประเทศในอนาคตให้เข้าถึงระบบการสื่อสารที่ทันสมัยย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมในภาพรวมสนับสนุนการพัฒนาประเทศ ที่ประชาชนมีฐานความรู้ และทักษะการใช้เทคโนโลยีอย่างมั่นคงและยั่งยืน (ธีระพงศ์ สันติภาพ, 2553) นอกจากกระบวนการพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสารให้เข้าถึงได้โดยง่าย และทั่วถึงแล้ว การฝึกอบรม และการให้ความรู้ยังคงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้สูงอายุด้วยผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความต้องการให้ภาครัฐจัดหาอุปกรณ์สำหรับการเชื่อมต่อการสื่อสาร อาทิคอมพิวเตอร์สาธารณะไว้บริการให้แก่ผู้สูงอายุในชุมชน การให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตฟรีการจัดหาคอมพิวเตอร์หรือแท็บเล็ตในราคาประหยัด และการสนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดฝึกอบรมด้าน ICT สำหรับผู้สูงอายุในชุมชน (อารีย์ มัยยพงษ์, 2556) อย่างไรก็ตามแนวโน้มของเทคโนโลยีการสื่อสาร ณ ปัจจุบันไปจนถึงการพัฒนาเทคโนโลยีในอนาคตอันใกล้มีทิศทางการพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ต่อกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้นยังมีความจำเป็นที่ต้องพิจารณาการส่งเสริมศักยภาพ และคุณภาพชีวิตตามวัยของกลุ่มประชากรด้วย เพื่อป้องกันการถูกบังคับให้บริโภคเทคโนโลยีที่มากเกินไปจนความจำเป็นเช่นกัน (อรรถพล สาธิตคณิตกุล, 2558)

จะเห็นได้ว่า อายุมีส่วนสัมพันธ์กับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่ยังไม่ได้เป็นผู้รู้เทคโนโลยีการสื่อสารขั้นพื้นฐานอย่างคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน ซึ่งมีปัจจัยเป็นเพราะโอกาส และความจำเป็นในการใช้งานน้อยกว่าประชากรช่วงวัยอื่น และไม่คุ้นชินกับการใช้งานเพราะเทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ เกิดมาภายหลัง ผู้สูงอายุเหล่านี้ก็ยังไม่ได้รับการสนับสนุนในการใช้งาน รวมถึงข้อจำกัดด้านสภาพร่างกาย และภาวะสุขภาพ ทำให้ผู้สูงอายุขาดโอกาสเข้าถึงการสื่อสารสมัยใหม่ ผู้สูงอายุจึงควรได้รับการส่งเสริมในการเพิ่ม โอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศได้เท่าเทียมกับกลุ่มคนวัยอื่น ๆ สามารถใช้ประโยชน์เทคโนโลยีการสื่อสารได้อย่างเต็มศักยภาพในการเรียนรู้ และดูแลตนเองได้ (สมาน ลอยฟ้า, 2554) การศึกษานี้สนับสนุนแนวทางข้อเสนอแนะในการวางแผนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นตามแนวทางของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558ข) ทั้งในด้านการส่งเสริมการให้ความรู้การใช้คอมพิวเตอร์แก่ผู้สูงอายุ การจัดหา/จัดให้มีแท็บเล็ตหรือโทรศัพท์สมาร์ตโฟนราคาถูกรวมถึงการขยายความครอบคลุมของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตของครัวเรือน และควบคุมอัตราค่าบริการให้อยู่ในราคาที่เหมาะสม สามารถเข้าถึง สามารถให้บริการได้ง่าย เป็นที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่มักผูกพันกับเรื่องค่าใช้จ่าย ดังที่เห็นได้จากผลการศึกษา

ครั้งนี้ ปัจจัยเรื่องรายได้เป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่ของผู้สูงอายุ แนวนโยบายที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมผู้สูงอายุให้เข้าถึงเทคโนโลยีการสนเทศได้มากขึ้น นอกเหนือจากการควบคุมอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ยังต้องพิจารณาในเรื่อง การส่งเสริมผู้ผลิตอุปกรณ์ที่ดีในราคาเหมาะสม เพราะการเข้าถึงคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์การสื่อสารที่เป็นที่สาธารณะยังมีข้อจำกัด ทั้งในด้านการเดินทาง การใช้งาน และการกระจายตัวของพื้นที่ การให้บริการ ไปในทิศทางเป้าหมายประเทศไทยคือการเป็นสังคมดิจิทัลที่มีคุณภาพในประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ด้อยโอกาสผู้สูงอายุ และคนพิการต้องสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลการสื่อสารสมัยใหม่ได้เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยง่ายและสะดวก รู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารมีทักษะในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล และการสื่อสารยุคใหม่ได้อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ผู้สูงอายุไทยยังคงมีการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่ไม่มากนักแต่มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นในการเข้าถึงบริการสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งนี้หากภาครัฐต้องการมุ่งพัฒนาให้เกิดสังคมดิจิทัลที่แท้จริงอาจจำเป็นต้องมุ่งพัฒนาผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มคนการศึกษาน้อย และรายได้น้อย รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุในภาคการเกษตรกรรม ให้ได้มีโอกาสในการเข้าถึงการสื่อสารยุคใหม่ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศได้ แม้ว่าการสื่อสารอินเทอร์เน็ตสมัยจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางของการสื่อสารให้กับผู้สูงอายุแต่สิ่งหนึ่งที่ยังต้องคำนึงถึงคือผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต่างทางสังคมในลักษณะที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งโดยส่วนมากไม่ได้ต้องการมีบทบาทใด ๆ ในสังคมแต่มีความต้องการในการทำกิจกรรมประเภทที่ทำให้ผู้สูงอายุได้เข้าสังคมและสร้างรายได้ด้วยตนเองได้ (อภิษฎา เหล่าวัฒนพงษ์, 2554) การสื่อสารของคนในครอบครัว และคนรอบข้างยังมีความจำเป็นกับการดูแลจิตใจผู้สูงอายุ (ฐิตินันท์ ผินนิล, 2559)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นประชาชนที่อาศัย กรุงเทพมหานคร ปี 2564 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นประชาชนที่อาศัยเขต 50 เขต ตามที่มีทะเบียนบ้าน ตามสำเนาทะเบียนบ้าน ครั้วเรือนละ 1 คน เขตละ 8 ครั้ว เรือน ๆ ละ 1 คน เป็นเพศชายหรือเพศหญิง อายุระหว่าง 60 – 70 ปี สามารถสื่อสารได้เข้าใจ และยินดีให้ความร่วมมือข้อมูลสอบถามจากแบบสอบถามการเก็บข้อมูลวิจัย รวมทั้งสิ้น 400 คน ได้มาจากการเปิดตารางเครซีและมอร์แกน (Krejcie, and Morgan, 1970) และวิธีการเลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ศึกษาเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จัดทำแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ในแต่ละข้อคำถาม และให้ข้อเสนอแนะสำหรับการแก้ไขเครื่องมือ มีรายละเอียดดังนี้ แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นข้อคำถามแบบสำรวจรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ รวมถึงภาษาที่ใช้ หาค่า IOC (Index of objective Congruence) และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีบริบทใกล้เคียงกันจังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (∞ - Co-efficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) 0.70 – 0.80 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550) โดยผลการทดสอบของแบบสอบถามในการวิจัยนี้ได้ค่า Alpha อยู่ที่ระดับ 0.70 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้จึงถือว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอในการ นำไปวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ขอความร่วมมือและอนุญาตเข้าพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานเขต จำนวน 50 เขต ในสังกัดกรุงเทพฯ เพื่อขอความร่วมมือให้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุครัวเรือนละ 1 คน เขตละ 8 ครัวเรือน ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต รวมทั้งสิ้น 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิจัย ดังนี้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) การส่งเสริมเทคโนโลยี Call center การดูแลสุขภาพ และการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุยุค 5G กำหนดเกณฑ์การ แปลความหมาย 5 ระดับ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) ดังนี้

4.50-5.00	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
2.50-3.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
1.00-1.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	138	34.50
หญิง	262	65.50
อายุ (ปี)		
60 – 64	136	34.00
65 – 70	264	66.00
อาชีพ		
ธุรกิจครอบครัว	211	52.75
บริษัท	111	27.75
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	19.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่า 10,000	148	37.00
10,001 – 20,000	112	28.00
20,001 – 30,000	86	21.50
30,001 ขึ้นไป	54	13.50

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เพศหญิง ร้อยละ 65.50 ส่วนใหญ่อายุ 65 - 70 ปี ร้อยละ 66.00 ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพธุรกิจครอบครัว ร้อยละ 52.75 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) ต่ำกว่า 10,000 ร้อยละ 37.00

2. ระดับการส่งเสริมเทคโนโลยีคอลเซ็นเตอร์ (Call center) ของผู้สูงอายุ ยุค 5G

ตาราง 2 การส่งเสริมเทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ ยุค 5G

ที่	เทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ ยุค 5G	ระดับความคิดเห็น			
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1	การใช้โทรศัพท์เป็นสิ่งจำเป็น	4.36	0.17	มาก	9
2	การกดโทรออก-รับสาย เป็นพื้นฐาน Call-center	3.80	0.04	มาก	10
3	การทำความเข้าใจกับอุปกรณ์โทรศัพท์เป็นพื้นฐาน Call-center	3.77	0.07	มาก	11
4	อุปกรณ์หูฟังมีความสำคัญกับการใช้โทรศัพท์	3.68	0.11	มาก	13
5	การบำรุงรักษาโทรศัพท์เป็นพื้นฐาน Call-center	3.60	0.18	มาก	15
6	การทำความเข้าใจคู่มือโทรศัพท์เพื่อการใช้งานคล่องตัว	3.62	0.16	มาก	14
7	หมายเลขติดต่อโรงพยาบาลสำคัญ	3.69	0.14	มากที่สุด	12

ที่	เทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ ยุค 5G	ระดับความคิดเห็น			
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
8	หมายเลขติดต่อญาติเมื่อต้องการความช่วยเหลือ	4.52	0.24	มากที่สุด	7
9	หมายเลขติดต่อเพื่อนสนิทเมื่อต้องการปรึกษาหารือเรื่องราวชีวิต	4.62	0.32	มากที่สุด	6
10	เรียนรู้การชาร์ตแบตเตอรี่โทรศัพท์เป็นเรื่องจำเป็น	4.51	0.23	มากที่สุด	8
11	การบำรุงรักษาโทรศัพท์เพื่อความพร้อมใช้	4.78	0.34	มากที่สุด	3
12	การเชื่อมต่อเข้าสู่ Ethernet Switch เพื่อของการส่งข้อมูล	4.64	0.54	มากที่สุด	5
13	โทรศัพท์ที่ใช้งานเน้นข้อมูลเสียงมีความสำคัญมากกว่าข้อมูลทั่วไป	4.81	0.35	มากที่สุด	2
14	ทดสอบระบบการติดต่อให้ทดสอบอย่างเนื่อง	4.66	0.24	มากที่สุด	4
15	การวางการพกพาโทรศัพท์ให้หยิบใช้สะดวก	4.83	0.62	มากที่สุด	1
รวม		4.76	0.31	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 การส่งเสริมเทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.76$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.31) การจัดลำดับของระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ ยุค 5G ดังนี้ อันดับที่ 1 การวางการพกพาโทรศัพท์ให้หยิบใช้สะดวก ($\bar{X} = 4.83$) อันดับที่ 2 โทรศัพท์ที่ใช้งานเน้นข้อมูลเสียงมีความสำคัญมากกว่าข้อมูลทั่วไป ($\bar{X} = 4.81$) อันดับที่ 3 การบำรุงรักษาโทรศัพท์เพื่อความพร้อมใช้ ($\bar{X} = 4.78$) อันดับที่ 4 ทดสอบระบบการติดต่อให้ทดสอบอย่างเนื่อง ($\bar{X} = 4.66$) และลำดับอื่น ๆ ต่อมา

3. ระดับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G

ตาราง 3 การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G

ที่	การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G	ระดับความคิดเห็น			
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1	การดูแลมุ่งเน้นผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตได้ด้วยตนเองโดยมีการพึ่งพาผู้อื่นน้อยที่สุด	4.62	0.82	มากที่สุด	8
2	ให้ผู้สูงอายุมีความสามารถทำตัวให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเอง ครอบครัว สังคม	4.54	0.69	มากที่สุด	12
3	ต้องเกิดตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ	4.70	0.70	มากที่สุด	5
4	การดูแลสุขภาพผู้สูงอายุโดยภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสถาบันต่าง ๆ เช่น สถานสงเคราะห์ สถานพยาบาลหรือสถานที่รับดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ	4.68	0.75	มากที่สุด	6
5	การดูแลด้วยเจตคติที่ดีต่อความสูงวัยอันจะทำให้เกิดความเข้าใจ ความเอื้ออาทรอย่างแท้จริง	4.60	0.78	มากที่สุด	10

ที่	การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G	ระดับความคิดเห็น			
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
6	การดูแลด้วยความเข้าใจในบริบทความสูงอายุด้วยความอดทนและเข้าถึง	4.64	0.82	มากที่สุด	7
7	ให้ผู้สูงอายุมีความพอใจกับความสุขตามอัตภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี	4.52	0.69	มากที่สุด	13
8	การดูแลด้วยการทำกิจกรรมมุ่งเน้นการรับฟัง การกระตุ้นให้ทำกิจกรรมและสื่อระหว่างกันและกัน	4.32	0.41	มาก	15
9	การที่ผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตได้ด้วยตนเอง	4.42	0.53	มาก	14
10	การดูแลผู้สูงอายุทั้งในเรื่องของปัจจัยสี่ การให้อาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและการดูแลรักษาสุขภาพทั้งการเจ็บป่วยทางร่างกายและจิตใจ	4.88	0.82	มากที่สุด	1
11	การดูแลด้วยความเท่าเทียมกันด้วยหลักการที่ว่า ผู้สูงอายุทุกคนเท่าเทียมกัน	4.56	0.69	มากที่สุด	11
12	สร้างความภูมิใจในคำยกย่องจากสังคมโดยรวมการดูแลผู้สูงอายุ	4.75	0.70	มากที่สุด	3
13	การดูแลด้วยความยุติธรรม	4.61	0.78	มากที่สุด	9
14	การดูแลผู้สูงอายุโดยชุมชน ให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกเพื่อร่วมมือร่วมใจกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาบริการต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในชุมชนระหว่างตัวผู้สูงอายุ	4.82	0.75	มากที่สุด	2
15	การดูแลผู้สูงอายุให้มั่นใจด้วยตัวผู้สูงอายุเอง	4.71	0.74	มากที่สุด	4
รวม		4.56	0.84	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 แสดงความคิดเห็นของการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.56$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.84) การจัดลำดับของระดับความคิดเห็นของการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G ดังนี้ อันดับที่ 1 การดูแลผู้สูงอายุทั้งในเรื่องของปัจจัยสี่ การให้อาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและการดูแลรักษาสุขภาพทั้งการเจ็บป่วยทางร่างกายและจิตใจ ($\bar{X} = 4.56$) อันดับที่ 2 การดูแลผู้สูงอายุโดยชุมชน ให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกเพื่อร่วมมือร่วมใจกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาบริการต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในชุมชนระหว่างตัวผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 4.82$) อันดับที่ 3 สร้างความภูมิใจในคำยกย่องจากสังคมโดยรวมการดูแลผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 4.75$) อันดับที่ 4 การดูแลผู้สูงอายุให้มั่นใจด้วยตัวผู้สูงอายุเอง ($\bar{X} = 4.71$) และลำดับอื่น ๆ ต่อมา

4. ระดับการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G

ตาราง 4 การจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G

ที่	การจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G	ระดับความคิดเห็น			
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1	การดำรงชีวิตอยู่กับโรคภัยไข้เจ็บด้วยความพึงพอใจ	4.42	0.83	มาก	8
2	ปรับตัวเข้ากับการป่วยทางกาย	4.52	0.73	มากที่สุด	6
3	ปรับสภาพจิตใจให้อยู่ได้กับการป่วย	4.29	1.02	มาก	14
4	การส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับตนเอง	4.96	1.04	มากที่สุด	1
5	การช่วยเหลือผู้อื่นเท่าที่ตนเองจะพอทำได้	4.18	0.48	มาก	15
6	การทำความสะอาดร่างกายสม่ำเสมอทำให้สุขสบาย	4.28	1.06	มาก	12
7	การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตให้เข้ากับสังคม	4.34	0.44	มาก	11
8	การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตให้เข้ากับเทคโนโลยีสมัยปัจจุบัน	4.56	0.83	มากที่สุด	5
9	การมองโลกในแง่ดี ละทิ้งการมองสังคมภาพลบ	4.37	0.84	มาก	10
10	การพูดคุยด้วยความร่าเริงสุขกายสุขใจ	4.27	0.67	มาก	13
11	การทำความเข้าใจกับเพื่อนต่างวัยด้วยจิตใจดีงาม	4.41	0.74	มาก	9
12	การสวดมนต์ ทำบุญ ไหว้พระเป็นประจำ	4.43	0.69	มาก	7
13	การเอื้ออาทรผู้อื่นด้วยความสุขใจ	4.65	0.63	มากที่สุด	4
14	การทำความเข้าใจกับการจากไปลาจาก	4.76	0.49	มากที่สุด	3
15	การออกกำลังกายด้วยความสุขสนุกสนาน	4.86	0.47	มากที่สุด	2
รวม		4.74	0.86	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4 แสดงความคิดเห็นของการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.74$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.86) การจัดลำดับของระดับความคิดเห็นของการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G ดังนี้ อันดับที่ 1 การส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับตนเอง ($\bar{X} = 4.96$) อันดับที่ 2 การออกกำลังกายด้วยความสุขสนุกสนาน ($\bar{X} = 4.86$) อันดับที่ 3 การทำความเข้าใจกับการจากไปลาจาก ($\bar{X} = 4.76$) อันดับที่ 4 การดูแลผู้สูงอายุให้มั่นใจด้วยตัวผู้สูงอายุเอง ($\bar{X} = 4.65$) และลำดับอื่น ๆ ต่อมา

อภิปรายผล

1. เทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ ยุค 5G พบว่า เทคโนโลยี Call center ของผู้สูงอายุ ยุค 5G ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แล้วพบว่า การวางการพกพาโทรศัพท์ให้หยิบใช้สะดวก อันดับที่ 1 เพราะว่า ผู้สูงอายุ ควรพกพาโทรศัพท์ ควรมีเบอร์โทรศัพท์ที่จำเป็นติดตัวอยู่เสมอ ในวัยสูงอายุเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ หรือมีเหตุการณ์สำคัญจะได้ติดต่อขอความช่วยเหลือได้ทันเวลาที่ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว หรือความเสื่อมของโครงสร้างร่างกายกระดูก ข้อ เอ็น ทำให้การเคลื่อนไหวของอวัยวะเคลื่อนไหวทรงตัวเอนเอียง ขาหยังไม่มั่นคง

เกิดอุบัติเหตุได้ในระหว่างเดินทาง เดินเข้าห้องน้ำ เป็นต้น ดังนั้นผู้สูงอายุพกพาโทรศัพท์ให้หยิบใช้สะดวก ติดตัวตลอดเวลาเพื่อง่ายต่อการติดต่อผู้ที่ดูแลรักษา ติดต่อกุล-หลาน ด้วยใช้งานโทรศัพท์โทรออกโทรเข้าได้รับสายได้ แต่กุล-หลาน ผู้ดูแล ไม่ลืมหบถวนวิธีใช้โทรศัพท์เป็นประจำเพราะอาการหลงลืมผู้สูงอายุทำให้ต้องฟื้นฟูทักษะการใช้โทรศัพท์รวมสมาร์ตโฟนเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภทริกา วงศ์อนันต์นันทและสรานันท์ อนุชน (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศต่อสังคมผู้สูงอายุ โดยสรุปงานวิจัยได้กล่าวถึง การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ เฉพาะที่จำเป็นกับผู้สูงอายุ ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ ด้วยเทคโนโลยีสมาร์ตโฟนส่งภาพ และเสียง แอปพลิเคชันทางการดูแลสุขภาพติดต่อพูดคุยกับบุคลากรทางการแพทย์ช่วยให้ผู้สูงอายุ สามารถดำรงชีวิตภายในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างมีความสุข

2. การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ยุค 5G พบว่า การดูแลสุขภาพมีความจำเป็นต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แล้วพบว่า การดูแลผู้สูงอายุทั้งในเรื่องของปัจจัยสี่ การให้อาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและการดูแลสุขภาพทุกทั้งการเจ็บป่วยทางร่างกายและจิตใจ เป็นอันดับที่ 1 เพราะผู้สูงอายุได้รับการดูแลภายในครอบครัว เป็นการให้ความดูแลเอาใจใส่แก่ผู้สูงอายุในปัจจัยสี่ที่จำเป็นและสำคัญคือการให้อาหาร เสื้อผ้า จัดที่อยู่อาศัย การดูแลสุขภาพ รักษาพยาบาล การให้เงิน การดูแลเอาใจใส่ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ การดูแลในสถาบันเป็นการดูแลในสถานสงเคราะห์ และการดูแลในสถานพยาบาลที่รับดูแลเฉพาะผู้สูงอายุ การดูแลโดยชุมชนสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนเกิดการแก้ไขปัญหาระดมความร่วมมือและพัฒนาบริการหลากหลายให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ วงศ์ประกรณ์กุล (2563) ยุคใหม่ของการดูแลสุขภาพด้วยระบบนิเวศทางธุรกิจและเทเลเฮลธ์ โดยสรุปงานวิจัยได้กล่าวถึงความพยายามนำเทคโนโลยีมาพัฒนาเทเลเฮลธ์สนับสนุน แต่ก็ไม่ได้รับความนิยมซึ่งปัญหาอุปสรรค 1) ขาดการวิเคราะห์ความเหมาะสม 2) ขาดการวางแผนอย่างเป็นระบบ และ 3) การขาดการประสานงาน กันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต่อมาประเทศไทยได้มีการแก้ไขปัญหาโดยเริ่มจากการสื่อสารปัจจัยที่มีความจำเป็นและสำคัญในช่องทางเทเลเฮลธ์ โดยปัจจุบันประเทศไทยปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบการทำงานและเครือข่ายการทำงานกับหลากหลายภาคส่วน ความล้ำยุคของเทคโนโลยี ด้วยราคาที่ครอบคลุม ชุมผู้สูงอายุเข้าถึงเป็นเครื่องมือการสื่อสารการดูแลสุขภาพด้วยปัจจัยสี่ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรคโดยมีเครื่องมือสมาร์ตโฟนและแอปพลิเคชันการสื่อสารภาพและเสียงซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยการดูแลผู้สูงอายุทั้งในเรื่องของปัจจัยสี่ การให้อาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม และการดูแลสุขภาพทุกทั้งการเจ็บป่วยทางร่างกายและจิตใจสามารถเข้าถึงได้

3. การจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G พบว่า การจัดการชีวิตมีความจำเป็นต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ยุค 5G มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แล้วพบว่า การส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับตนเอง อันดับ 1 เพราะทุกคนในชุมชน หรือสังคมมีข้อตกลงทางสังคมร่วมกันรับหลักการปฏิบัติมีสุขภาพที่ดี ได้แก่ไม่ให้มีการทอดทิ้ง ผู้สูงอายุในชุมชน เน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพผู้สูงอายุ เป็นสิ่งแวดล้อมที่ใกล้ชิดผู้สูงอายุ ได้แก่ครอบครัวให้ความรักความเอาใจใส่ เกื้อหนุนดูแลผู้สูงอายุ มีส่วนร่วมในการดูแลผู้สูงอายุในทุก ๆ ด้าน การดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้าน และสิ่งที่อยู่อาศัยรอบ ๆ บ้าน ก็จะทำให้ผู้อยู่อาศัยรวมถึงผู้สูงอายุด้วยความอบอุ่น สุขภาพดี และปลอดภัยจากอุบัติเหตุต่าง ๆ ตลอดทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมในสังคมคือการให้ความเคารพกตัญญู กตเวทิต่อผู้สูงวัยปีประเพณีรดน้ำดำหัว การรดน้ำสงกรานต์ อีกทั้งมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลส่งเสริมสุขภาพ

ผู้สูงอายุ ด้วยการวางแผนดำเนินการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ให้ผู้สูงอายุมีและแสดงศักยภาพได้ตามความถนัดแล้ว เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง อีกทั้งการพัฒนาทักษะในการดูแลส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุมีความรู้ มีความเข้าใจของผู้สูงอายุ ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสรีระร่างกายสภาพจิตใจอารมณ์ รวมทั้งสื่อเผยแพร่ดูแลส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ และแนวทางทางบริการทางด้านสาธารณสุข เน้นการคัดกรองสุขภาพ การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ การให้บริการสุขภาพทางไกลและองค์รวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐรพี ใจงาม และคณะ (2561) ทำการศึกษาเรื่องแนวคิดการจัดการภาวะสุขภาพของบุคคลและครอบครัวที่มีสมาชิกป่วยด้วยโรคเรื้อรัง โดยสรุปงานวิจัยได้กล่าวถึง สังคม ชุมชน และครอบครัวเป็นหน่วยทางสังคมที่เล็กที่สุดในการมีบทบาทที่สำคัญเกี่ยวกับสุขภาพและความเจ็บป่วยของผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยเรื้อรัง และมีบทบาทที่สำคัญสนับสนุนให้ผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยเรื้อรัง ได้มีปรับตัว ปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิต มีแรงบันดาลใจ มีความเชื่อ ด้วยการจงใจ ด้วยความอบอุ่น โดยการสื่อสารจากบุคคลในครอบครัวมีบทบาทที่สำคัญให้ผู้สูงอายุเจ็บป่วยเรื้อรังบังเกิดคุณค่าในตนเอง สามารถจัดการตนเองทางสุขภาพได้ และอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสามารถดำรงชีวิตอยู่กับโรคได้ด้วยคามพึงพอใจ การเข้าถึงข้อมูลการดูแลสุขภาพจากสื่อเผยแพร่ในหลายรูปแบบ ได้แก่ สมาร์ทโฟน เป็นต้น การอำนวยความสะดวกเอื้อต่อการเข้าถึงข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องของหน่วยสังคม หน่วยชุมชน และหน่วยครอบครัว ตามหลักการและหัวใจสำคัญของทฤษฎีการจัดการตนเองของบุคคลและครอบครัว (the individual and family self-management theory)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1. หน่วยงานราชการได้แก่ กรมกิจการผู้สูงอายุ กรมการแพทย์ โดยสถาบันศาสตร์ผู้สูงอายุ หรือสมาคม มูลนิธิที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุนำผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางการให้ความช่วยเหลือครอบครัวที่มีผู้สูงอายุที่ต้องการการดูแลด้านสุขภาพอย่างใกล้ชิด

2. หน่วยงานราชการได้แก่ กรมกิจการผู้สูงอายุ กรมการแพทย์ โดยสถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ กระทรวงดิจิทัลเพื่อสังคม หรือสมาคม มูลนิธิ และกรุงเทพมหานคร งานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุนำผลการวิจัยไปพัฒนาศาสตร์ด้านการสื่อสารอาจต้องมุ่งไปยังกลุ่มผู้สูงอายุนอกเขตเมืองให้เพิ่มมากขึ้น

3. กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ นำผลการวิจัยเป็นฐานข้อมูลการยกระดับความเป็นอยู่ผู้สูงอายุ 5G

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ วิจัยเชิงลึกที่สอดคล้องกับบริบทผู้สูงอายุ รายประเด็น เช่น การหารายได้เพิ่มต่อวัน การพอกเพิ่มทักษะเฉพาะด้าน เช่น การเขียน การอ่าน การแปลเอกสาร การเขียนบทความ บทละคร บทเพลง หรือ การประดิษฐ์ของที่ระลึก

2. ควรทำการศึกษาการเตรียมการผู้สูงอายุ 4G ในนักเรียนประถมศึกษา หรือมัธยม เพื่อเป็นการเตรียมการในภาพรวมทั้งภูมิภาค และภาพรวมประเทศ

3. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับความยุติธรรม ความเท่าเทียม ของการช่วยเหลือสวัสดิการจากภาครัฐและภาคเอกชน

เอกสารอ้างอิง

- จิตินันท์ ฅวนิล. (2559). การเข้าถึงบริการโทรคมนาคม และการสื่อสารออนไลน์ของผู้สูงอายุไทย. *วารสาร กสทช., ประจำปี 2559*, 407-441.
- ณัฐพร ใจงาม อรุณ ชูศรี รุ่งนภา ป้องเกียรติชัย และรังสรรค์ มาระเพ็ญ. (2561). แนวคิดการจัดการภาวะสุขภาพของ บุคคลและครอบครัวที่มี สมาชิกป่วยด้วยโรคเรื้อรัง. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข*, 27(3), 1-9.
- ธีระพงศ์ สันติภพ. (2553). ผู้สูงอายุกับการเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ. ใน สุชาติ ทวีสิทธิ์ และ สวริย์ บุญย มานนท์. *ประชากรและสังคม 2553: คุณค่าผู้สูงอายุในสายตาสังคมไทย. เอกสารวิชาการสถาบัน วิจัย ประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล หมายเลข 372*. นครปฐม: ประชากรและสังคม.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทาง การศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- พัชรินทร์ พันธุ์พานิชย์. (2559). *การศึกษาการส่งมอบงานจากบันทึกเหตุการณ์ในศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าโดยใช้ Process Mining รูปแบบ Social Network Miner (Handover of Work)* (สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- ภัทริกา วงศ์อนันต์นันท์ และสรนันท์ อนุชน. (2561). เทคโนโลยีสารสนเทศต่อสังคมผู้สูงอายุ. *วารสารพยาบาล ทหารบก*, 19(3), 27-32.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ. (2564). *มส.ผส.จัดเวที วิถีชีวิตใหม่สังคมผู้สูงอายุด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล*. ค้น เมื่อ 20 เมษายน 2564 จาก <https://thaitgri.org/?p=39113>
- ศิริรัตน์ วงศ์ประกรณ์กุล. (2563). ยุคใหม่ของการดูแลสุขภาพด้วยระบบนิเวศทางธุรกิจและเทเลเฮลธ์. *วารสาร Mahidol R2R e-Journal*, 7(2), 1-15.
- สมาน ลอยฟ้า. (2554). ผู้สูงอายุกับเทคโนโลยีสารสนเทศ. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 29(2), 53-64.
- สยามรัฐ. (2560). "เปิดมุมมอง" / *สู่วัยไทยแลนด์...อยู่อย่างไรในยุค 4.0*. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564, จาก <https://siamrath.co.th/n/21850>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558ข). *รายงานเชิงวิเคราะห์เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของ ผู้สูงอายุใน ประเทศ พ.ศ. 2557*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- อภิษฎา เหล่าวัฒนพงษ์. (2554). ความต้องการและแนวทางในการจัดสวัสดิการของผู้สูงอายุด้านอาชีพ: โครงการ ส่งเสริมอาชีพ พื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยบริการ*, 22(3), 56-67.
- อรรถพล สาจิตต์คณิตกุล. (2558). *ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยกับเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในยุคหน้า*. ค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.telecomjournalthailand.com/ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย>
- อารีย์ มัยยพงษ์. (2556). สภาพและความต้องการการฝึกอบรมด้าน ICT ของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน*, 6(1), 108-119.



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

UIH digital Infrastructure & solutions BENCHACHINDA. (2564). 5G คืออะไร? เทคโนโลยีสื่อสารไร้สายน้องใหม่ ใกล้ตัวกว่าที่คิด. ค้นเมื่อ 7 เมษายน 2564, จาก <https://www.uih.co.th/th/knowledge/5g>

United Nations. (2013). *World Population Prospects, the 2012 Revision*. Retrieved 17 May 2021, from <https://www.un.org/en/development/desa/publications/world-populationprospects-the-2012-revision.html>

แรงจูงใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตา

Consumer Motivation and Behavior on Purchasing Eye-glasses

ธิดา ทรกุลแก่นชาเดช¹, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์², สุพิศ ฤทธิ์แก้ว³ และ กนกวรรณ มีสุข⁴
Tida Trakulganchadej¹, Somnuk Aujirapongpan², Supit Ritkaew³ and Kanokwan Meesook⁴

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์^{1,2,3,4}

Master of Business Administration Program, Walailak University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: dawliondawlion@gmail.com¹

Received: April 12, 2022

Revised: April 28, 2022

Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลและแรงจูงใจของพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ซื้อแว่นสายตาในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน ใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า 1) พฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นิยมเลือกซื้อแว่นสายตาที่ สถานที่บริการตรวจวัดสายตาทั่วไป มากที่สุด เหตุผลที่สนับสนุนการตัดสินใจเลือกซื้อแว่นสายตา คือ ความเชื่อมั่นในการตรวจวัดค่าสายตา ความถี่ในการใช้แว่นสายตาส่วนใหญ่ ใช้สำหรับอ่านหนังสือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการซื้อน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตนเอง จำนวนแว่นที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คือ 1 อัน 2) แรงจูงใจในการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบริการหลังการขาย ด้านการดูแลลูกค้า ด้านคุณภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความปลอดภัย 3) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตา มีความสัมพันธ์ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: แรงจูงใจผู้บริโภค, พฤติกรรมการซื้อ, แว่นสายตา

Abstract

The objectives of this research were 1) to study consumer eyeglass purchase behavior Surat Thani Province 2) to study consumer motivation in purchasing eyeglasses Surat Thani Province, and 3) to study the relationship with personal factors and motivation of eyeglass purchase behavior Surat Thani Province. This is a quantitative research. The sample group includes 400 eyeglass buyers in Surat Thani province, calculated from the Cochran (1977) formula with a precision of 95% and an error rate of 5%. Data were collected using questionnaires. The data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and Chi-Square statistic at the statistical significance level of 0.05.

The results of the study found that: 1) Eye-wear purchase behavior of consumers in Surat Thani Province was identified by various factors. For the place of purchase, consumers chose general ophthalmology services. The reason supporting the decision to buy eye-wear products was the consumers' trust in professional eye inspection. The most common type of purchased was eyeglasses. The frequency survey indicated that eyewear products were mostly bought for reading. The average expenditure per purchase was less than 5,000 baht. People influencing the decision-making were the customers themselves. The number of glasses currently in use was one piece. 2) consumers' motivation to purchase and their purchase behavior was marked at the highest level. Factors influencing purchase were after-sales service, customer care, quality, reliability, and safety. 3) Personal factors were related to eyeglass purchase behavior. There was a statistically significant relationship 0.05

Keywords: Consumer Motivation, Behavior on Purchasing, Eye-glasses

บทนำ

ในปัจจุบันสังคมไทยพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีความก้าวหน้า ผู้คนหันมาใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า ด้านการมองเห็น ของคนไทย ขณะที่ ร้อยละ 76.8 -94.6 ใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนอย่างต่อเนื่องเกือบทั้งวัน มากกว่าวันละ 10 ชั่วโมงต่อวัน (จรรยา ชิดนาคี และคณะ, 2556) มีผลกระทบเชิงลบทั้งระยะสั้นและระยะยาวของการสัมผัสรังสียูวี ไม่มีการปรับอิริยาบถ หรือ ไม่มีการกระพริบตาทำให้เกิดความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพดวงตา ที่เกี่ยวกับแสงสีน้ำเงิน ซึ่งส่งผลให้เกิดอันตรายเป็นสาเหตุทำให้รู้สึกเจ็บตา (sore eye) ตาแดง (red eye) ปวดศีรษะ (Headache) ระบบการมองเห็น (visual system) และ ผิวของกระจกตา (ocular surface) หลังจากทำงานหน้าจอคอมพิวเตอร์ 8 - 10 ชม. มีประชากร 89 % คาดว่าปี 2023 จะเพิ่มจำนวนมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

ในการรักษาพยาบาลผู้ที่มีปัญหาทางด้านสายตาต้องการผู้เชี่ยวชาญความชำนาญเฉพาะด้าน ต้องประกอบด้วย จักษุแพทย์ และทีมงานมีการนำนวัตกรรมและวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีพร้อมเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยให้แพทย์วินิจฉัยโรคได้อย่างแม่นยำ พัฒนาประยุกต์ใช้ในทางการแพทย์สาขาต่าง ๆ เพื่อหาความผิดปกติของการมองเห็นที่เป็นสาเหตุของปัญหาของประชาชน “ดวงตา” ถือเป็นอวัยวะสำคัญที่สุดส่วนหนึ่งต่อการครองชีพ สมาคมส่งเสริมวิชาการแว่นตาแห่งประเทศไทยร่วมกับภาครัฐในการจัดสนับสนุนกิจกรรม

เพื่อช่วยเหลือสังคมในประเทศ ประชาชนต่างหันมาใส่ใจให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพดวงตา รัฐบาลยังมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยวางรากฐานด้านระบบสาธารณสุข รวมทั้งจัดระบบหลักประกันสุขภาพที่มีมาตรฐาน เพื่อให้เข้าถึงการบริการที่จำเป็นขั้นพื้นฐานได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง ทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการดูแลรักษาอย่างถูกวิธี ในขณะเดียวกันธุรกิจร้านแว่นตาก็มีความจำเป็นตรงจักษุวิทยา ในปี พ.ศ. 2555 "สถานประกอบการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ" ในมาตราแห่งพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ 2555) พบว่า แว่นตา จึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ในการแก้ปัญหา สายตา จากสภาพแวดล้อมต่างๆ เพราะเป็นวิธีที่ปลอดภัยที่สุด การใส่คอนแทคเลนส์ หากไม่คำนึงถึงการรักษาความสะอาดที่เพียงพอ มีโอกาสทำให้ตาติดเชื้อ ทำให้คนส่วนใหญ่เลือกที่จะใส่แว่นตาแทน คนที่มีภาวะสายตาผิดปกติเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปีและในอีก 30 ปีข้างหน้า มากกว่าครึ่งของประชากรโลก (52%) และจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีก (10%) ท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือดของผู้ประกอบการ (จรรยา ชิดนายิ และคณะ ,2556)

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย แรงจูงใจและพฤติกรรม การซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำข้อมูลนี้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ การกำหนดกลยุทธ์การตลาด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลและแรงจูงใจของพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตา
2. ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตา

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Theories of Motivation)

Kotler and Keller (2012) ได้อธิบายถึง การนำเอาปัจจัยต่างๆ มาเป็น แรงกระตุ้นเป็นสิ่งจูงใจเหตุผลที่ก่อให้เกิดการกระทำ แนวทิศทาง เพื่อบรรลุเป้าหมายโดยองค์กรหรือบริษัทจะต้องทราบว่าผู้บริโภคมีความหวังและตอบสนองอย่างไร รวบรวมสิ่งจูงใจที่ปรารถนาเหล่านั้น เพื่อให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมออกมา

Solomon (2011) (อ้างถึงใน วิกานดา รัตนพงศ์ปกรณ, 2558) ได้อธิบายว่า แรงจูงใจ มี 2 ประเภท คือ

1. การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) การกระทำบุคคล เกิดจากสภาวะความต้องการการเรียนรู้ หรือแสวงหาบางอย่างด้วยตนเอง โดยไม่ต้องให้บุคคลอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งการจูงใจแบ่งประเภทต่อไปนี้

- ความต้องการ (Need) สิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลจะส่งผลการกระตุ้นตอบสนองก่อให้เกิดความต้องการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและความพอใจ

- เจตคติ (Attitude) ความรู้สึกนึกคิดจะกระตุ้นให้บุคคลนั้นทำพฤติกรรมที่เหมาะสม

- ความสนใจพิเศษ (Special Interest) การที่บุคคลสนใจเรื่องใดเป็นพิเศษ นับว่าเป็นแรงจูงใจทำให้เกิดความเอาใจใส่กับสิ่งเหล่านั้นเป็นพิเศษ แรงจูงใจให้เกิดบุคคล

2. การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) คือ สภาวะแรงจูงใจภายนอกนำไปสู่การกระตุ้นพฤติกรรมของบุคคล

- เป้าหมายหรือความคาดหวัง การกระทำใดๆของมนุษย์ เกิดแรงจูงใจผลักดันที่เหมาะสม

- ความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้า ย่อมเป็นแรงจูงใจให้บุคคลที่มีโอกาสเกิดพฤติกรรมตั้งใจ

- บุคลิกภาพ แรงจูงใจก่อให้เกิดพฤติกรรม ความประทับใจในตัวบุคคล

- เครื่องล่อใจอื่น ๆ สิ่งล่อใจหลายด้านเป็นแรงกระตุ้นในพฤติกรรมขึ้นได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ภัทธา รอดดำรง และสุจิตร รอดสมบูรณ์ (2559) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อใช้ส่วนบุคคล ผู้บริโภคประเภทนี้มีความหลากหลายในด้านค่านิยม วัฒนธรรม ส่งผลไปยังพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันด้วยเหตุผลในการซื้อ

อภิสรุา เพชรอยู่ และณัฏฐ์ กุลิสร (2559) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) บุคคลที่ได้รับสิ่งกระตุ้น กระบวนการเลือกซื้อ ประเมินผลการบริการทั้งในปัจจุบัน อนาคต

ธนพร คำทิพย์ และรวิดา วิริยกิจจา (2561) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาบุคคลและองค์การที่มีการเลือกซื้อ การใช้ และการกระทำเพื่อตอบสนองรับความต้องการ ปรารถนาของมนุษย์ให้หมดไป

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค ได้อธิบายถึง การตัดสินใจซื้อและใช้สินค้า โดยเฉพาะสิ่งกระตุ้นและแรงจูงใจซึ่งเป็นเรื่องราวที่ซับซ้อน

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สภาวะจากภายนอกสามารถดูแลควบคุม เพื่อให้ผู้บริโภคตอบสนองความต้องการสินค้า แรงผลักดันเป็นเหตุจูงใจทำให้เกิดการบริการ ซึ่งต้องใช้เหตุผลจูงใจซื้อ ทางด้านอารมณ์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นแรงผลักดัน สิ่งกระตุ้นด้านสินค้า (Product) ออกแบบดีไซน์ให้หรูหรา มีแตกต่างผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา (price) กำหนดคุณภาพสินค้ามีความเหมาะสมกับราคา สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อกลุ่มเป้าหมาย จัดจำหน่ายกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็ว สิ่งกระตุ้นการส่งเสริมการขาย (Promotion) การติดต่อสื่อสาร โปรโมชัน ฯลฯ

2. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) สภาพภายนอกรอบองค์กร ไม่สามารถตรวจสอบดูแลควบคุมได้ ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านทางเศรษฐกิจ (Economic) รายได้ของประชากร สภาพเงินเฟ้อ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการตอบสนองของบุคคล สิ่งกระตุ้นด้านเทคโนโลยี (Technology) ยุคปัจจุบันพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ สิ่งกระตุ้นด้านการเมืองและกฎหมาย (Law and Political) การเปิดแข่งขันเสรีทางการค้าเพิ่มหรือลดภาษีการนำเข้า ส่งผลต่อความต้องการในสินค้าชนิดนั้น การเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาล เป็นต้น สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม (Cultural) ประเพณีคนไทยเชื้อสายจีนค่านิยมซื้อของเพื่อไหว้บรรพบุรุษในงานเทศกาล ความเชื่อ บรรทัดฐาน ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นตัวช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า (Kotler and Keller, 2012)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายตา

สมาคมส่งเสริมวิชาการแว่นตาแห่งประเทศไทย (2558) ความรู้เกี่ยวกับสายตาประเภทต่าง ๆ (Different Refractive Status of the Eye) การทำงานของดวงตาการรับแสงของเลนส์แก้วตา ช่วยในการมองเห็นการอ่าน การเขียน การรับรู้สิ่งต่าง ๆ สาเหตุอื่นใดที่ทำให้มองเห็นภาพไม่ชัดเจนเราเรียกว่า สายตาผิดปกติ (Refractive error) ประเภทสายตาแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. สายตาปกติ (Emmetropia) คือ ภาวะโครงสร้างตาโฟกัสพอดีที่จอรับภาพ (Retina) ทำให้การมองเห็นภาพเป็นปกติ

2. สายตาสั้น (Myopia หรือ Nearsightedness) คือ ภาวะที่มองไกลไม่ชัด แต่มองใกล้ชัด พบตั้งแต่อายุ น้อย จนถึงวัยผู้ใหญ่ สาเหตุหลักเกิดขึ้นจากพันธุกรรม โดยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมส่งผลกระทบ แต่ในบางคน อาจพัฒนาสายตาสั้นเพิ่มขึ้น คือ ความยาวของลูกตา วิธีแก้ไขโดยใช้เลนส์เว้าเป็นเลนส์แว้า

3. สายตายาว (Hyperopia หรือ Farsightedness) คือ ภาวะที่ดวงตามีกำลังหักเหน้อยกว่าปกติ สาเหตุมาจากพันธุกรรม หรือลูกตาอาจจะมีขนาดเล็กเกินไป รวมทั้งภาวะที่กระจกตามีความโค้งขนาดลูกตาสั้นกว่าปกติ ซึ่งเป็นผลทำให้แสงจากวัตถุในระยะอนันต์ ผ่านเข้ามาในดวงตาภาวะที่ไม่มีการเพ่งสายตา (การปรับโฟกัส ระยะใกล้) มีผลทำให้เกิดจุดโฟกัสไปตกบริเวณด้านหลังของจอรับภาพ ดังนั้น ภาพที่ตกบนจอรับภาพจึงไม่ชัด ซึ่งสามารถแก้ไขโดยใช้เลนส์นูน หรือโดยการ accommodation ของเลนส์ตาเพื่อเพิ่มกำลังหักเหแสงของดวงตา

4. สายตาเอียง (Astigmatism) คือ ภาวะที่แสงจากวัตถุเมื่อผ่านเข้ามาในดวงตา จะมีการหักเหของแสงไม่เท่ากันในแต่ละระนาบของแนวแสง จึงไม่สามารถโฟกัสที่จุดเดียวกันบนจอรับภาพ (retina) มีผลทำให้มองเห็นภาพไม่ชัด สาเหตุ ส่วนใหญ่มักเกิดจากรูปทรงของกระจกตาคurved และเลนส์ตาผิดปกติ ซึ่งเป็นมาแต่กำเนิดหรือเกิดขึ้นจากโรคตา หรืออุบัติเหตุ คนที่มีปัญหาสายตาเอียง มักจะมีอาการมองเห็นภาพไม่ชัด มีเงาซ้อน มักจะแยกเลข 9 เลข 8 หรือ เลข 6 ไม่ค่อยออก รวมทั้งอาการ เมื่อยตา ปวดศีรษะ

5. สายตาผู้สูงอายุ (Presbyopia) คือ ภาวะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในเลนส์ตา อายุมากขึ้นจะมีการแข็งตัวกว่าตอนที่อายุน้อย ทำให้ค่ากำลังหักเหลดลง Accommodation ลดลงด้วย เริ่มมีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป สาเหตุ คนตั้งแต่อายุ 40 ปีขึ้นไป โดยมีการมองใกล้ ๆ ไม่ชัดเจน ในขณะที่มองไกลยังเห็นวิธีสังเกตง่าย ๆ อ่านหนังสือไม่ได้แต่บางคนอาจมีอาการปวดตา ปวดศีรษะ เวลาใช้สายตามองใกล้และอาจแสบตา เคืองตา วิธีแก้ไขโดยใช้เลนส์แว่นตาเป็นเลนส์นูน

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้มีปัญหามากกว่าสายตาสั้น สายตาเอียง สายตายาว และสายตาผู้สูงอายุ เมื่อมีอาการสายตาไม่ว่าจะในช่วงอายุใด ควรจะต้องได้รับการตรวจสายตาจะช่วยให้วินิจฉัยสาเหตุได้ถูกต้องและได้รับการรักษาที่ถูกต้อง

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแว่นตา

ไทรภพ ศักดิ์ศรีชัย (2556) ได้ให้ความหมาย วงการธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายและการให้บริการแว่นตามีหลายบริษัทที่บรรลุเป้าหมายและไม่บรรลุเป้าหมาย จะเห็นได้ว่ารูปแบบการแข่งขันทางธุรกิจร้านแว่นตาได้เปลี่ยนแปลง เพื่อกระตุ้นความต้องการและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

ประเภทของกรอบแว่นตาแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. กรอบแว่นสายตา (Optical glasses) โดยส่วนมากจะออกแบบให้หน้าแว่นอยู่ในรูปทรงเรียบ ๆ ดุสภาพก้านขาจะเล็กและเรียว, เบา, ใส่สบาย มีเพชร ลวดลายประดับให้สวยงามสีที่ใช้ สีดำ, สีทอง, สีเงิน
2. กรอบแว่นกันแดด (Sunglasses) โดยส่วนมากแว่นกันแดดจะออกแบบให้รูปทรงทันสมัยหน้าแว่นจะโค้งกว้าง, กรอบจะดูหนาตามสมัยนิยม ก้านขาจะใหญ่เลนส์จะทึบ
3. กรอบแว่นพิเศษ ออกแบบมาเพื่อให้เหมาะกับการใช้งาน หรือ บางรุ่นผลิตจำนวนจำกัดเพื่อเป็นของที่ระลึกบางคนนิยมซื้อของสะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแรงจูงใจและพฤติกรรมกรซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรทั่วไปที่มาซื้อแว่นสายตา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่เคยซื้อแว่นสายตา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้สูตรการคำนวณขนาดของ W.G. Cochran (1977) (อ้างถึงใน จิตรกมล สังข์เพชร, 2558) ซึ่งได้กำหนดสัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่มร้อยละ 50 หรือ 0.5 โดยมีค่าความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ 5% ($e = 0.05$) จากการกำหนดด้วยสูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง แต่ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เพื่อความผิดพลาด ซึ่งได้มาโดยจากกลุ่มตัวอย่างโดยไม่คาดคะเน ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นด้วยมีขั้นตอนตามลำดับ พัฒนาปรับปรุง รวมทั้งการศึกษาจากงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมทั้งตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่กำหนดไว้ โดยแยกออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วย จำนวนคำถามทั้งหมด 6 ข้อ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งหมด 5 ด้าน จำนวนทั้งหมด 23 ข้อ คำถาม ด้านที่ 1 ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านที่ 2 ด้านคุณภาพ ด้านที่ 3 ด้านความปลอดภัย ด้านที่ 4 ด้านการดูแลลูกค้า ด้านที่ 5 ด้านบริการหลังการขาย ใช้มาตรวัดแบบมี Likert scale (Likert, 1961) โดยใช้ระดับแรงจูงใจการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งหมด 7 ข้อ คำถาม เป็นแบบมีหลายคำตอบ โดยเลือกเพียงคำตอบข้อเดียว หรือมากกว่าหนึ่งคำตอบ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการประกอบการศึกษา แบ่งออก 2 แบบ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมผลการแจกแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตัวเองและมีการแจ้งถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีการขออนุญาตกลุ่มตัวอย่างก่อนทุกครั้ง ซึ่งแบบสอบถามดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี สถานที่ใดที่ท่านนิยมเลือกซื้อแว่นสายตา เหตุผลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อแว่นสายตา ประเภทแว่น/เลนส์ แบบใดที่ท่านเลือกซื้อ ความถี่ที่สำคัญในการใช้แว่นสายตา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจำนวนแว่นที่ใช้อยู่ปัจจุบัน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการรวบรวมจากแหล่งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค โดยมีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวข้องดังนี้ 1) ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต 2) หนังสือนิตยสารและ 3) วิทยานิพนธ์ และ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องแล้วคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Science) มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

2.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรม การซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภคนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอของรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของผู้บริโภคในการซื้อแว่นสายตา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาจำแนกระดับความสำคัญโดยให้คะแนนเป็นรายข้อ แล้วนำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 การทดสอบระดับด้านของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

2.4 การทดสอบระดับแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัย

1) พฤติกรรม การซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ สถานที่ใดที่ท่านนิยมเลือกซื้อแว่นสายตา เหตุผลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อแว่นสายตา ประเภทแว่น/เลนส์แบบใดที่ท่านเลือกซื้อ ความถี่ที่สำคัญในการใช้แว่นสายตา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวนแว่นใซ้อยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสถานที่

สถานที่ใดที่ท่านนิยมเลือกซื้อแว่นสายตา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานที่บริการตรวจวัดสายตาทั่วไป	285	71.3
ห้างสรรพสินค้า	50	12.5
โรงพยาบาล/โรงพยาบาลจักษุแพทย์	21	5.3
คลินิกหมอมตา	43	10.8
อื่นๆ	1	0.3
รวม	400	100

จากผลตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อแว่นสายตาที่ สถานที่บริการตรวจวัดสายตาทั่วไป ร้อยละ 71.3 รองมา ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 12.5 คลินิกหมอมตา ร้อยละ 10.8 โรงพยาบาล/โรงพยาบาลจักษุแพทย์ ร้อยละ 5.3

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อแว่นสายตา

เหตุผลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อแว่นสายตาจากข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
พนักงานเป็นกันเอง /บริการที่รวดเร็ว	184	13.90
เชื่อมั่นในการตรวจวัดค่าสายตา	291	22.00
เชื่อมั่นในคุณภาพเลนส์สินค้า	268	20.20
มีกรอบแว่นตาให้เลือกหลากหลาย	209	15.80
อื่นๆ		28.10
รวม	400	100

ผลตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การตัดสินใจเลือกด้วยเหตุผล เชื่อมั่นในการตรวจวัดค่าสายตา จำนวน 291 คน ร้อยละ 22.00 รองมา เชื่อมั่นในคุณภาพเลนส์สินค้า จำนวน 268 คน ร้อยละ 20.20 กรอบแว่นตาเลือกหลากหลาย จำนวน 209 คน ร้อยละ 15.80 พนักงานเป็นกันเอง /บริการที่รวดเร็ว จำนวน 184 คน ร้อยละ 13.90

ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประเภทแว่น/เลนส์ที่เลือกซื้อ

ประเภทแว่น/เลนส์แบบใดที่ท่านเลือกซื้อ (สามารถเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แว่นสายตา	296	39.50
เลนส์ธรรมดา	108	14.40
เลนส์มัลติโค้ด	113	15.10
เลนส์ปรับแสง	116	15.50
อื่นๆ		15.50
รวม	400	100

ผลตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อแว่นมากที่สุด แว่นสายตา 296 คน ร้อยละ 39.50 รองมา เลนส์ปรับแสง 116 คน ร้อยละ 15.50 เลนส์มัลติโค้ด 113 คน ร้อยละ 15.10 เลนส์ธรรมดา 108 คน ร้อยละ 14.40

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความสำคัญในการใช้แว่นสายตา

ท่านมีความถี่ที่สำคัญในการใช้แว่นสายตากับสิ่งใดมากที่สุด (สามารถเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้สำหรับอ่านหนังสือ	190	30.90
ใช้สำหรับทำคอมพิวเตอร์	151	24.60
ใช้สำหรับขับรถ	98	15.90
ใช้เป็นประจำในชีวิตประจำวัน	176	28.60
รวม	400	100

ผลตารางที่ 4 พบว่า ความสำคัญในการใช้แว่นสายตามากที่สุด ใช้สำหรับอ่านหนังสือ ร้อยละ 30.90 รองมา ใช้เป็นในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 28.60 ใช้สำหรับทำคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 24.60 และใช้สำหรับขับรถน้อยที่สุด ร้อยละ 15.90

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งที่ซื้อแว่นสายตา

ท่านมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งที่ท่านซื้อแว่นสายตาประมาณเท่าใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	261	65.3
5,001 – 10,000 บาท	112	28
10,001 – 15,000 บาท	12	3
15,001 – 20,000 บาท	5	1.3
มากกว่า 20,000 บาท	10	2.5
รวม	400	100

จากผลตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 65.3 รองมา 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 28 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 3 มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 2.5 และ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นสายตา

บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นสายตา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	291	72.8
เพื่อน/สมาชิกในครอบครัว	82	20.5
พนักงานขาย	25	6.3
บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น นักแสดง นักร้อง	2	0.5
รวม	400	100

ตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อแว่นสายตาด้วยตนเอง ร้อยละ 72.8 รองมา เพื่อน/สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 20.5 พนักงานขาย ร้อยละ 6.3 และบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น นักแสดง นักร้อง ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามจำนวนแว่นที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

จำนวนแว่นที่ใช้อยู่ปัจจุบันท่านมีอยู่กี่อัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 อัน	221	55.3
2 อัน	128	32
3 อัน	30	7.5
มากกว่า 3 อัน	21	5.3
รวม	400	100

ตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนแว่นที่ใช้อยู่ 1 อัน ร้อยละ 55.3 รองมา 2 อัน ร้อยละ 32 3 อัน ร้อยละ 7.5 มากกว่า 3 อัน น้อยที่สุด ร้อยละ 5.3

2) ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการศึกษาด้านแรงจูงใจ โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านการดูแลลูกค้า และด้านบริการหลังการขาย

ตารางที่ 8 ระดับปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยแรงจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.19	.38	มาก
ด้านคุณภาพ	4.23	.41	มากที่สุด
ด้านความปลอดภัย	4.17	.41	มาก
ด้านการดูแลลูกค้า	4.23	.46	มากที่สุด
ด้านบริการหลังการขาย	4.25	.45	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.21	.32	มากที่สุด

จากผลตารางที่ 8 แสดงให้เห็นถึงกลุ่มตัวอย่างระดับปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่ละด้าน โดยรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .323 พิจารณาเป็นด้าน สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ด้านบริการหลังการขาย ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .323 รองมา ด้านการดูแลลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .457 ด้านคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .410 ด้านความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .382 และด้านความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .415

3) ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 9 การทดสอบผลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนบุคคล	สถานที่ใดที่ท่านนิยมเลือกซื้อแว่นสายตา	
	Chi-square	Sig.
เพศ	1.093	.579
อายุ	10.482	.233
สถานภาพ	5.329	.255
ระดับการศึกษา	10.257	.036*
อาชีพ	15.361	.052
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน	9.938	.269

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากผลตารางที่ 9 การทดสอบผลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสถานที่นิยมเลือกซื้อแว่นตาพบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี เรื่องสถานที่ใดที่ท่านนิยมเลือกซื้อแว่นสายตา มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระดับแรงจูงใจกับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 10 การทดสอบผลความสัมพันธ์ระหว่างระดับแรงจูงใจกับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาผู้บริโภค

ระดับแรงจูงใจ	สถานที่ใดที่ท่านนิยมเลือกซื้อแว่นสายตา	
	Chi-square	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือ	1.843	.398
ด้านคุณภาพ	.546	.969
ด้านความปลอดภัย	4.026	.403
ด้านการดูแลลูกค้า	2.242	.691
ด้านบริการหลังการขาย	1.362	.851

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากผลตารางที่ 10 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับแรงจูงใจกับสถานที่ใดที่ท่านนิยมเลือกแว่นสายตา พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านการดูแลลูกค้า ด้านบริการหลังการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัย แรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1) พฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า สถานที่ที่นิยมเลือกซื้อแว่นสายตา คือ สถานที่บริการตรวจวัดสายตาทั่วไป เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อแว่นสายตา ด้วยเชื่อมั่นในการตรวจวัดค่าสายตา ประเภทแว่น/เลนส์ที่เลือกซื้อ คือ แว่นสายตา เพื่อใช้สำหรับอ่านหนังสือ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจแว่นสายตา ตนเอง จำนวนแว่นที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน 1 อัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธिता แก้วมา (2556) ที่ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภคเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแว่นตาที่ร้านแว่นตาทั่วไป แต่ขัดแย้งกับผลงานวิจัย สิริมา ศิริพรพันธ์ (2555) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นสายตาจากร้านขายแว่นตา ตลาดนัดที่จังหวัดเลยในเรื่องเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเพื่อแก้ปัญหาสายตา บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อน พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมซื้อแว่นสายตาในร้านแว่นตาทั่วไปเนื่องจาก สะดวกต่อการเดินทางและมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า โรงพยาบาลจักษุแพทย์ และคลินิกหมอตา

2) ปัจจัยแรงจูงใจในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับแรงจูงใจมากที่สุด 3 ด้าน คือ 1 ด้านบริการหลังการขาย เนื่องจากมี ระยะเวลาของการรับประกันสินค้ามีความเหมาะสม จากข้อนี้ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ นรสนันท์ วัชรเมธีกุล (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจผู้บริโภคการใช้บริการร้านแว่นตา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพฤติกรรมหลังการตัดสินใจ 2) ด้านการดูแลลูกค้า พนักงานมีความใส่ใจ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถตอบข้อซักถามและแก้ไขรับฟังปัญหาลูกค้าได้อย่างถูกต้อง 3) ด้านคุณภาพ ห้องตรวจวัดสายตา จัดเป็นสัดส่วน ได้ขนาดมาตรฐานรับรอง สธ. ที่ระดับแรงจูงใจมาก มี 2 ด้าน คือ 1 ด้านความน่าเชื่อถือ เพราะ ชื่อร้านและตราสินค้า มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ จากข้อนี้ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ชญานนท์ ใช้สง่า (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความไว้วางใจในตราสินค้าชุมชนออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมผู้บริโภค เขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือความไว้วางใจในตราสินค้า 2) ด้านความปลอดภัย ใช้เลนส์ที่มีมาตรฐานมีความปลอดภัยช่วยในการถนอมสายตา

3) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไตรภพ ศักดิ์ศรีชัย (2556) ในปัจจัยสถานภาพ ระดับช่วงการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัย ด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนระดับแรงจูงใจที่ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาระดับแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านการดูแลลูกค้า และด้านบริการหลังการขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค ที่ระดับ 0.05 นัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งใกล้เคียง

ผลงานวิจัยของ ธนพร คำทิพย์ และ รวีดา วิริยกิจจา (2561) ที่ได้ศึกษา แรงจูงใจและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Mobile-Banking ของธนาคารออมสิน เขตเพชรบูรณ์ จากการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับเหตุผล ประเภทที่เลือกใช้บริการ ความถี่ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยเรื่อง สถานที่นิยมให้บริการ บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยนี้

1. ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตา ผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มรูปแบบในการขายให้ทันสมัย อย่างเช่น เรื่องของการโฆษณาสินค้าผ่านระบบออนไลน์ที่มีกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เข้าถึงง่าย และปรับรูปแบบของแว่นให้มีความทันสมัยเหมาะสมกับกลุ่มวัยโดยคำนึงถึงประสิทธิภาพ โดยควรทำแบบสำรวจความต้องการในด้านต่าง ๆ ของแว่นตาเพิ่มเติมในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา

2. ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตอบในส่วนในเรื่องราคา ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตา ผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มในส่วนโปรโมชั่น ต่าง ๆ เพื่อให้เป็นจุดสนใจของผู้บริโภคและควรมีการจัดทำระบบของบัตรสมาชิก เพื่อให้มีสิทธิต่าง ๆ กับผู้บริโภค อย่างเช่น เป็นสมาชิกสะสมคะแนนแลกส่วนลดเพื่อกระตุ้นเพิ่มฐานผู้บริโภค

3. ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตอบในส่วนในเรื่องโปรโมชั่น ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตา ผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มในส่วนโปรโมชั่นต่าง ๆ หรือควรมีการจัดโปรโมชั่นประจำเดือน อย่างเช่น โปร 1 แถม 1 ของวันที่ 3 เดือน 3 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างให้ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. กลุ่มผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปผู้ศึกษาควรมุ่งเน้นไปในผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ

2. การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะแรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไป ควรแบ่งกลุ่มตัวอย่าง เฉลี่ยให้เหมาะสม เช่น กรณีของอายุ เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาประเด็น ปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภค เช่น ปัจจัยเศรษฐกิจ ปัจจัยการลงทุน

เอกสารอ้างอิง

จรรยา ชิดนายิ, วิรงค์รอง จารุชาติ และ ศศิธร ชิดนายิ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างความล่าช้าของสายตากับการตรวจสมรรถภาพทางสายตา ในกลุ่มผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ในโรงพยาบาลอุดรดิตต์. *วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 7(2), 47-56.

จิตรกมล สังข์เพชร. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า สาขาสุราษฎร์ธานี* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

- ชญาณนท์ ใช้สง่า. (2560). ปัจจัยความไว้วางใจในตราสินค้า และชุมชนออนไลน์ของตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชุมพูนุท อารัญญาณ. (2556). ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมในการเลือกซื้อทองคำรูปพรรณของประชากรในอำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารการตลาดและการสื่อสาร*, 1(4), 59.
- ไตรภพ ศักดิ์ศรีชัย. (2556). พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อแว่นสายตา (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนพร คำทิพย์ และรวิดา วิริยกิจจา. (2561). แรงจูงใจและพฤติกรรมในการใช้บริการ Mobile-Banking ของธนาคารออมสิน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน จังหวัดเพชรบูรณ์ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นรสนันท์ วัชรเมณีกุล. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านแว่นตาในภาคตะวันตกของประเทศไทย (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- นิภาพรรณ จันทรา. (2557). พฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแว่นตาของผู้ชายเมโทรเช็ทชวลในเขต กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประกิจ จีพัฒน์กุล. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อทองคำของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- พรทิพย์ สุตริยะ. (2550). ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พันธิตรา แก้วมา. (2556). พฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภค ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- ภัทรา รอดดำรง และ สุจิตรา รอดสมบูรณ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามคอลลาเจนผ่านทางเฟซบุ๊ก (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิกานดา รัตนพงศ์ปกรณ์. (2558). อิทธิพลของค่านิยม การบอกเล่าปากต่อปากและการโฆษณาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรสวรรค์ สิริวัฒนเศรษฐ์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าไนกี้ (NIKE) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และ คณะ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- สมาคมส่งเสริมวิชาการแว่นตาของประเทศไทย. (2558). วันชาวแว่นตาครั้งที่ 17 ครบรอบ 39 ปี. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมวิชาการแว่นตาของประเทศไทย.
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2555). กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563, จาก http://www.thaispa.go.th/spa2013/web/web_new/

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). ความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพดวงตาจากการใช้คอมพิวเตอร์แลโทรทัศน์มือถือ. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries22.html>
- สิรินัดดา ศิริสาคร. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับเงิน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิริมา ศิริพรพันธ์. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาในตลาดนัดที่จังหวัดเลย (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อภิสร่า เพชรอยู่ และ ณิช กุลิสร์. (2559). ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Sharma, I. P. (2018). *Impact of myopia and high myopia [Slide]*. Retrieved 9 December 2021, from <https://www.slideshare.net/indrapsharma/impact-of-myopia-and-high-myopia>
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 13th ed. New Jersey: Prentice Hall.

**บทบาทของรัฐในการส่งเสริมความพร้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563**
**The Role of The State in Promoting The Readiness of Small and Medium-Sized
Enterprises (Smes) in The Food And Beverage Business**
Between 1997 and 2020

เบญจรงค์ สวัสดิ์พาณิชย์
Benjarong Sawasphanich
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Ramkhamhaeng University, Thailand
E-mail: suriya.jdar@gmail.com

Received: April 19, 2022

Revised: April 28, 2022

Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563 2) เพื่อศึกษาอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองการปกครองไทยกับความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางสังคม และเศรษฐกิจของประเทศ พ.ศ. 2540-2563 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563 เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกยุคสมัย แต่ยังไม่เป็นรูปธรรมและเป็นบทบาทในเชิงรับเท่านั้น 2) อุปสรรคและปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มไทยเสมอมา คือ วิสาหกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ปัญหาการพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการ ความไม่แน่นอนของเทคโนโลยีเครื่องจักร และความปลอดภัยของอาหาร เป็นต้น 3) เสถียรภาพทางการเมืองการปกครองไทยจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับวิสาหกิจกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นไปในลักษณะการเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐกับภาคธุรกิจยังมีความเข้มแข็งไม่เพียงพอ กล่าวคือ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนไม่สามารถดำเนินงานร่วมกันได้อย่างเต็มศักยภาพ

คำสำคัญ: บทบาทของรัฐ, ความพร้อมของผู้ประกอบการ, การส่งเสริมผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the role of the government sector in promoting small and medium-sized enterprise entrepreneurs in the food and beverage business group 1997-2020 2) to study the obstacles and problems in business operations. of small and medium-sized enterprises in the food and beverage business group 1997-2020 3) to study the

relationship between Thai politics and government and the readiness of small and medium-sized enterprises in the food and beverage business that affect social development and the national economy 1997-2020 is a qualitative research It consists of research papers. and in-depth interviews Data analysis uses inductive analysis. and content analysis

The results of the research showed that 1) the role of the government in the development and promotion of small and medium enterprises (SMEs) in the food and beverage business group 1997-2020 has occurred continuously in every era. But it is not concrete and only a reactive role. 2) The main obstacle and problem that has always occurred to Thai food and beverage business enterprises is that most enterprises cannot access funding sources. Problems in the development of innovative products and services Uncertainty of machine technology and food safety etc. 3) Political and administrative stability in Thailand will have a direct relationship with enterprises in the food and beverage business group in which the linkage between the government and business sectors is not strong enough. That is, government agencies and the private sector cannot work together to their full potential.

Keywords: The role of the state, The readiness of entrepreneurs, The promotion of entrepreneurs

บทนำ

จากการที่ประเทศไทยยังอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบทำมากได้น้อยจึงเป็นสิ่งที่ ทำให้ประเทศไทยยังติดกับดักของการเป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางอยู่เท่านั้น และเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นได้ว่า ประเทศไทยยังไม่สามารถที่จะขยับขึ้นไปแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่ขับเคลื่อนประเทศด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และการมีความคิดสร้างสรรค์เหมือนกับประเทศไทยที่พัฒนาแล้วได้ ในขณะเดียวกันประเทศไทยเองก็ไม่สามารถขยับลงมาแข่งกับประเทศคู่แข่งที่ขับเคลื่อนด้วยการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำด้วยแรงงานจำนวนมากและสินค้าถูกได้อีกเช่นกัน (เสาวณี จันทะพงษ์ และขวัญวิ วัฒนสกุล, 2559) นอกจากนั้น อีกประเด็นสำคัญที่ปรากฏให้เห็นในบริบทของประเทศไทย คือ การที่ประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำทางรายได้สูงเป็นอันดับที่ 2 ของทวีปเอเชีย และหากพิจารณาสัดส่วนรายได้ของประชากรและการถือครองทรัพย์สินระหว่างปี พ.ศ. 2531-2550 พบว่า สัดส่วนรายได้ของประชากรร้อยละ 20 ที่รวยที่สุดมีรายได้รวมกันประมาณร้อยละ 55 ของรายได้รวมทั้งประเทศ แต่ในขณะที่กลุ่มที่จนที่สุดร้อยละ 20 มีรายได้รวมกันคิดเป็นเพียงร้อยละ 4 ของรายได้รวมทั้งประเทศเท่านั้น (ทิปติ ทัพพรณ์ และธีรวัฒน์ จันทิก, 2560) ซึ่งผู้วิจัยพบว่าประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำและแตกต่างทางรายได้กันมากจนเกินไป จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคง และยั่งยืนทางเศรษฐกิจได้มากไปกว่าที่เป็นอยู่เช่นปัจจุบัน

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ภาครัฐให้การสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมนับตั้งแต่ที่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) เป็นต้นมา โดยมีภาคอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมแรก ๆ ของประเทศที่ภาครัฐให้การสนับสนุนในอันดับต้น ๆ เนื่องจากเป็นความได้เปรียบของประเทศไทยที่มีทรัพยากรหรือวัตถุดิบในประเทศอย่างอุดมสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นภาคการเกษตรหรือแรงงานด้านการเกษตร ที่มีอยู่ทั่วทั้งประเทศเป็นส่วนใหญ่ อันเป็นวิถีชีวิตของคนไทยสืบเนื่องกันมานั้น จวบจนปัจจุบันในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่ภาครัฐก็ยังให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมอาหารของไทยเสมอมาอยู่เช่นกัน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12, 2559) ดังนั้น ภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทยก็ยังคง

มีความสำคัญและมีบทบาทในการส่งเสริมทั้งในทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นมูลค่าทางด้านรายได้ที่ปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจน รวมถึงมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศอีกด้วยนั้น

แต่การที่ประเทศไทยให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมหนักอื่น ๆ มากจนเกินไป อาทิเช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ หรืออุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ทำให้อุตสาหกรรมดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างชัดเจนและทำให้เติบโตไปได้อย่างรวดเร็ว ในทางตรงกันข้ามภาครัฐกลับละเลยที่จะให้ความช่วยเหลือดูแลอุตสาหกรรมอาหารของไทยให้พัฒนาก้าวไกลเทียบเคียงกับอุตสาหกรรมหนักดังกล่าวได้เท่าที่ควรนั้น และด้วยความเชื่อที่ว่าการผลิตอุตสาหกรรมหนักมีมูลค่าหรือทำให้ได้ราคาสินค้าที่มีมูลค่าสูงกว่าการผลิตจากภาคอุตสาหกรรมอาหารที่ประเทศไทยมีพื้นฐานหรือต้นทุนด้านทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมากมาย (สุนทร เล็กอุทัย, 2553) ซึ่งผู้วิจัยมองว่า เป็นเรื่องที่ภาครัฐหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติกันตรงนี้เสียใหม่ เนื่องจากว่า หากหน่วยงานภาครัฐบริหารจัดการอุตสาหกรรมอาหารของประเทศให้สามารถเจริญก้าวหน้าไปได้มากกว่านี้ หรือมีการพัฒนานโยบายและการสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยให้เกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์แบบแล้วนั้น ประโยชน์ที่เกิดขึ้นก็จะตกอยู่กับสังคมและเศรษฐกิจของไทยและยังจะก่อให้เกิดประโยชน์กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอื่นได้อีกอย่างมากมาย

เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็นอุตสาหกรรมที่ถือได้ว่า ประเทศไทยมีต้นทุนทางด้านนี้สูง และมีทรัพยากรที่มากเพียงพอที่จะทำให้วิสาหกิจต่าง ๆ ทั่วประเทศเติบโตขึ้นมาได้ แต่ในความเป็นจริงการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจไทยยังปรากฏอุปสรรคต่าง ๆ ให้เห็นอยู่มากมาย โดยเฉพาะอุปสรรคจากกฎระเบียบของภาครัฐ อาทิ การขอใบอนุญาต หรือการขอการรับรองต่าง ๆ มีขั้นตอนมากใช้ระยะเวลานาน หรือมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป เป็นต้น ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องเร่งแก้ไขปรับปรุงเรื่องดังกล่าวให้ การบริการของภาครัฐมีความสะดวก และไม่เป็นภาระแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอีกต่อไป รวมไปถึงการแก้ไขกฎหมายบางเรื่องให้ทันสมัยมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ภาครัฐต้องเตรียมความพร้อมให้ได้มากกว่านี้ (สำนักงานฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs, 2559) กล่าวคือ ภาครัฐต้องเร่งยกระดับการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดอยู่ให้มีความพร้อมรองรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความต้องการที่หลากหลาย อันจะเป็นการสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจมีความง่ายและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจไทยหลายด้าน และทำให้เกิดการจ้างงานมากที่สุด เมื่อศึกษาลงไปรายละเอียดก็ยิ่งพบอีกว่า มีการจ้างงานมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) การขายปลีก ยกเว้นยานยนต์และจักรยานยนต์ (2) การขายส่ง ยกเว้นยานยนต์และจักรยานยนต์ (3) การอาหารและเครื่องดื่ม (4) กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ และ (5) การก่อสร้างอาคาร อีกทั้งการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) จำนวนมากถึง 12,060,369 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 69.48 ของการจ้างงานทั้งหมด (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2563) ซึ่งเป็นการจ้างงานที่มีสัดส่วนมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่อีกด้วยนั้น ยิ่งทำให้ผู้วิจัยเห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็นสาขาการผลิตที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมไทย เป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอีกมากมาย และยังเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศอยู่ในอันดับที่ 1 คิดเป็นมูลค่าถึง 941,693 ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถึง 312,848 ล้านบาท หรือมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 33.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมฯ ในสาขาอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด(ศุภริน เจริญพานิช, 2562)

ดังนั้น ด้วยปัจจัยด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถือเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน อีกทั้งอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทยจัดได้เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง เพราะประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์และพื้นฐานของประเทศไทยที่เป็นประเทศเกษตรกรรมนั้น จึงนับเป็นโอกาสของประเทศไทยที่จะสร้างสรรค์และพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นไปอีก การศึกษาและทำความเข้าใจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้องละเอียดถี่ถ้วนที่สุด และหน่วยงานภาครัฐสามารถนำเอาองค์ความรู้ที่ได้ไปกำหนดนโยบาย แผนงาน มาตรการ โครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและเป้าหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มให้ได้มากที่สุดแล้วนั้น เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยตระหนักและให้ความสำคัญสำหรับการวิจัยเรื่อง “บทบาทของรัฐในการส่งเสริมความพร้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563” ในครั้งนี้ เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ในการที่จะพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง การปกครองของประเทศให้เกิดความแข็งแกร่งได้ต่อไป รวมทั้งเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำเอาองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ในการดำรงอยู่ หรือสร้างความเจริญก้าวหน้าอีกสืบไป

กล่าวคือ หากภาครัฐสามารถส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยเกิดความพร้อมในทุก ๆ มิติ ทั้งในด้านองค์ความรู้หรือนโยบายและมาตรการต่าง ๆ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยพัฒนาเท่าเทียมกับนานาประเทศได้ สร้างความสามารถในการแข่งขันให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยได้อย่างเป็นรูปธรรมแล้วนั้น ทุกสิ่งอย่างที่ประกอบกันจะนำไปสู่การเติบโตและเจริญก้าวหน้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเป็นไปดังคติพจน์ของรัฐบาลที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” สู่การเป็นประเทศไทย 4.0 ที่สมบูรณ์ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563
2. เพื่อศึกษาอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองการปกครองไทยกับความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางสังคม และเศรษฐกิจของประเทศ พ.ศ. 2540-2563

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่

การจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management--NPM) เป็นปรัชญาการบริหารจัดการที่ภาครัฐสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างระบบการบริหารจัดการภาครัฐให้มีความทันสมัยยิ่งขึ้น ซึ่งการเกิดขึ้นของแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ในหลาย ๆ ประเทศ เพื่อต้องการสร้างหน่วยงานให้มีการขับเคลื่อนด้วยพันธกิจ มีการกระจาย อำนาจ มีลักษณะที่ยืดหยุ่น มีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ความต้องการที่จะให้หน่วยงานเป็นไปในแนวทางดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการปรับปรุงและพัฒนาระบบการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในฐานะผู้รับบริการสาธารณะได้อย่างครอบคลุม สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น กล่าวคือ แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มีหลักการสำคัญ คือ การมุ่งเน้นการลดขนาดขององค์กรให้มีความคล่องตัวเพื่อสะดวกรวดเร็วมีคุณภาพ และยังมีประสิทธิภาพในการ

บริหาร ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลง พัฒนาการให้บริการที่ทันสมัย โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน และยึดประโยชน์ของประชาชนผู้ให้บริการเป็นเป้าหมายหลัก (สมพงษ์ เกศานุช และคณะ, 2560)

โดยแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ถือกำเนิดจากการที่ Hood (1991) ศึกษาการปฏิรูประบบบริหารงานภาครัฐของประเทศความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development-OECD) ในช่วงทศวรรษ 1980 เมื่อได้สำรวจและเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารงานที่แต่ละประเทศได้ดำเนินการไปแล้ว จึงสรุปความเหมือน (Similarities) เป็นหลักการสอนออกมาเป็น 7 แนวทาง และเรียกแนวทางเหล่านั้นว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management--NPM) ซึ่งเกิดมาจากการรวมตัวของสองกระแสแนวคิดหลัก โดยกระแสแนวคิดแรก คือ แนวคิดเศรษฐศาสตร์สถาบันใหม่ (New Institutional Economics) ที่เกิดมาจากทฤษฎีทางเลือกสาธารณะ ทฤษฎีว่าจ้าง-ตัวแทน (Principal-Agent Theory) และทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม (Transaction Theory) ซึ่งมองการเมืองเปรียบเสมือนปรากฏการณ์ทางการตลาด และอีกกระแสแนวคิดหนึ่ง คือ แนวคิดการจัดการนิยม (Managerialism) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการปฏิรูปการบริหารภาครัฐ โดยนำเอาวิธีการหรือเทคนิคต่าง ๆ ของภาคธุรกิจเอกชนมาใช้ หรือเป็นการบริหารงาน เลียนแบบภาคเอกชน (ภัสรินทร์ พวงเถื่อน, 2561) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดของ Cristopher Hood ที่อธิบายถึงลักษณะสำคัญของการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่เอาไว้ 7 แนวทาง ดังนี้

1. การบริหารจัดการของภาครัฐที่เน้นการบริหารงานแบบมีอาชีพ กล่าวคือ การทำให้ผู้บริหารองค์กรภาครัฐต่าง ๆ มีอิสระในการบริหารจัดการและมีความคล่องตัวในการบริหารงานตามอำนาจและดุลพินิจของตนเอง
2. การบริหารจัดการของภาครัฐที่มีการกำหนดวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม กล่าวคือ การดำเนินงานของภาครัฐต้องกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนหรือการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในลักษณะตัวเลขเชิงปริมาณที่สามารถตรวจสอบได้
3. การบริหารจัดการของภาครัฐที่เน้นผลลัพธ์เป็นหลัก กล่าวคือ การดำเนินงานของภาครัฐต้องคำนึงถึงผลการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการเป็นหลัก ด้วยการจัดสรรทรัพยากรและผลตอบแทนที่เชื่อมโยงกับผลลัพธ์ที่สามารถวัดการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการได้
4. การบริหารจัดการของภาครัฐต้องเป็นไปในลักษณะหน่วยงานที่กระจายตัว กล่าวคือ การจัดการภาครัฐแนวใหม่ไม่เหมาะกับระบบราชการแบบรวมศูนย์อีกต่อไป จึงควรพยายามปรับปรุงโครงสร้างองค์กรเพื่อให้หน่วยงานของภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง และให้เกิดความเหมาะสมต่อการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น
5. การบริหารจัดการของภาครัฐต้องให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส กล่าวคือ การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐต้องกำหนดสัญญาและขั้นตอนในการประกวดราคาที่เป็นธรรมและโปร่งใส ซึ่งการแข่งขันที่เป็นธรรมจะช่วยให้ภาครัฐได้รับสินค้าหรือบริการที่ดี
6. การบริหารจัดการของภาครัฐต้องสามารถเลียนแบบวิธีการของภาคเอกชนได้ กล่าวคือ ภาครัฐต้องไม่บริหารจัดการแบบทหารแต่ควรเน้นย้ำการบริหารจัดการแบบภาคเอกชน เช่น การจ้างงานและผลตอบแทนที่มากขึ้นเหมือนกับภาคเอกชน เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินงานของภาครัฐต้องสามารถยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานได้ และต้องใช้เทคนิคในการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น
7. การบริหารจัดการของภาครัฐที่ต้องเสริมสร้างวินัยในการใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดินที่คุ้มค่า กล่าวคือ ภาครัฐต้องหาแนวทางการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออกไปให้ได้มากที่สุด สร้างแรงงานให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการจำกัดต้นทุนในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นความประหยัดและคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ของประเทศ

กล่าวคือ แนวความคิดของการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) หรือที่เรียกกันว่า การจัดการนิยม (Managerialism) ตั้งอยู่บนสมมุติฐานของความเป็นสากล โดยมีทฤษฎีการบริหารและเทคนิควิธีการจัดการสำหรับการประยุกต์ใช้ได้ทั้งในแง่ของการบริหารรัฐกิจและบริหารธุรกิจนั้น (สมพงษ์ เกศานุช และคณะ, 2560) โดยผู้วิจัยพบว่า การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) เป็นแนวความคิดพื้นฐานของ การบริหารจัดการภาครัฐที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบต่าง ๆ ของภาครัฐและจะนำไปสู่การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยยึดแนวทาง ในการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน คำนึงถึงความต้องการของประชาชนเป็นหลัก ลดการควบคุมที่มีความยุ่งยากซับซ้อนจากส่วนกลางให้น้อยลง เพิ่มอิสระแก่หน่วยงานส่วนภูมิภาค และพัฒนาระบบการบริหารงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์เป็นหลัก รวมทั้งการมีระบบสนับสนุนทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยจึงจะทำให้การดำเนินงานของภาครัฐกับภาคเอกชนเกิดการพัฒนาก้าวไปข้างหน้า

ดังนั้น แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) จึงนับเป็นกระบวนทัศน์ทางการบริหารจัดการที่จะช่วยปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการดำเนินงานของภาครัฐ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การปรับปรุงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และมุ่งใช้วิธีการบริหารเชิงกลยุทธ์ เพื่อสนองความต้องการของประชาชน โดยการจัดองค์การที่มีความยืดหยุ่นและกระจายอำนาจการตัดสินใจเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว แต่ทั้งนี้แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ดังกล่าว ก็ยังขาดเอกลักษณ์และขาดกรอบความคิดที่ชัดเจน การประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวจึงขึ้นอยู่กับความสามารถและบริบทขององค์กรภาครัฐต่าง ๆ ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ จึงจะสามารถนำมาใช้ปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการจากแนวคิดแบบดั้งเดิมที่เน้นระบบราชการและสายการบังคับบัญชาไปสู่การจัดการแบบเครือข่ายที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเกิดความร่วมมือกันภายใต้ยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ที่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหลายมีความจำเป็นต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายและการส่งเสริมความพร้อมของผู้ประกอบการดังกล่าว เพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับ SMEs ของประเทศไทยในอนาคต ซึ่งนอกจากที่ภาครัฐต้องมีความพร้อมในการจัดบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่แล้ว เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกยุคปัจจุบัน และภาคเอกชนเองก็ต้องมีความพร้อมเกี่ยวกับการจัดการตนเองให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อตนเองและประเทศชาติด้วยเช่นกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงการจัดการของภาคเอกชนในรายละเอียดหัวข้อต่อไป

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการภาคเอกชน

(1) แนวคิดทฤษฎี 5 Force Model

แบบจำลองแรงผลักดันทั้ง 5 (Five-Force Model) ต่овิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมที่ธุรกิจกำลังดำเนินการอยู่ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เป็นอยู่ได้ ซึ่งไม่จำเป็นว่าธุรกิจที่ดำเนินการจะต้องเป็นธุรกิจขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก เพราะความเป็นจริงแล้ววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเองควรที่จะใช้เครื่องมือนี้เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบความเสี่ยงในการดำเนินกิจการได้ด้วยเช่นกัน โดยแบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์ออกเป็น 5 อย่าง ที่เป็นแรงผลักดันที่ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกอุตสาหกรรมโดยตรง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Competitors) โดยพิจารณาจากจำนวนคู่แข่ง การพัฒนาเทคโนโลยีของคู่แข่งและอัตราการเติบโตของตลาด ถ้าอุตสาหกรรมยังเติบโตสูงการแข่งขันก็จะไม่รุนแรง ซึ่งเป็นไปไม่ได้เพราะวัตถุดิบที่ซื้อมีแต่จะหายากและลดน้อยลงอยู่ตลอดเวลาและมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ดังนั้น กิจการใดที่มีภูมิปัญญามากกว่าและมีการจัดการเรื่องของแหล่งวัตถุดิบและการตลาดที่ดีกว่า ย่อมมีโอกาสมากกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรม กล่าวคือ เราสามารถวิเคราะห์ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรมจากปัจจัยทั้ง 4 อย่าง อันประกอบไปด้วย อำนาจต่อรองจากลูกค้า อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ การคุกคาม

ของผู้ประกอบการรายใหม่ และการคุกคามจากสินค้าทดแทน โดยหากวิเคราะห์ภาพรวมแล้วตลาดนั้น ๆ มีการแข่งขันสูง เราควรเตรียมพร้อมให้ดี วางแผนกลยุทธ์ให้รัดกุมหากต้องการเข้าสู่ตลาดนั้น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงและเสริมสร้างองค์กรให้แข็งแกร่งต่อไป

2. การคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrances) โดยพบว่าในทุกอุตสาหกรรมจะมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาอยู่เสมอ ดังจะเห็นได้จากบริบทของประเทศไทยในตอนนี้ คือ มีประเทศจีนและอินเดียที่เป็นคู่แข่งทางการค้าของไทยที่แข็งแกร่งและน่ากลัวที่ประเทศไทยมีอาจหลีกเลี่ยงไปได้ ดังนั้น ไม่ว่าในช่วงเวลาใดจะเกิดการแข่งขันขึ้นในทุกอุตสาหกรรมเสมอ เพราะผู้ประกอบการรายใหม่จะทยอยเข้ามาสู่อุตสาหกรรมตลอดเวลา

3. การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes) ถ้าผลิตภัณฑ์นอกจากจะต้องแข่งขันกับคู่แข่งแล้ว ยังมีสินค้าทดแทนที่เข้ามาแย่งลูกค้าด้วย การแข่งขันนั้นจะยิ่งรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะถ้าราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกัน ดังนั้นปัจจัยที่จะช่วยลดการคุกคามได้ คือการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ด้วยการออกแบบ รักษาคุณภาพ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การบริการหลังการขายที่ยอดเยี่ยมและการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการคืนกำไรสู่สังคม ชุมชนเพื่อรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น

4. อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers) ถ้ามีอำนาจต่อรองมากในอุตสาหกรรม ภาพการณ์แข่งขันจะรุนแรง เพราะอำนาจการต่อรองที่มากขึ้นทำให้เปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าของคู่แข่งได้ ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมากจากเมื่อไม่กี่ปีนี้ สามารถสังเกตจากการที่ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แทบจะทดแทนกันได้ 100% ไม่ว่าจะเป็นประเภทใด สินค้าในสมัยนี้จะคล้ายกันหมดในสายตาของลูกค้า และจะไม่มียี่ห้อปลงใจให้ต้องจ่ายในราคาที่สูงขึ้น จึงทำให้อำนาจการต่อรองของลูกค้ามีมากขึ้น อีกทั้งในสถานะที่เศรษฐกิจโดยรวมยังมีปัญหาอยู่มาก อำนาจการต่อรองของลูกค้าจึงสูงมากตามไปด้วยเช่นกัน

5. อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers) ซึ่งการส่งต่อในอุตสาหกรรมประกอบไปด้วยผู้เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ถ้าผู้ประกอบการใดมีจำนวนผู้จัดส่งน้อยก็จะมีอำนาจในการต่อรองน้อย ซึ่งเป็นไปตามหลักเศรษฐศาสตร์นั่นเอง ดังนั้น การจะสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง จึงมีความจำเป็นต้องมีผู้จัดส่งเป็นจำนวนมากที่จะเป็นการดำเนินกลยุทธ์ไปสู่ความสำเร็จจากการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจให้ได้ทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Porter, 1998)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เทคนิควิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย (1) การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และ (2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เนื่องจากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในกลุ่มคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเฉพาะเจาะจงลงไป และต้องการทราบข้อมูลในเชิงลึกอันจะได้ข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์ การมีส่วนร่วม การสังเกต การตีความและ การค้นคว้า รวมถึงการหาหลักฐานอื่น ๆ มาประกอบ เพื่อจุดมุ่งหมายเดียวก็คือการทำความเข้าใจ และอธิบายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มไทย โดยเฉพาะในส่วนที่เรียกว่าเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ที่มีความคิด มีสิ่งแวดล้อม มีสังคม และพื้นฐานตลอดจนประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเทคนิคการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยนำมาประกอบร้อยเรียงให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มไทยทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้างเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมความพร้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นประเด็นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ผลการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563 พบว่า โดยในช่วงเวลา พ.ศ. 2540-2543 นับตั้งแต่เกิดเหตุวิกฤตทางการเงินในภูมิภาคเอเชียหรือที่เรียกกันทั่วไปว่าวิกฤตต้มยำกุ้งนั้น ด้วยปัจจัยทางด้านวิกฤตทางการเงินที่เกิดขึ้นทำให้ภาครัฐมีประเด็นสำคัญจำเป็นต้องเร่งปรับปรุงเพื่อแก้ไขเศรษฐกิจของประเทศให้กลับมาเหมือนเดิม จึงมีการตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ขึ้น และจากพระราชบัญญัติฯ ดังกล่าวนี้นำไปสู่ผลให้ภาครัฐจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขึ้น เพื่อเป็นศูนย์กลางประสานระบบการทำงานระหว่างส่วนราชการองค์กรของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ นอกจากนั้นยังพบบทบาทของภาครัฐ ในการช่วยยกระดับให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นวาระแห่งชาติ พร้อมการเปิดตัวนโยบายสนับสนุนต่าง ๆ ด้านภาษีและการเข้าถึงข้อมูลและเครือข่ายธุรกิจ ทั้งในเรื่องการจัดเก็บฐานข้อมูลธุรกิจและการสนับสนุนการรวมกลุ่มและการจับคู่ทางธุรกิจ เป็นต้น แต่ถึงอย่างไรภาครัฐก็ยังไม่สามารถที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการได้อย่างเป็นรูปธรรม

ในห้วงเวลาต่อมาภาครัฐเริ่มมีบทบาทในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในช่วง พ.ศ. 2544-2556 มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน พ.ศ. 2545 ที่มีการจัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า SME bank นั้น โดยส่วนใหญ่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งที่อยู่ในระบบหรืออยู่นอกระบบ (ไม่ได้ขึ้นทะเบียน) มากกว่า 3 ล้านราย จะไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้ เพราะส่วนใหญ่ไม่มีหลักประกันหรือมีหลักประกันแต่นำไปใช้ที่อื่นแล้วหรือหากจะใช้ผู้ค้ำประกันก็ยากที่จะมี 104 ใครไปรับค้ำประกันให้ ดังนั้น SME bank ซึ่งเป็นธนาคารของรัฐที่อยู่ภายใต้กระทรวงการคลังและกระทรวงอุตสาหกรรมจึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างผู้ประกอบการ ซึ่งไม่ใช่แค่ปล่อยสินเชื่ออย่างเดียวแต่จะเกี่ยวข้องกับหลาย ๆ พันธกิจในนโยบายของรัฐด้วยนั้น กล่าวคือ บทบาทของ SME bank จะเข้ามาเพื่อยกระดับผู้ประกอบการ SME ให้มีความมั่นคงและยั่งยืนด้วยบริการให้สินเชื่อ พัฒนาผู้ประกอบการ และเติมเต็มด้านการร่วมลงทุนกับวิสาหกิจที่มีศักยภาพ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อน SME ทั้งระบบในการสร้างศักยภาพและเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนให้ SME สามารถแข่งขันได้ แต่ในทางปฏิบัติ SME ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ มีเพียง SME บางรายหรือเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้จริง

สำหรับช่วงเวลาปัจจุบัน พ.ศ. 2557-2563 ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยด้วยการประกาศใช้โมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นเครื่องมือในการนำประเทศให้ก้าวหน้ามีความมั่งคั่ง และยั่งยืน ให้สามารถพัฒนาจากประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูง โดยจะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ประเทศขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และปรับเปลี่ยนจากการให้บริการพื้นฐานเป็นบริการที่ต้องใช้ทักษะขั้นสูง แต่ถึงอย่างไรก็ยังคงเป็นบทบาทในเชิงรับที่ยังไม่สามารถที่จะนำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยให้ก้าวไปเหมือนกับที่กำหนดเอาไว้ได้ ซึ่งการเป็นประเทศไทย 4.0 รัฐบาลก็ได้มุ่งเน้นต่อยอดการพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไว้ด้วยนั้น เนื่องจากประเทศไทยนับได้ว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพและจุดเด่นด้านอาหารอันจะส่งผลให้สามารถพัฒนาต่อยอดธุรกิจและสามารถแข่งขันในตลาดได้ทันที แต่การนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มก็จะมีอุปสรรคในการดำเนินงานหลายอย่าง อาทิ ปัญหาความไม่แน่นอนของเทคโนโลยีเครื่องจักร ความสะอาด และความปลอดภัยของอาหาร เป็นต้น จึงทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มต้องมีต้นทุนที่สูงมากขึ้น กอปรกับโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงระหว่างหน่วยธุรกิจกับภาครัฐก็ยังไม่เพียงพอ อันเป็นเรื่องสำคัญที่ภาครัฐต้องแสดงให้เห็นวิสาหกิจทั่วทั้งประเทศเข้าใจ และเกิดเป็นแนวปฏิบัติที่ดีต่อไป

(2) เพื่อศึกษาอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563 พบว่า การดำเนินกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในช่วงเริ่มต้น พ.ศ. 2540-2543 อยู่ในช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 การขาดความพร้อมที่จะเข้าถึงแหล่งเงินทุนก็เป็นข้อจำกัดอย่างหนึ่งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยอยู่แล้วนั้น ยังพบอีกว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยยังขาดความพร้อมทางด้านอื่น ๆ อีกหลายอย่าง อาทิ ขาดความสามารถในการบริหารจัดการ มีต้นทุนทางธุรกิจที่สูงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะขาดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) หรือไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่สามารถช่วยลดต้นทุนได้ แม้รัฐบาลจะพยายามสร้างกลไกสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีทั้งกฎหมายและองค์กรที่สามารถรองรับการดำเนินงาน ๆ ต่าง ให้เกิดการพัฒนาและ เกิดความเจริญก้าวหน้าไปในทิศทางที่เหมาะสม แต่ภายใต้จำนวนของ SMEs ไทยที่มีอยู่กว่า 3 ล้านรายนั้น และเป็นช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจครั้งใหญ่ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีความหลากหลายทั้งในเชิงขนาด อายุ ประเภทกิจการ และศักยภาพ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมที่มีจำนวนมากถึง 2 ล้านกว่าราย และเป็นวิสาหกิจส่วนใหญ่ของประเทศที่ขาดศักยภาพทางการเงินอยู่แล้ว การเข้าถึงภาคการเงินก็ยังคงเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก ไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากวิสาหกิจไม่มีข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่เพียงพอ จึงส่งผลให้ไม่สามารถมีเงินลงทุนในการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ สำหรับธุรกิจของตนเองได้ กล่าวคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่วนใหญ่ขาดความพร้อมในการดำเนินธุรกิจในช่วงเวลานี้ และบางวิสาหกิจก็ถึงกับต้องปิดกิจการลงไปเป็นจำนวนมาก

นอกจากนั้นในช่วง พ.ศ. 2544-2556 ยังพบอีกว่า เป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยพบเจอเหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดความเปลี่ยนแปลงมากมายทั้งในทางที่ดีขึ้นและในทางที่ไม่ดีมากมายหลายเรื่อง แต่ถึงอย่างไรเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ยังคงเป็นปัญหาสำคัญที่ยังไม่ได้รับการแก้ไขอยู่นั้น แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจจะมีการร่วมมือกันในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารให้เติบโต อาทิ การมุ่งเน้นการขยายตลาดใหม่ ๆ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในกลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน อาหารสำหรับผู้ป่วย และผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพหรือในกลุ่มอาหารที่คาดว่าจะเป็อาหาร เพื่ออนาคต แต่การพัฒนาดังกล่าวต้องอาศัยข้อมูลและองค์ความรู้ที่เพียงพอ รวมทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงจะสามารถประสบความสำเร็จได้ ซึ่งมีเพียงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถดำเนินการได้ กล่าวคือ ในช่วงเวลานี้กว่า 14 ปี ที่การเมืองการปกครองไทยเกิดความเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง จึงยังคงทำให้ทัศนคติของตัวผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มของไทยยังไม่มีปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น ความพร้อมด้านข้อมูลก็ยังมีไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ส่วนความพร้อมด้านการเงินยังคงเป็นปัญหาเช่นเดิมที่กล่าวไว้ จนมาถึงความพร้อมด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเองก็มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถดำเนินงานได้

และในปัจจุบัน พ.ศ. 2557-2564 ซึ่งอยู่ในช่วงเวลาที่เกิดการรัฐประหารขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2557 และเป็นช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เมื่อปลายปี พ.ศ. 2562 จนสืบเนื่องมาถึงปัจจุบันทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าทางด้านอาหารและเครื่องดื่มกันมากยิ่งขึ้น แต่ถึงอย่างไรผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของไทยส่วนใหญ่ก็ยังคงมีทัศนคติในการดำเนินธุรกิจเหมือนเช่นที่เคยปฏิบัติกันมา ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญทำให้ขาดความพร้อมในการปรับเปลี่ยนธุรกิจของตนเองให้เกิดเป็นความสามารถในการแข่งขันได้ ดังนั้นผู้ประกอบการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่จะประสบความสำเร็จในยุคชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) นี้ ต้องปรับตัวทัศนคติตนเองเสียใหม่ให้มีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนธุรกิจ รวมทั้งต้องมีทั้งองค์ความรู้ หรือมีความพร้อมในด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการดำเนินธุรกิจของตนเองให้มากยิ่งขึ้น หรือให้เท่าทันกับยุคสมัยที่

เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน สุดท้ายแม้ภาครัฐจะให้การสนับสนุนเรื่องของเงินทุนมาทุกยุคทุกสมัย แต่ในท้ายที่สุดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ของไทยก็ยังคงประสบกับปัญหาอยู่เหมือนเช่นเดิม กล่าวคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างแท้จริง มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีความรู้ความเข้าใจและสามารถเข้าถึงแหล่งทุนต่าง ๆ ที่มีได้ จึงทำให้ไม่สามารถที่จะพัฒนานวัตกรรมของสินค้าและบริการของตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ จนเป็นปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยขาดความพร้อมและขาดความสามารถในการแข่งขันอยู่เสมอมา

(3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองการปกครองไทยกับความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางสังคม และเศรษฐกิจของประเทศ พ.ศ. 2540-2564 พบว่า ในอดีตการเมืองการปกครองของไทยกับความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีความสัมพันธ์กัน คือ “นักธุรกิจ” และ “นักการเมือง” จะเป็นคนละกลุ่มกัน จึงทำให้นักธุรกิจมีบทบาทเพียงเป็นแรงผลักดัน ทางนโยบายเท่านั้น ไม่ได้เป็นผู้กำหนดนโยบายโดยตรง ด้วยเหตุนี้ นักการเมืองจึงมีอิสระอยู่พอสมควรในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ เกี่ยวกับวิสาหกิจไทย แต่ในช่วงเวลา พ.ศ. 2540-2543 นี้ เมื่อรัฐมนตรีหรือผู้อำนาจมาจากนักธุรกิจหรือมีครอบครัวทำธุรกิจในขณะที่กำลังดำรงตำแหน่งนั้น ทำให้การแยกผลประโยชน์ส่วนตัวกับผลประโยชน์สาธารณะจึงเป็นเรื่องที่ยากมากขึ้น และเมื่อนักการเมืองดังกล่าวอยู่ในอำนาจนานขึ้นกลับทำให้ความสนใจต่อผลประโยชน์ส่วนตัวจะมากกว่าผลประโยชน์สาธารณะด้วยนั้น รวมถึงผลพวงที่เกิดจากวิกฤตการเงินในปี พ.ศ. 2540 ที่รัฐบาลของพลเอก ชวลิต ยงใจยุทธ นายกรัฐมนตรีได้ตัดสินใจลอยตัวค่าเงินในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2540 อีกนั้น ทำให้เงินบาทอ่อนตัวลงอย่างรวดเร็วจนถึง 56 บาท ต่อดอลลาร์ และส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสถาบันการเงินไทย และภาคธุรกิจเอกชนที่กู้เงินจากต่างประเทศทำให้หนี้เพิ่มสูงขึ้นเท่าตัว จนทำให้ประเทศไทยเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ขึ้นอย่างมหาศาลหลายบริษัทล้มละลาย ส่งผลให้เกิดการว่างงานมากมาย ทำให้เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง กล่าวคือ ผลกระทบในลักษณะเช่นนี้ก็จะส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มด้วยเช่นกัน ดังนั้น การเมืองการปกครองในห้วงเวลานี้แม้จะไม่มีวิกฤตทางการเมืองเกิดขึ้น แต่วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นก็จะเป็นตัวชี้วัดความเชื่อมั่นทางการเมืองได้เช่นกัน ในห้วงเวลาที่ประเทศเกิดวิกฤตเช่นนี้ ผู้นำทางการเมืองจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่จะนำพาประเทศชาติหรืออุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของประเทศให้ก้าวพ้นวิกฤตในครั้งนี้ไปได้

ต่อมาการเมืองการปกครองไทยในช่วง พ.ศ. 2544-2556 ก็ยังส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในลักษณะที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ควรให้เกิดขึ้นกับการเมืองไทย กล่าวคือ นับตั้งแต่การเลือกตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2544 ที่รัฐบาลของนายกทักษิณ ชินวัตร ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งอย่างท่วมท้นที่สุด ผลกระทบที่เห็นได้ชัดที่สุดจากการเลือกตั้งครั้งนี้ คือ เรื่องของนโยบายประชานิยมนั่นเอง ซึ่งในห้วงเวลานั้นนโยบายที่สำคัญของพรรคไทยรักไทย คือ การสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอยู่ทั่วประเทศเข้าถึงข้อมูล เข้าถึงโอกาสทางธุรกิจ และเข้าถึงเรื่องของเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. ขึ้น หลังจากนั้นเพียง 3 ปี ทำให้ประเทศไทยมีวิสาหกิจเพิ่มมากขึ้นเท่าตัวจาก 1.08 ล้านรายเป็น 2.16 ล้านราย อันเป็นหัวใจหนึ่งที่สำคัญของการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจในขณะนั้น จึงส่งผลให้พรรคไทยรักไทยชนะการเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2548 อย่างท่วมท้นอีกครั้งหนึ่ง และด้วยวิกฤตทางการเมืองที่เกิดขึ้นในขณะนั้นจึงนำไปสู่การรัฐประหารในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 ตามมา หลังจากนั้นระหว่าง พ.ศ. 2549-2557 ก็เกิดความขัดแย้งทางการเมืองเรื่อยมาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลและเกิดวิกฤตทางการเมืองบ่อยครั้งทำให้ในช่วงเวลาเพียง 8 ปี ประเทศไทยมีนายกรัฐมนตรีถึง 5 คน กล่าวคือ ในช่วงเวลานี้เป็นช่วงที่การเมืองไทยขาดเสถียรภาพทางการเมืองอย่างชัดเจน ด้วยเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองดังกล่าวจึงส่งผลกระทบต่อทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมืองของ

ประเทศ จึงทำให้การดำเนินนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ได้รับผลกระทบไปด้วยเช่นกัน แม้จะมีความวุ่นวายทางการเมืองเกิดขึ้นมากมาย การดำเนินนโยบายต่าง ๆ เกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐบาลก็ยังคงสามารถดำเนินการได้ต่อไป แต่จะไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่บรรลุวัตถุประสงค์อย่างแท้จริงได้

สุดท้ายการเมืองการปกครองไทยในช่วง พ.ศ. 2557-2564 ก็ยังเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอยู่เช่นเดิม แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวระหว่างภาครัฐกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นไปในลักษณะที่ไม่ชัดเจน กล่าวคือ ภาครัฐก็ไม่สามารถที่จะผลักดันให้นโยบายต่าง ๆ ของตนเองสามารถดำเนินไปได้อย่างสมฤทธิ์ผลหรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารเองก็ไม่สามารถที่จะเข้าถึงฝ่ายรัฐบาลหรือฝ่ายการเมืองเพื่อร่วมกันผลักดันนโยบายที่เป็นประโยชน์ให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งผู้วิจัยมองในประเด็นนี้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยต้องมีการเปลี่ยนแปลงในบางสิ่งบางอย่าง อาทิเช่น การสร้างเครือข่ายร่วมกันขึ้นมาให้เกิดเป็นความเข้มแข็งโดยการจัดตั้งองค์กรกลางที่น่าเชื่อถือเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้เกิดเครือข่ายร่วมกันในการดำเนินธุรกิจและในบางครั้งก็ร่วมกันต่อสู้ทางการเมืองเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์สูงสุดต่ออุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเองด้วยการมีสมาพันธ์ สมาคม หรือสหกรณ์ที่เข้มแข็งรองรับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มให้เกิดขึ้นทั่วทั้งประเทศ ดังนั้น หากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของไทยสามารถสร้างรูปแบบในการดำเนินกิจกรรมของตนเองได้ดังที่กล่าวไปแล้วนั้น อันจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ภาครัฐเห็นถึงความสำคัญของเครือข่ายที่สามารถรวมกลุ่มกันของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่เข้มแข็งนี้ หรือหากมีการเคลื่อนไหวทางการเมืองใดหรือมีนโยบายใดที่เป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายนี้ ผู้นำเครือข่ายหรือผู้แทนเครือข่ายนี้ ก็จะสามารถนำเสนอแนวทางหรือข้อมูลต่าง ๆ ให้กับภาครัฐหรือภาคการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของไทย กับเรื่องของการเมืองการปกครองหรือนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐได้อย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผล

1) บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พ.ศ. 2540-2563 เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกยุคสมัย แต่ยังไม่เป็นรูปธรรมและเป็นบทบาทในเชิงรับเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุชาติ อำนางวิภาวี และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดความยั่งยืน เป็นการศึกษาในนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีวัตถุประสงค์ให้เห็นถึงการกำหนดนโยบายของหน่วยงานภาครัฐในแต่ละหน่วยงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริม สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ประกอบการเดิมให้สามารถดำเนินธุรกิจได้เติบโต และมั่นคง เมื่อโลกธุรกิจยุคใหม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น และต้องปรับตัวเพื่อให้ก้าวทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคเศรษฐกิจโลกดิจิทัล โดย ภาครัฐได้มีนโยบายที่สำคัญที่ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนานวัตกรรม ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมด้านการลงทุน

2) อุปสรรคและปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มไทยเสมอมา คือ วิสาหกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมสินค้าและบริการ ความไม่แน่นอนของเทคโนโลยีเครื่องจักร และความปลอดภัยของอาหาร เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ธงพล พรหมสาขา

ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาต้นทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

3) เสถียรภาพทางการเมืองการปกครองไทยจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับวิสาหกิจกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นไปในลักษณะการเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐกับภาคธุรกิจยังมีความเข้มแข็งไม่เพียงพอ กล่าวคือหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนไม่สามารถดำเนินงานร่วมกันได้อย่างเต็มศักยภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ ศักดิ์ดา ศิริภักตร์โสภณ (2559) เรื่อง ศักยภาพในการแข่งขันและความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ภาครัฐ ย่อมมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนา ศักยภาพ และยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ SMEs โดยการพัฒนาความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน โดยการจัดหาความรู้ในเรื่องการดำเนินธุรกิจในอาเซียน ที่เป็นข้อมูลเชิงลึกทั้งในด้านการค้าและการลงทุน รวมถึงความรู้ในเรื่องของภาษีศุลกากร การนำสินค้าและการบริการเข้าไปขายในตลาดอาเซียน อัตราแลกเปลี่ยน กฎหมายในการทำธุรกิจระหว่างประเทศคู่ค้าและตลาดอาเซียน ความเสี่ยงของการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และทราบถึงข้อมูลในด้านการลงทุนเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กฎหมาย เทคโนโลยี ของประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน

ข้อเสนอแนะ

1. การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องอาศัยการเชื่อมโยงเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการเชื่อมโยงมาตรการของทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐด้วยตนเอง หรือภาคเอกชน ตลอดจนสมาคมต่าง ๆ โดยภาครัฐต้องเป็นผู้รวบรวมนโยบายหรือมาตรการเฉพาะในการช่วยเหลือเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่กำหนดความชัดเจน ของทิศทางที่ควรส่งเสริมและสนับสนุน โดยอาจนำมาจัดระบบให้เป็นเรื่องเดียวกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่มากขึ้น ด้วยการกำหนดนโยบายให้ความช่วยเหลือธุรกิจที่ครอบคลุมไปถึงอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารหรือเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียว อาทิเช่น การให้สิทธิพิเศษทั้งทางด้านการเงินและการส่งเสริมตลาดไปยังต่างประเทศสำหรับธุรกิจที่สามารถนำเอาอาหารมาพัฒนาสินค้ากับนวัตกรรมทางด้านสมุนไพรไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม เป็นต้น

2. ภาครัฐและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มควรจัดกิจกรรมการรวมกลุ่มกันระหว่างธุรกิจ เพื่อการลงทุนร่วมกันหรือเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์ความรู้ที่มีแตกต่างกัน โดยร่วมกันสืบเสาะหาปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม พร้อมเสนอแนวทางแก้ไขร่วมกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งการพัฒนาฐานข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่มร่วมกัน เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่สำคัญทั้งหมดและพร้อมให้เกิดการสืบค้นข้อมูลที่มีสะดวกสำหรับเครือข่ายทางธุรกิจร่วมกัน ไปจนถึงการพัฒนาฐานข้อมูลร่วมกันให้เป็นไปในลักษณะ Big Data เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย แม้ว่าประเทศไทยจะมีนโยบายด้านนี้ออกมาชัดเจน รวมถึงการจัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยที่ เข้ามาจัดการดูแลเรื่องนี้โดยตรง แต่ในความเป็นจริงกลับพบว่าการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดังกล่าวยังเป็นเรื่องของผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในส่วนน้อยเท่านั้น วิสาหกิจส่วนใหญ่ ที่ไม่สามารถเข้าถึงเรื่องนี้ได้มีอีกเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การดำเนินงานของภาครัฐในเรื่องนี้ต้องมีการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารเรื่องนี้ให้เป็นรูปธรรมเข้าถึงวิสาหกิจได้ทุกหมู่เหล่า หรือแม้กระทั่งเงื่อนไขใดที่ไม่เหมาะสมในสถานการณ์ปัจจุบัน สำหรับการขอสินเชื่อ อาทิ การกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการขอสินเชื่อโดยไม่ต้องใช้หลักทรัพย์หรือการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ในการเสนอขอสินเชื่อ เป็นต้น หากภาครัฐสามารถผ่อนปรนหรือกำหนดวิธีการหรือเงื่อนไขที่ชัดเจนในเรื่องนี้ได้ ก็จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอีกกว่าครึ่งประเทศสามารถเข้าถึงสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพดังนั้น ภาครัฐต้องเป็นผู้สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เท่าเทียมกันนี้

4. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. อาจเสนอให้มีการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ธุรกิจขนาดใหญ่หรือให้ได้รับการอำนวยความสะดวกในการลงทุนจากภาครัฐอย่างหนึ่งอย่างใด หากธุรกิจขนาดใหญ่ให้การสนับสนุนด้านการวิจัยพัฒนาแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือการให้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ หรือเสนอให้ออกมาตรการช่วยเหลือด้านเงินทุน สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่ประกอบทั้งธุรกิจขนาดใหญ่และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีเงื่อนไขในการได้รับสิทธิประโยชน์ดังกล่าว ถ้าธุรกิจขนาดใหญ่ให้การช่วยเหลือโดยการค้าประกันสินเชื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเดียวกัน

5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ภาครัฐต้องจัดให้มีเจ้าภาพในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงส่งเสริมความสามารถในการลงทุนนอกประเทศ โดยเฉพาะวิสาหกิจที่มีศักยภาพให้เติบโตไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยหรือส่งผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ประเทศได้ ดังนั้น ภาครัฐไม่ควรมองในมิติของจำนวนวิสาหกิจที่เพิ่มมากขึ้นเพียงอย่างเดียวได้อีกต่อไป การมีวิสาหกิจเป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีคุณภาพก็ไม่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศแต่อย่างใด การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย จึงควรมีการจัดประเภทของวิสาหกิจที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยแยกกลุ่มที่มีศักยภาพออกจากกลุ่มที่ต้องได้รับการเยียวยา ซึ่งหากภาครัฐสามารถจัดประเภทของวิสาหกิจทั้งหมดได้อย่างละเอียดและมีนิยามที่รัดกุมชัดเจนแล้ว จะช่วยให้การตั้งเป้าหมายและการสนับสนุนแต่ละกลุ่มเป็นไปอย่างตรงจุดมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ทิปดี ทัทพกรณ์ และธีรวัฒน์ จันทิก. (2560). การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 12(2), 106-122.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์.(2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา* (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภัสรินทร์ พ่วงเถื่อน. (2561). จุดจบหรือการกลายร่างของการจัดการภาครัฐแนวใหม่: บทสำรวจภาครัฐไทยวารสาร *การเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 10(2), 73-106.
- มนตรี โสคติยานุรักษ์. (2550). *การศึกษาศักยภาพการแข่งขันของรัฐวิสาหกิจไทยทั่วประเทศ*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2559). ศักยภาพในการแข่งขันและความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสาร สมาคมนักวิจัย*, 21(1), 9-33.
- ศุภริน เจริญพานิช. (2562). *อุตสาหกรรมอาหาร SMEs: From farm to table*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สมพงษ์ เกศานุช และคณะ. (2560). การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่: ทิศทางการกำหนดกระบวนการทัศน์ในการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยเขตหนองคาย. *ธรรมทรรศน์*, 17(2), 173-185.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2563). *วิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากยุคโควิด 19*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า.
- สำนักงานฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs. (2559). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs.
- สุชาติ อำนาจวิภาวี และคณะ. (2563). นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดความยั่งยืน. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*, 8(3), 56-66.
- สุนตรา เล็กอุทัย. (2553). ความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารต่อระบบเศรษฐกิจไทย. *TRF Policy Brief*, 1(9), 1-8.
- เสาวณี จันทะพงษ์ และขวัญฤวี ยงตันสกุล. (2559). *นวัตกรรม: ทางออกจากกับดักรายได้ปานกลาง*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย
- Hood, C. (1991). A public management for all season?. *Public Administration*, 69(1), 3-19.
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive advantage of nations*. UK: Palgrave Macmillan.

การดำเนินนโยบายการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและ
ราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2564

The International Trade Policy Practice of the Kingdom of Thailand and the
Kingdom of Cambodia under the Government of General Prayut Chan-O-Cha
from 2014 – 2021

ภาณุเกียรติ์ ไชยบุตร

Panukiat Chaiaut

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, Thailand

E-mail: panukiatch@gmail.com

Received: April 19, 2022

Revised: April 29, 2022

Accepted: April 30, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) แนวทางการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2564 2) รูปแบบยุทธศาสตร์และวิธีการดำเนินนโยบายยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา และ 3) ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มีผลกระทบต่อการกำหนดแนวนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ และความร่วมมือด้านการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของรัฐบาลไทยกับรัฐบาลกัมพูชา ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลจากการวิจัยเชิงเอกสาร และการสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 9 ท่าน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 4 ท่าน (2) นักการทูต จำนวน 1 ท่าน และ (3) ภาคเอกชน จำนวน 4 ท่าน โดยนำเอาแนวคิดนโยบายแห่งรัฐ แนวคิดและทฤษฎีโลกาภิวัตน์เสรีนิยมใหม่ แนวคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และแนวคิดผลประโยชน์แห่งชาติเป็นกรอบในการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชาจะมีประเด็นข้อพิพาทในเรื่องของพื้นที่ทับซ้อน หรือความขัดแย้งกรณีเขาพระวิหารก็ได้ส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การค้าของทั้งสองประเทศแต่อย่างใด รวมทั้งระบอบการเมืองที่ไม่เป็นประชาธิปไตย (เสรีนิยม) นั้น ก็ได้ส่งผลต่อการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากนโยบายการค้าระหว่างประเทศนั้นได้ถูกกำหนดโดยแนวคิดผลประโยชน์แห่งชาติโดยการเปิดการค้าเสรี อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์แห่งชาติมากที่สุด

คำสำคัญ: การค้าระหว่างประเทศ, ความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ, ยุทธศาสตร์ชาติ

Abstract

This research aims to study: 1) The International Trade Policy of The Kingdom of Thailand and The Kingdom of Cambodia Under the Government of General Prayut Chan-O-Cha; 2) The strategic model for policy practicing on trade cooperation between The Kingdom of Thailand and The Kingdom of Cambodia Under the Government of General Prayut Chan-O-Cha from 2014 to 2021 and 3) The obstacles in the trade policy practicing under the Government of General Prayut Chan-O-Cha that affects the formulation of the international economic policy and cooperation in social, economic and political development of Thailand and Cambodia government. This article has used the qualitative research process by collecting data from documented research and in - depth interview from key performance 9 persons, divided into 3 groups: (1) 4 government officials (2) 1 diplomat and (3) 4 private sectors. by adopting the concept of the state policy, Neo-Liberal globalization theory, International Trade Theory and National Interest as a framework for this research.

The findings revealed that, even The Kingdom of Thailand and The Kingdom of Cambodia have the border conflict in the Temple of Preah Vihear's area, however the conflict is not affect on trade strategy formulation for both countries. Moreover, Non-Democratic political system (liberal) also not affect the international trade policy practicing for Thailand and Cambodia. The study showed that, the conflict and the political system are not affect on international trade policy for both countries because, the policy is defined by the concept of the national interest by opening free trade which will generate the greatest national interest

Keywords: International Trade, International Trade Cooperation, National Strategy

บทนำ

ในช่วงระยะกว่าสามทศวรรษที่ผ่านมา หลังการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าระหว่างประเทศของไทย ทำให้กิจกรรมการค้าเพื่อการส่งออกของไทย กลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศเป็นอย่างมาก (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2556) ส่งผลให้รัฐบาลทุกรัฐบาลตั้งแต่ระยะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าจนถึงปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญต่อการดำเนินนโยบายด้านเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการดำเนินนโยบายเพื่อส่งเสริมภาคการส่งออกของไทย ตลอดจนการใช้มาตรการเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศบางชนิดเนื่องจากอาจจะได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า หรือแม้กระทั่งเพื่อปกป้องกลุ่มผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องทางการเมืองต่าง ๆ เพื่อเป็นการรักษาผลประโยชน์ของชาติ และอำนาจทางการเมืองของรัฐบาลด้วยกัน อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี การค้าระหว่างประเทศได้มีบทบาทสำคัญขึ้นอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการดำเนินนโยบายด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศในปัจจุบัน ที่สามารถส่งผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจไทยได้ทั้งหมด (คณะกรรมการการพาณิชย์และทรัพย์สินทางปัญญา, 2561)

การดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศจะเป็นตัวสะท้อนถึงรูปแบบและโครงสร้างทางการค้าของประเทศ นโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยที่ผ่านมาได้ยึดหลักการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศแนวเปิดเสรีเป็นส่วนใหญ่ โดยการค้าชายแดนถือเป็นสัดส่วนสำคัญของการค้าระหว่างประเทศกับประเทศ

เพื่อนบ้าน ในช่วงปี 2557-2561 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี ในส่วนดุลการค้าไทยได้เปรียบดุลการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านมาโดยตลอด (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) ขณะที่ภาพรวมของปี 2563 ไทยได้เปรียบดุลการค้าชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน 135,813 ล้านบาท (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) การรวมตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียนเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการขยายตัวทางการค้าระหว่างกันในกลุ่มภูมิภาค เนื่องจากอุปสรรคทั้งด้านภาษีและที่มิใช่ภาษีที่ลดลง รวมถึงการพัฒนาเครือข่ายความเชื่อมโยงกัน (Connectivity) ในภูมิภาคทั้งทางกายภาพ กฎระเบียบ และระหว่างประชาชน

สะท้อนให้เห็นว่า การค้าชายแดนกำลังมีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวทางการค้าของไทยกับประเทศอาเซียน รวมถึงความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับอนุภูมิภาค เช่น กรอบ Greater Mekong Sub-Region (GMS) ซึ่งให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงระหว่างประเทศสมาชิก เช่น ถนน โทรมคมนาคม และพลังงาน ตลอดจนการปรับประสานด้านกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางไปมาระหว่างกัน ยังเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการค้าในอนุภูมิภาค ประกอบไปด้วย ลาว มาเลเซีย เมียนมา และกัมพูชา ซึ่งเป็นคู่ค้าสำคัญในการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการค้าผ่านทางชายแดน ซึ่งผลประโยชน์ที่เกิดจากการค้าชายแดนไม่เพียงแต่เกิดขึ้นกับชุมชนและผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณชายแดน แต่ยังส่งผลถึงการกระชับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านให้ใกล้ชิดกันยิ่งขึ้นด้วย โดยหนึ่งประเทศที่มีความสัมพันธ์ทางการทูตและมีความเกี่ยวข้องทางการเมืองกับประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่องนั่นก็คือประเทศกัมพูชา ซึ่งทั้งสองประเทศมีวัฒนธรรม ศาสนา ประวัติศาสตร์ และรูปแบบการดำรงชีวิตของประชาชนที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะประชาชนบริเวณแนวชายแดนมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันและมีการแลกเปลี่ยนทางการค้าปริมาณมาก โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและเครื่องอุปโภคบริโภค ในอดีตที่ผ่านมาความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับกัมพูชาผกผันบ่อยครั้ง (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์, 2562) หากไม่นับความขัดแย้งอันเกี่ยวเนื่องจากปราสาทพระวิหารแล้ว ถือว่าประเทศไทยกับกัมพูชานั้นมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างแน่นแฟ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนมากมายเป็นมูลค่ามหาศาล ซึ่งไทยและกัมพูชามีความร่วมมือกันหลายด้าน เช่น มีคณะกรรมการความร่วมมือว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคีไทย-กัมพูชา (Joint Commission on Bilateral Cooperation : JC) ซึ่งเป็นเวทีสำหรับการเจรจาและตกลงเกี่ยวกับความร่วมมือในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา การท่องเที่ยว ฯลฯ รวมทั้งไทยและกัมพูชามีการตกลงร่วมภายใต้กรอบความร่วมมือทางการค้าและการลงทุน คือ กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy : ACMECS)

ความสัมพันธ์ระหว่างไทยและกัมพูชาในสมัยรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชานั้นได้มีความก้าวหน้ามากที่สุด จะเห็นได้จากความก้าวหน้าในการพัฒนาระบบการขนส่งหรือระบบโลจิสติกส์ในการเชื่อมโยงระหว่างกันทั้งทางบกและทางราง เพื่อทำให้การสัญจรไปมาของประชาชนทั้งสองประเทศมีความสะดวกสบายมากขึ้น และเอื้อต่อการค้าและการลงทุนระหว่างกัน ตลอดจนความร่วมมือด้านพลังงาน การบริหารจัดการน้ำ และการพัฒนาคุณภาพสินค้าทางการเกษตร ทั้งนี้ สถานการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพของกัมพูชาถือว่าค่อนข้างมั่นคง รัฐบาลอยู่ในอำนาจมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยด้านการเมืองจึงเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญสำหรับนักลงทุนต่างชาติ ประกอบกับสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาลที่เอื้อต่อนักลงทุนต่างชาติ โดยไม่จำกัดการถือครองหุ้น ไม่ควบคุมปริมาณเงินลงทุน หรือการโอนเงินออกนอกประเทศ อีกทั้งภาษีเงินได้ก็จัดเก็บในอัตราต่ำ พร้อมทั้งยกเว้นการเก็บภาษีการส่งออกและนำเข้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักลงทุนสามารถเป็นเจ้าของบริษัทในกัมพูชาได้ 100% (ธนาคารกรุงเทพ, 2563) ขณะที่กัมพูชามีการเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราสูงมากเป็นอันดับต้น ๆ ของอาเซียน จากการเข้ามาลงทุนโดยตรงของนักลงทุนต่างประเทศ เนื่องจากมีวัตถุดิบ มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีแรงงานจำนวนมาก ซึ่งยังมีค่าแรงที่ต่ำ ประกอบกับการส่งเสริมการลงทุนของรัฐเพื่อยกระดับการ

พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะสามารถขยายตลาดสินค้าไทย เนื่องจากกัมพูชามีอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการในปริมาณสูง แต่ภาคการผลิตในประเทศยังไม่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการทั้งมาตรฐานสินค้าก็ยังอยู่ในระดับต่ำ จึงมีความจำเป็นต้องนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะจากเวียดนามและไทยที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปี

อย่างไรก็ตาม ระบอบการเมืองของแต่ละประเทศมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้นำประเทศ รัฐบาล นักการเมือง และพรรคการเมือง ตลอดจนมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และท่าทีของรัฐบาลที่มีต่อปัญหาระหว่างประเทศและการแก้ปัญหาระหว่างประเทศ รวมทั้งการกำหนดผลประโยชน์แห่งชาติ และการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์แห่งชาติในด้านต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจว่าในยุคโลกาภิวัตน์นั้น นโยบายต่างประเทศของทุกประเทศถือเป็นส่วนขยาย (Extension) ของนโยบายภายในประเทศ หมายความว่านโยบายต่างประเทศต้องพยายามตอบสนองความต้องการของประชาชนในประเทศให้มากที่สุด และจำต้องสะท้อนจุดยืน ค่านิยม หลักการ ประเพณี วัฒนธรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษานโยบายเศรษฐกิจและการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชาในปี พ.ศ. 2557-2564 ว่าการดำเนินนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยและกัมพูชาเป็นอย่างไร และมีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการกำหนดแนวนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งประเมินผลลัพธ์จากการใช้เครื่องมือนโยบายทางด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศในการวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จหรือล้มเหลวในการกำหนดนโยบาย เพื่อที่จะนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศของไทยให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

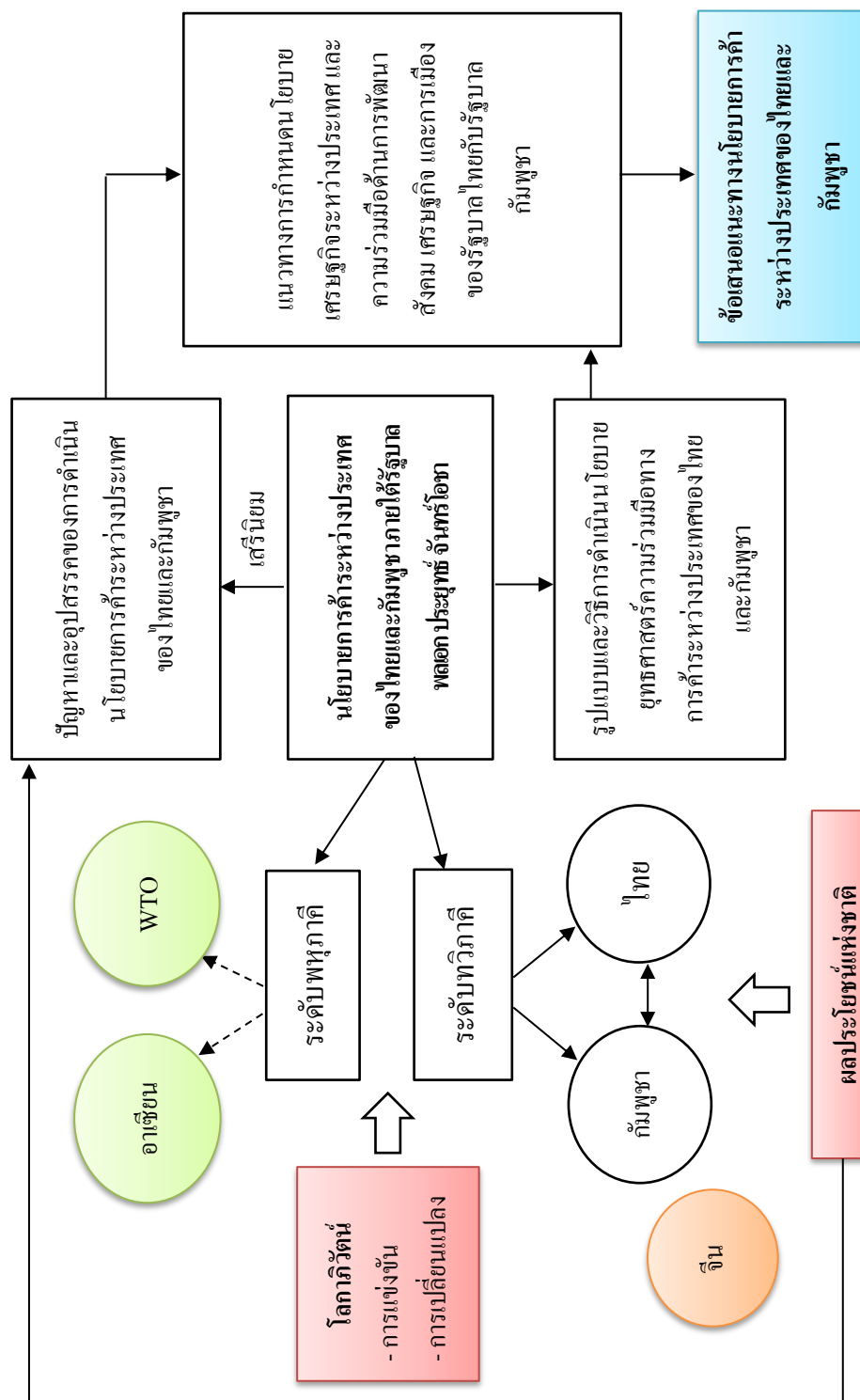
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2564
- 2) เพื่อศึกษารูปแบบยุทธศาสตร์และวิธีการดำเนินนโยบายยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา
- 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มีผลกระทบต่อการกำหนดแนวนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ และความร่วมมือด้านการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของรัฐบาลไทยกับรัฐบาลกัมพูชา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อันประกอบไปด้วยกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และกระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 9 ท่าน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 4 ท่าน (2) นักการทูต จำนวน 1 ท่าน และ (4) ภาคเอกชน จำนวน 4 ท่าน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 4 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น มีคุณสมบัติเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ คำถามการวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัย สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ครบคลุมในการดำเนินกระบวนการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การดำเนินนโยบายการค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ภายใต้รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2564 ผลการวิจัยพบว่า

1. การดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศของไทยและกัมพูชา ถือเป็นกลไกสำคัญที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศ แม้ว่าประเทศไทยจะมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของไทยจากการทำรัฐประหารของกองทัพในปี 2557 อันส่งผลให้พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ขึ้นดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ภายใต้รัฐบาลคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) แต่กลับมิได้ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยและกัมพูชาแต่อย่างใด ขณะเดียวกันผู้นำไทยและผู้นำกัมพูชานั้นได้มีการเดินทางเยือนประเทศกัน โดยเฉพาะการเยือนประเทศของนายฮุน เซน นายกรัฐมนตรีกัมพูชา ซึ่งเป็นการเดินทางเยือนประเทศไทยอย่างเป็นทางการครั้งแรกในรอบ 12 ปี (19 ธันวาคม 2558) สะท้อนให้เห็นถึงสัญญาณของระดับความสัมพันธ์ที่ดีมาก อันนำไปสู่ข้อตกลงความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การค้า และแรงงาน รวมถึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น และในเวลาต่อมาภายหลังประเทศไทยได้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไทยเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2562 ซึ่งปรากฏว่า พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ขึ้นดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีอีกสมัยของไทย ขณะที่กัมพูชาให้ความสนใจสถานการณ์การเมืองของไทย และต่างฝ่ายต้องเคารพซึ่งกันและกัน โดยจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชาติเป็นอันดับแรก กัมพูชาจึงเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย

2. ภาวะเศรษฐกิจโลกปัจจุบันที่มีความซับซ้อน เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้น รัฐจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ทั้งในระดับทวิภาคี ระดับภูมิภาค และระดับโลก เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ ส่งเสริมให้เกิดการค้าการลงทุนกับต่างประเทศ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานทางเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพให้พร้อมรับความท้าทายใหม่ ๆ และพร้อมเชื่อมโยงระหว่างกัน เพื่อสนับสนุนการค้าการลงทุนของภาคธุรกิจและประชาชน ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและทั่วถึง โดยกัมพูชาเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสำคัญกับไทยทั้งด้านการค้า การลงทุน เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเป็นอย่างมาก รวมถึงความใกล้ชิดทางชาติพันธุ์ จึงให้ความสำคัญต่อการกระชับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจการค้ากับกัมพูชา เพื่อเดินทางให้ไทยกับกัมพูชาเติบโตไปพร้อมกัน รวมทั้งสอดคล้องกับนโยบายการเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจกับประเทศคู่ค้า โดยกัมพูชาเป็นประเทศหนึ่งในสมาชิกกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม) และประเทศสมาชิกอาเซียน มีการเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราสูงมากเป็นอันดับต้น ๆ ของอาเซียน จากการเข้ามาลงทุนโดยตรงของนักลงทุนต่างประเทศ เนื่องจากกัมพูชามีนโยบายการเปิดประเทศ มีวัตถุดิบ มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีแรงงานจำนวนมากซึ่งยังมีค่าแรงที่ต่ำ ประกอบกับการส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งการสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ อาทิ สะพาน ถนน ท่าเรือน้ำลึก เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุนจากต่างประเทศ รวมถึงการดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาลงทุนสนับสนุนภาคเอกชนไทย ผู้ประกอบการไทย และที่ปรึกษาไทยเข้าไปประกอบกิจการในกัมพูชา อันจะเป็นการขยายตลาดสินค้าไทยในชาวกัมพูชาเพิ่มขึ้นด้วย

3. การกระชับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านเป็นหนึ่งในนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญ เพื่อให้ประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านเติบโตไปพร้อมกัน ซึ่งการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศของไทยและกัมพูชาในปัจจุบันยังมีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญหลายประการ โดยปัญหาเหล่านี้อาจเกิดจากปัจจัยภายในและข้อจำกัดต่าง ๆ ของทั้งสองประเทศ ดังนี้ (1) ปัญหาเกี่ยวกับข้อพิพาทบริเวณชายแดน (2) ปัญหาด้านแรงงาน (3) ปัญหาด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (4) ปัญหาด้านนโยบายของรัฐ (5) ปัญหาเรื่องการละเมิดเครื่องหมายทางการค้าและการปลอมแปลงสินค้า และ (6) ปัญหาการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทั้งนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลต่อการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทุกประเทศทั่วโลกต้องเผชิญความท้าทายและข้อจำกัดต่าง ๆ การดำเนินการด้านการค้าการลงทุนระหว่างประเทศจำเป็นต้องมีการติดต่อและประสานงานกับประเทศเพื่อน

บ้านอย่างสม่ำเสมอ แต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้หลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยและกัมพูชาจำเป็นต้องดำเนินการจำกัดและควบคุมการเข้าออกประเทศอย่างเข้มงวด ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดและอุปสรรคทางการค้าในการติดตามความก้าวหน้าการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนติดตามปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศร่วมกัน

อภิปรายผล

1. การดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศของไทยและกัมพูชา ทั้งก่อนและหลังมีการเลือกตั้งในปี 2562 ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากเท่าใด รัฐบาลไทยยังคงดำเนินนโยบายการค้าที่เน้นส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างไทยกับกัมพูชา ผ่านความร่วมมือและข้อตกลงร่วมกันระหว่างไทยกับกัมพูชาในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการส่งเสริมการค้าชายแดน และการค้าผ่านแดน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศ สอดคล้องกับแนวคิดของ วิษณุ เครืองาม (2523) ซึ่งได้อธิบายความหมายของแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐไว้ว่า เป็นนโยบายหลักที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญ เพื่อเป็นแนวทางที่รัฐบาลจะต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติเกี่ยวกับแนวนโยบายแห่งรัฐ แนวนโยบายแห่งรัฐจะต้องเขียนไว้เป็นหลักการกว้าง ๆ ไม่ว่าพรรคการเมืองใดจะเข้ามาจัดตั้งเป็นรัฐบาล พรรคการเมืองนั้นหรือรัฐบาลนั้นจะกำหนดนโยบายของรัฐบาล หรือกระทำการให้เป็นการขัดแนว นโยบายแห่งรัฐมิได้ โดยผู้นำของทั้งสองประเทศมีการเดินทางเยือนประเทศกันแบบสม่ำเสมอในรอบหลายสิบปีที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นถึงสัญญาณของระดับความสัมพันธ์อันดี ในการส่งเสริมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การค้า และแรงงาน อันก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งทั้งสองประเทศมีการประชุมหารือด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ ผ่านกลไกและเวทีความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ที่จัดตั้งขึ้นทั้งในรูปแบบทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อผลักดันความร่วมมือในการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ เช่น ความร่วมมือทวิภาคีไทย-กัมพูชา (JC) ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการค้าระดับทวิภาคีไทย-กัมพูชา (JTC) กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS) กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (GMS) เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยะศิริ เรืองศรีมัน (2559) กล่าวถึงลักษณะของนโยบายการค้าระหว่างประเทศแนวเปิดเสรีไว้ว่า การแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศ ทำให้ประชากรในโลกได้บริโภคสินค้าในราคาต่ำและมีคุณภาพสูง ซึ่งจะส่งผลให้มาตรฐานการครองชีพของประชาชนสูงขึ้นด้วย โดยการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศแนวเปิดเสรี เป็นการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ประเทศได้รับประโยชน์ต่าง ๆ โดยไม่กีดกันการส่งออกและการนำเข้า อันจะเป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ

2. สภาวะเศรษฐกิจโลกปัจจุบันมีความซับซ้อน เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้น รัฐจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ทั้งในระดับทวิภาคี ระดับพหุภาคี ระดับภูมิภาค และระดับโลก เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ ส่งเสริมให้เกิดการค้าการลงทุนกับต่างประเทศ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานทางเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพให้พร้อมรับความท้าทายใหม่ ๆ และพร้อมเชื่อมโยงระหว่างกัน เพื่อสนับสนุนการค้าการลงทุนของภาคธุรกิจและประชาชน ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและทั่วถึง สอดคล้องกับแนวคิดของ Morgenthau (2005) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า ผลประโยชน์แห่งชาติมีหลากหลายและอาจขัดแย้งกันในบางครั้ง รัฐจึงต้องจัดลำดับความสำคัญ (Set Priority) เพื่อตัดสินชี้ว่าผลประโยชน์ใดเป็นผลประโยชน์หลักหรือผลประโยชน์รอง อะไรเป็นผลประโยชน์ระยะสั้นหรือผลประโยชน์ระยะยาว อะไรเป็นผลประโยชน์เฉพาะหรือผลประโยชน์สำคัญยิ่ง (Vital) เป็นต้น เพราะรัฐส่วนใหญ่ไม่ได้มีทรัพยากรมากพอที่จะจัดสรรไปให้กับผลประโยชน์ต่าง ๆ

ได้อย่างเท่าเทียม ดังนั้น การจัดลำดับความสำคัญ ถือว่าเป็นเรื่องจำเป็นในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์แห่งชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ไทยและกัมพูชามีการลงนามความตกลงทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคีผลักดันความร่วมมือในการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ รวมทั้งการที่ภาคธุรกิจของไทยเข้าไปมีความร่วมมือกับทางภาครัฐของกัมพูชา ในด้านการให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุนความร่วมมือด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาคุณภาพสินค้า ด้านการตลาด เพื่อให้เกษตรกรผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของตลาดและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ถือว่าจะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจค้าปลีกของไทยในสายตาของชาวกัมพูชา และช่วยลดแรงกดดันจากชาวกัมพูชาบางกลุ่มที่เคยต่อต้านสินค้าและธุรกิจของไทยให้ลดน้อยลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Harvay (2007) กล่าวไว้ว่า ความเป็นอยู่ของมนุษย์รวมไปถึงเศรษฐกิจนั้นจะดีได้ด้วยการที่รัฐและเอกชนบูรณาการการทำงานเข้าด้วยกัน โดยรัฐมีหน้าที่จะต้องคงไว้ซึ่งกรรมสิทธิ์เอกชน ตลอดจนสร้างและส่งเสริมตลาดและการค้าเสรี และรัฐจะต้องไม่แทรกแซงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กลไกตลาดและไม่เข้ามาควบคุมปัจจัยการผลิต รวมทั้งจะต้องผ่อนปรนกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายต่าง ๆ (Deregulate) เพื่อให้ทุนสามารถเดินทางได้อย่างเสรี อันจะก่อให้เกิดการบูรณาการทางเศรษฐกิจในระดับโลก โดยความร่วมมือดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศไทยกับกัมพูชา อีกทั้งเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ร่วมกัน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของรัฐบาลทั้งสองประเทศ ก่อให้เกิดเป็นความร่วมมือในระยะยาว และเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรระมัดระวังในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เนื่องจากทุกประเทศนั้นย่อมคำนึงถึงผลประโยชน์แห่งชาติของประเทศตนเป็นหลัก ซึ่งปัจจุบันความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและกัมพูชาอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก จึงไม่ควรหยิบยกปัญหาที่ค้างค้ำใด ๆ ขึ้นมาเป็นประเด็นที่จะทำให้ทั้งสองประเทศเกิดความขัดแย้งหรือข้อพิพาทระหว่างกัน
2. ควรมีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาแรงงานต่างด้าว และการค้ามนุษย์ร่วมกันในทุกภาคส่วน เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ เส้นทางตามแนวชายแดน และมีแผนงานที่ชัดเจนเพื่อให้การปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ
3. ควรมีการเจรจาหรือระหว่างรัฐบาลทั้งสองประเทศเพื่อปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ และขั้นตอนการนำเข้าสินค้าที่ยังขาดความชัดเจนและไม่เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน โดยไม่มีหน่วยงานที่ชี้ขาดการบังคับใช้กฎหมาย และเร่งรัดการลงนามความตกลงระหว่างรัฐบาลไทยและรัฐบาลกัมพูชาเพื่อการเว้นภาษีซ้อน (อนุสัญญาภาษีซ้อน) ให้เป็นไปตามเงื่อนไขภายใต้ AEC Blueprint เพื่อเป็นการช่วยให้ภาวะภาษีหัก ณ ที่จ่ายลดลง และเกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการไทยในกัมพูชา
4. ควรมีการนำเอานวัตกรรมและระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการค้าระหว่างประเทศ อาทิ การให้บริการด้านข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ และความตกลงการค้าเสรี (FTA) เพื่อเสริมสร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการ นักลงทุน หรือ ผู้ที่สนใจ เพื่อเป็นการเว้นระยะห่างในการใช้บริการ และเป็นการป้องกันยับยั้งการแพร่ระบาดของโรค รวมทั้งช่วยประหยัดเวลา สะดวกรวดเร็ว ลดการพบปะ เนื่องจากแต่ละพื้นที่มีระดับความรุนแรงของการระบาดของโรค COVID-19 ที่แตกต่างกัน
5. ควรมีการประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ และกิจกรรมการค้าการลงทุน ความร่วมมือด้านต่าง ๆ ของทั้งสองประเทศ เพื่อเป็นสื่อกลางอันจะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อประชาชนทั้งสองประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการธิการการพาณิชย์และทรัพย์สินทางปัญญา. (2561). *เขตการค้าเสรีอาเซียน: ผลกระทบต่อไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2559). *กัมพูชา โอกาสทางการค้าและการลงทุนที่ต้องจับตามอง*. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbank.com/th-TH/Business-Banking/Tips-and-Insights/Overseas-Trade-and-Investment-Advisory/Cambodia-is-emerging-as-a-key-destination>
- ปิยะศิริ เรื่องศรีมัน.(2559). *ไทยในเศรษฐกิจโลก*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิชญ์ เครืองาม. (2523). *กฎหมายรัฐธรรมนูญ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: นิติบรรณการ.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2556). *นโยบายการค้าระหว่างประเทศกับการเพิ่มขีดความสามารถภาคอุตสาหกรรมไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *การค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ปี 2563*. กรุงเทพฯ: กองยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *การค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ปี 2561*. กรุงเทพฯ: สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่.
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับกัมพูชา*. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2563, จาก http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=3847&filename=index
- Morgenthau, H. J. (2005). *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace* (7th ed.). New York: Alfred A. Knopf.
- Harvey, D. (2007). *A brief history of neoliberalism*. England: Oxford University Press.

ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี
และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Digital Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ
Knowledge, Perception of Benefit and Change Management of Digital
Distribution for Efficient Business

ชุตินา เชยชุม¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ อัครมณี สมใจ³

Chutima Choeichum¹, Chandej Charoenwiriya² and Akramanee Somjai³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: phortchanaj@gmail.com¹

Received: April 20, 2022

Revised: April 29, 2022

Accepted: April 30, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา 1) ระดับความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Digital Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ และ 2) ความสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 18-65 ปี และสามารถสื่อสารได้เข้าใจ จำนวน 312 คน สุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของเครจซีและมอร์แกน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับและแบบสำรวจรายการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาในข้อมูลส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานหาความสัมพันธ์ของข้อมูล สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การจัดการการเปลี่ยนแปลง, การใช้เทคโนโลยี, โมเดลธุรกิจแบบใหม่

Abstract

This study aims to study 1) level of knowledge, perception of benefit and change management of digital distribution for efficient business and 2) relationship, knowledge, perception of benefit and change management of digital distribution for efficient business. This is a quantitative research. The sample consisted of 312 people living in Bangkok, aged between 18-65 years and being able to communicate. Determined and randomized with Krejci & Morgan table. The tool used to collect data was a 5-level rating scale questionnaire and checklist. Analyzed the data with descriptive statistics on personal data were mean, standard deviation and inferential statistics to find the correlation of the data. Pearson's correlation coefficient. The results showed

that 1) level of knowledge, perception of benefit and management of digital distribution for efficient business as a whole was at high level 2) relationship between knowledge, perception of benefit and management of digital distribution for efficient business. It was found that there was a statistically significant correlation at the .05 level.

Keywords: Change Management, Technology, Digital Disruption

บทนำ

ในยุคที่เศรษฐกิจมีการเปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็วจากบทบาทของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมยุคใหม่มีการติดต่อสื่อสารแบบไร้พรมแดน ซึ่งมีการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของโลก ความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศหนึ่ง ย่อมมีผลต่อเศรษฐกิจอีกประเทศหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และไม่เพียงส่งผลเชื่อมโยงจากประเทศสู่ประเทศอื่น ๆ หากยังสามารถส่งผลเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคสู่ภูมิภาคของโลกด้วยเช่นกัน และคาดการณ์ว่าชั่วอำนาจเศรษฐกิจโลกจะย้ายจากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วมาสู่กลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ E7 ได้แก่ จีน อินเดีย บราซิล รัสเซีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และตุรกี กลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยเฉพาะจีน อินเดีย มีประชากรที่มีรายได้สูงขึ้นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการอุปโภคบริโภคเชิงคุณภาพของชนชั้นกลาง โครงสร้างเศรษฐกิจเคลื่อน ย้ายเข้าสู่การบริโภคบริการมากขึ้น โลกที่หมุนอยู่ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) จำเป็นต้องตระหนักถึงผลกระทบ และเร่งรีบเพิ่มการเรียนรู้ สร้างทักษะใหม่ (New Skill Set) ให้ทันท่วงที ซึ่งการจะปรับตัวได้ทันเกมเข้าใจความท้าทายใหม่ที่กำลังเผชิญ ต้องค้นหาวิธีการรับมือการเปลี่ยนแปลง เพิ่มองค์ความรู้ใหม่เพื่อให้องค์กรไม่ใช่อยู่อรอตแต่ต้องอยู่ได้ และสามารถร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจร่วมกับประเทศไทยในอนาคตได้ (อริญญา เถลิงศรี, 2563)

จากการที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลภายใต้นโยบายรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 ทำให้โครงสร้างเศรษฐกิจในปัจจุบัน กำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจ ตั้งแต่ระดับเล็ก ๆ ที่มีรูปแบบการค้าขายแบบดั้งเดิมไม่ซับซ้อนเข้ามาขายไป เช่น ร้านโชห่วย ร้านแผงลอยริมถนนไปจนถึงผู้ประกอบการรายย่อย และขนาดกลางที่เปิดร้านขายสินค้าในห้างหรือศูนย์กลางการค้าในปัจจุบันร้านค้าหลายแห่งได้ทยอยปิดกิจการกันมากขึ้น เพราะกระแสการเปลี่ยนแปลงของยุคดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว สถานการณ์ที่เกิดขึ้นแบบนี้ เรียกว่า “Digital Disruption” ซึ่งคำนี้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีและโมเดลธุรกิจแบบใหม่ จนส่งผลกระทบต่อกิจการ สินค้าและบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน ความท้าทายและวิธีรับมือการเปลี่ยนแปลง เมื่อโลกเปลี่ยนไปในยุคการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Technology Disruption) สิ่งสำคัญคือ ต้องลองทำต่าง ให้ต่างไปจากเดิม เพราะถ้าทุกคนคิดเหมือน กันก็คงไม่มีอะไรแปลกใหม่ ไม่เกิดนวัตกรรมเหมือนทุกวันนี้ การที่ลูกค้าเป็นศูนย์กลางในโลกธุรกิจที่ขับเคลื่อนไปบนความต้องการของลูกค้า จึงเป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นที่ต้องเข้าใจ และหาความต้องการของลูกค้า และสำคัญยิ่งกว่าคือปรับตัวให้ทันกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปทุกวันของลูกค้า เพื่อสามารถคิดโจทย์ และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและเหนือความคาดหมายของลูกค้า (สรกุล อุดุลยานนท์, 2562) การปรับตัวของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการ Disruption อธิบายความเหมาะสมได้ด้วยอิทธิพลเชิงสาเหตุจำนวน 6 องค์ประกอบคือ 1) การปรับตัวสู่องค์กรดิจิทัล 2) การใช้เทคโนโลยีทดแทนแรงงานคน 3) การสร้างนวัตกรรม 4) ขับเคลื่อนทุกสิ่งเข้าสู่อินเทอร์เน็ต 5) การพัฒนาตลาดออนไลน์ และ 6) การจัดการประสบการณ์ลูกค้า (โกศล จิตวิรัตน์, 2561)

ดังนั้น การจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ก็คือการเรียนรู้ ต้องมีการเรียนรู้ให้เข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหรือการรับรู้ สังเกตได้จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชน ที่จะต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับกว้างและลงลึก และมีผลต่อเทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมทั้งครอบคลุมในทุกมิติ รวมทั้งทั้งทางด้านการบริหาร การจัดการ การค้าส่งค้าปลีก โลจิสติกส์ การบริการ การตลาด การโฆษณา การจำหน่าย การผลิต การเตรียมวัตถุดิบ ที่ประสบความสำเร็จ ลูกคามีความพึงพอใจและเลือกใช้ แล้วใช้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกี่ยวข้องกับตนเองของที่มองการณ์ภาครัฐและเอกชน ภายใต้การจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ผู้วิจัยจึงคาดหวังว่าการดำเนินการศึกษา เพื่อประโยชน์ในภาครัฐและเอกชนองค์กรธุรกิจสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นฐานข้อมูลองค์ความรู้ที่มีความเหมาะสมกับองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดดีสรัปชัน (Disruption)

Digital Disruption คือ การเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลันด้วยดิจิทัล เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นถึงจุดที่สร้างนวัตกรรมใหม่ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ แพลตฟอร์ม หรือโมเดล และเกิดผลกระทบต่อมูลค่าของสินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์เดิมที่มีในตลาด

เพียร์ พาวเวอร์ทีม (PeerPower Team, 2019) เชื่อว่าคำว่า Digital Disruption กระแสความตื่นตัวที่มาพร้อมกับการเปลี่ยนผ่านสู่โลกออนไลน์ ที่เปลี่ยนแปลงสังคมรอบตัวอย่างเห็นได้ชัด จึงได้เห็นทั้งความตื่นตัว และตื่นกลัวจากหลายฝ่าย เพราะ Digital Disruption คือการเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลันทันที และไม่มีใครตอบได้ว่าที่สุดแล้วมันจะส่งผลต่อการใช้ชีวิตของเราอย่างไรในอนาคต แต่ในอีกด้านหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงคือการพัฒนาที่ก่อให้เกิดโอกาสใหม่ ๆ ทั้งทางธุรกิจ สังคม และวัฒนธรรม

จากธุรกิจแบบเดิม (Tradition Business) นั่นคือ Digital Disruption เป็นแนวคิดแนวทางมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อรูปแบบธุรกิจของโลกปัจจุบัน และอนาคต สิ่งที่ธุรกิจสามารถทำได้คือ การประเมิน Digital Disruption การควบคุมกำกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมใกล้ตัว แล้วประเมินว่าปัจจุบันและอนาคตสามารถก้าวหน้าไปข้างหน้า เติบโต และโอกาสใหม่ ๆ ของธุรกิจ นั่นคือความสามารถการเจริญเติบโตมากขึ้น และเปิดโอกาสใหม่สำหรับธุรกิจ Digital Disruption สัญญาณแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค การติดตามสถานการณ์ช่วยให้มีความสามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นการทำให้ลูกค้าเก่ามีความสุข และเปิดโอกาสให้พบลูกค้าใหม่ได้ ตัวอย่าง ได้แก่ Grab, Shopee, Alibaba, Amazon หรือ Line เป็นต้น

ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจ

ไมค์ ธิเบต (Mike Ribble, 2019) ได้ให้คำนิยามการเข้าใจดิจิทัล (Digital Literacy) หรือเรียกว่าความสามารถทางดิจิทัล (Digital Fluency) ไว้ว่า ความสามารถในการเข้าใจและใช้เทคโนโลยี เช่น สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาให้ดีขึ้น สามารถตัดสินใจได้บนโลกออนไลน์ สามารถทำให้ผู้อื่นยุติการแสดง

ความเห็นทางลบบนโลกออนไลน์ได้ สามารถสกัดสารสนเทศที่ได้ออกมาจากข้อมูลทั่วไปได้ เช่น แยกแยะข่าวปลอมออกจากข่าวจริง เป็นต้น

สำนักงานข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) (สำนักงานข้าราชการพลเรือน, 2560) ได้ให้คำนิยามการเข้าใจดิจิทัล (Digital Literacy) หรือเรียกว่า “ความสามารถด้านการเข้าใจและใช้เทคโนโลยี” ไว้ว่า ความสามารถในการนำประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มาปรับใช้เพื่อการพัฒนางานและพัฒนาองค์กร ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 7 หน่วย ดังนี้

- 1) เข้าถึงและตระหนักดิจิทัล
- 2) ใช้งานเครื่องมือด้านดิจิทัลหรือแอปพลิเคชันขั้นต้นสำหรับการทำงาน
- 3) ใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน
- 4) ประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงาน
- 5) ผลิตชุดข้อมูลเพื่อการบริการสาธารณะ (Open Public Data)
- 6) ใช้ข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
- 7) ใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ

หัวใจสำคัญของการปรับตัวในยุคดิจิทัลคือการก้าวข้ามความคิดที่ว่าผู้ถูกดิสรัปต์นั้นคือผู้แพ้ และผู้นำการเปลี่ยนแปลงคือผู้ชนะ เพราะทั้งคู่สามารถชนะ และแพ้ได้ ดิสรัปชันไม่มีสัญญาณเตือน ก่อนจะเกิด ดิสรัปชันใหญ่มีเสียงคอยบอก คอยเตือนอยู่เสมอ บางเสียงอาจเบา บางเสียงอาจไม่ชัด บางเสียงอาจเตือนผิด บางเสียงอาจบอกใบบนคตอย่างแม่นยำ บางเสียงมาจากคน บางเสียงมาจากธรรมชาติ แต่ดิสรัปชันเกิดขึ้นเมื่อไม่ได้ยินเสียงเหล่านี้จนกระทั่งสายไปแล้ว อาจเพราะไม่ได้ฟัง อาจได้ฟังแต่ไม่เข้าใจ อาจเข้าใจแต่ยังไม่มีเวลาสนใจ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านอนาคตศาสตร์หลายท่านบอกว่าโควิด-19 อาจเป็นดิสรัปชันที่เป็นบททดสอบความสามารถในการปรับตัวของคน องค์กร สังคมที่จะต้องเผชิญกับอีกหลายดิสรัปชันที่ตามมาในอนาคต จากทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และธรรมชาติ มันอาจเป็นโอกาสครั้งใหญ่ในการคิดใหม่ (Reimagine) เพื่อเตรียมความพร้อม แต่ทั้งหมดต้องเริ่มจากการฟังเสียงต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรา เพราะสิ่งเดียวที่คงที่คือการเปลี่ยนแปลง แต่การเปลี่ยนแปลงเองก็ไม่เคยอยู่คงที่ (สันติธาร เสถียรไทย, 2563)

การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดิสรัปชันให้ธุรกิจ

เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงโลก เปลี่ยนแปลงชีวิตคน เปลี่ยนแปลงสังคมอย่างรวดเร็วและรุนแรงที่สุด (disruption) ผู้บริหารประเทศจะต้องเข้าใจผลกระทบต่อชีวิตของทุกคนให้สามารถรับมือกับเรื่องเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม โอกาสที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีเมื่อคนคุ้นเคยและใช้เทคโนโลยีใหม่กันมากขึ้น แต่สิ่งที่เป็นจริงอาจไม่มากอย่างภาพที่ปรากฏออกมาที่สำคัญ ทุกคนมองเห็นแล้วว่าเทคโนโลยีสามารถที่จะสร้างโอกาสในทางเศรษฐกิจและในทางธุรกิจได้ เมื่อนึกถึงเรื่องของภาคการเกษตร การเกษตรต้องสามารถเอาเทคโนโลยีมาบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดินฟ้าอากาศที่เรามีข้อมูลมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเรียนรู้ว่า พันธุ์พืช คุณภาพหน้าดิน กับวิธีการในการเพาะปลูกจะอย่างไรให้มีผลผลิตสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการลดการใช้แรงงาน ซึ่งปัจจุบันก็ขาดแคลนอยู่แล้ว มาเป็นการใช้โดรน การใช้ระบบที่เป็นอัตโนมัติ ควบคุมได้โดยอาจจะคนเดียว แทนที่จะต้องจ้างคนจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ในการตลาด ในการเข้าหาลูกค้าโดยตรง การสร้างการรวมกลุ่มเพื่อต่อรอง หรือในเรื่องของการบริหารตลาด ซึ่งความจริงแล้วหลายเรื่องมันก็มีมาก่อนเทคโนโลยี ยกตัวอย่างเช่น การทำตลาดซื้อขายล่วงหน้า ระบบประกันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ประกันภัยพืชผล ประกันราคาเพื่อไม่ให้เกิดความผันผวนจนเกินไป ส่วนในภาคบริการขณะนี้การท่องเที่ยวจะเป็นภาคที่สามารถเติบโตได้ และศักยภาพของทุกชุมชน ในประเทศไทยเกือบทุกชุมชนมีเสน่ห์ของตัวเอง หากสามารถใช้เทคโนโลยีให้

เป็นประโยชน์ ก็จะสามารถผลักดันให้เกิดแหล่งรายได้สำหรับคนในชุมชนมากยิ่งขึ้น มีการกระจายความเจริญออกไปได้มากขึ้น

จากการศึกษาการ์ทเนอร์ อิงค์ (Gartner, Inc) (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2563) พบว่า การ์ทเนอร์ได้แบ่งแนวโน้มเทคโนโลยีของปีหน้าที่มีทั้งหมด 10 ด้าน ออกเป็นสองกลุ่ม คือ People Centric และ Smart Space โดยสามารถสรุปแนวโน้มเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ดังนี้ กลุ่มที่หนึ่ง People Centric คือ การมองเทคโนโลยีสำหรับผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง โดยมีเทคโนโลยีทั้งหมด 5 ด้าน คือ

1. Hyper automation เป็นการต่อยอดของAutomation เพิ่มการตัดสินใจ การทำงานอัตโนมัติให้ดีขึ้น
 2. Multi experience การที่คนจะได้ตอบ รับรู้ ควบคุมโลกดิจิทัล และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ผ่านเสียง
 3. Democratization การที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น
 4. Human Augmentation การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์
 5. Transparency and Traceability การมีจริยธรรมดิจิทัล (Digital Ethics) ที่ดี
- และสำหรับกลุ่ม Smart Space อีก 5 ด้าน มีดังนี้

1. Empowered Edge การดึงข้อมูลมาเก็บไว้ภายในอุปกรณ์ เพื่อลดเวลาของการส่งข้อมูลไปมา
2. Distributed Cloud การกระจายคลาวด์ไปยังดาต้าเซ็นเตอร์หลาย ๆ แห่งเพื่อเพิ่มความเร็วข้อมูล
3. Autonomous Things ประยุกต์เอไอใช้กับงานที่มนุษย์เคย เชื่อมโยงกันให้ทำงานร่วมกันได้ดีขึ้น
4. Practical Blockchain การประยุกต์ใช้องค์กรประกอบบล็อกเชน
5. AI Security ปัจจุบันมีการนำเอไอ และแมชชีนเลิร์นนิงมาประยุกต์ใช้งานมากขึ้น ความปลอดภัยที่

เกี่ยวข้องกับการใช้งานเอไอ จึงเป็นเรื่องสำคัญโดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) การป้องกันระบบเอไอ ที่พัฒนาขึ้นมา จากความเสี่ยงของการคุกคามข้อมูลหรือโมเดลที่อยู่ในระบบ 2) การนำเอไอมาใช้ในการพัฒนาระบบไซเบอร์ซีเคียวริตี้ให้มีความชาญฉลาดขึ้น และ 3) การป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์แบบใหม่ ๆ ที่ผู้ร้ายใช้เอไอในการพัฒนา

การจัดการดิจิทัลดิสรักชั่นให้ธุรกิจ

นนทวัฒน์ พุ่มชูศรี (2562) เสนอความเห็นเกี่ยวกับเอไอว่า เอไอไม่ได้เป็นภัยคุกคาม แต่ทำอย่างไรจะทำให้คนกับแมชชีนทำงานร่วมกันและทำให้เกิดผลิตผลสูงที่สุด มีประสิทธิภาพมากที่สุด การสำรวจความคิดเห็นซีไอโอจำนวนพันกว่าคนจากทั่วโลก พบว่า โดยเฉลี่ยภายใน 5 ปีข้างหน้า ผู้นำองค์กรมีความคาดหวังว่าหากใช้เอไอได้อย่างมีประสิทธิภาพธุรกิจจะเติบโตได้เฉลี่ย ร้อยละ 38.0 โดย ร้อยละ 69.0 เชื่อว่าธุรกิจจะเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิงด้วยอินทิเกรชั่นเทคโนโลยี ร้อยละ 72.0 เชื่อว่าเอไอจะช่วยสร้างความแตกต่าง และร้อยละ 74.0 มีแผนใช้หรือจะใช้ระบบอัตโนมัติในกระบวนการทำงาน สรุปได้ว่า ต้องให้ความสำคัญคือ 1) การปรับมุมมองใหม่จากการบริหารคนเป็นการบริหารเชิงโครงการ 2) การทำให้ทรัพยากรคนที่มีอยู่สร้างมูลค่าใหม่ ๆ และ 3) การลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะบุคลากรให้สามารถทำงานร่วมกับแมชชีนได้ เอไอจะไม่สามารถเกิดหากไม่มีความสามารถในการบริหารจัดการ นำดาต้ามาปรับใช้

ศิริวัฒน์ วงศ์จารุกร (2562) กล่าวถึงประเด็น “How” ว่า แต่ละองค์กรมีปัญหาและอุปสรรคในการทรานส์ฟอร์มธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นสิ่งสำคัญในเบื้องต้นคือการสร้างสมดุล งานที่ต้องทำอันดับแรก ๆ อย่างเฟิงไฟกัสนี้เทคโนโลยีแต่ให้ไฟกัสนี้คนก่อน เขากล่าวว่า ฮิวแมนทรานส์ฟอร์มเมชันจะเป็นตัวขับเคลื่อนดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน หากใช้คนผิด จะผิดไปแล้ว ร้อยละ 70 ดังนั้นการบริหารจัดการคนมีความสำคัญอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามระหว่างกระบวนการทรานส์ฟอร์มอาจมีความจำเป็นต้องเอาคนออกเพื่อ ให้องค์กรมีต้นทุนที่เหมาะสมภายใต้การทำงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

เรื่องนี้ประเด็นสำคัญคือการสร้างสมดุล รู้จักบริหารจัดการคนอย่างเหมาะสม ผู้บริหารต้องมีความสามารถที่จะทำให้ได้ สื่อสารเป็น โดยมีสิ่งที่มุ่งหวังจากการทรานส์ฟอร์มคือ การเพิ่มผลิตผล คุณภาพ และประสิทธิภาพ ส่วนที่ต้องลดลงคือจำนวนบุคลากร ถ้าต้องการทำให้กระบวนการเป็นไปโดยง่ายและเร็ว ต้องมีโจทย์และเป้าหมายที่ชัดเจน ระบุว่าเมื่อสามารถปรับเปลี่ยน ปรับโครงสร้างบริษัทได้ลงตัวแล้ว หลังจากนั้นต้องมีระบบภูมิคุ้มกัน ทานที่จะทำให้บริษัทอยู่ในจุดที่เหมาะสมอยู่ตลอดเวลา โดยทั้งหมดต้องมีการเตรียมการ ให้มีความสำคัญกับการลงทุนเรื่องคน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ตามที่มีอยู่ในทะเบียนบ้าน ปี พ.ศ. 2563 ทั้งหมด 5,588,222 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือประชาชนที่ได้มาจากการใช้ตารางเครจซี่และมอร์แกน คัดเลือกจากเขตละ 6 ครั้วเรือน ครั้วเรือนละ 1 คน ได้จำนวน 312 คน วิธีการเลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา โดยแบบสอบถามเป็นการสำรวจรายการ (Checklist) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดิสรบชั้นให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดิสรบชั้นให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลดิสรบชั้นให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

แบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความสอดคล้องของข้อคำถามหาค่า IOC คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ผลของ IOC เท่ากับ 0.702 และนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (∞ - Co-efficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) 0.70 – 0.80 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) โดยผลการทดสอบของแบบสอบถามในการวิจัยนี้ได้ค่า Alpha อยู่ที่ระดับ 0.75 ถือว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอในการนำไปวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำหนังสือราชการการเก็บข้อมูลการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท จากอธิการบดีของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ส่งไปยัง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และการขอความร่วมมือประสานงานสำนักงานเขต เรื่องขอความอนุเคราะห์ลงพื้นที่ทั้ง 50 เขต เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท
2. ผู้วิจัยประสานขอความร่วมมือ ผู้นำชุมชน ในพื้นที่ ทั้ง 50 เขต ให้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง
3. ผู้วิจัยขอรับแบบสอบถามตอบเสร็จกลับคืน เพื่อนำไปดำเนินการในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา เป็นการศึกษา และวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ สถิติเบื้องต้นในการอภิปรายผล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

ของตัวแปร เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลดิสรบชั้นให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำเกณฑ์ค่าเฉลี่ย

2. สถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลและทดสอบ สมมติฐานการวิจัย ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation) การจัดทำเกณฑ์ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจัดทำเกณฑ์การแปลผลความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อศึกษาความรู้ความ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลดิสรบชั้นให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ กำหนดเกณฑ์การ แปลความหมาย 5 ระดับ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540:144)

ผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	196	33.33
	หญิง	208	66.67
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	26	8.33
	21 – 30 ปี	43	13.78
	31 – 40 ปี	42	13.46
	41 – 50 ปี	162	51.92
	51 – 60 ปี	30	9.61
	61 ปี ขึ้นไป	9	2.90
อาชีพ	ส่วนตัว	12	3.84
	บริษัท/ธุรกิจ/การพาณิชย์	216	69.23
	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	84	26.93
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	92	29.48
	ปริญญาตรี	117	37.50
	ปริญญาโท	97	31.08
	สูงกว่าปริญญาโท	6	1.94

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เพศหญิง (ร้อยละ 66.67) ส่วนใหญ่อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 51.92) ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ บริษัท/ธุรกิจ/การพาณิชย์ (ร้อยละ 69.23) และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 37.50)

1. ระดับความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ

ตาราง 2 ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีและโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ

ที่	หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดีสรัปชัน	4.57	0.24	มากที่สุด
2	การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดีสรัปชัน	4.62	0.36	มากที่สุด
3	การจัดการการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลดีสรัปชัน	4.70	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ ภาพรวม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.24) การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ ภาพรวม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.62$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.36) และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ ภาพรวม มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.70$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.48

2. ความสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีและโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ

ตาราง 3 ความสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ

หัวข้อ	r	p
ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดีสรัปชัน ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ	.074*	.000
การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดีสรัปชัน ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ	.072*	.000
การจัดการการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลดีสรัปชัน ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ	.078*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัย พบว่า ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด และพบอีกว่า ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพอันดับที่ 1 คือ การปรับตัวธุรกิจในระดับครัวเรือนเป็นดิจิทัลดีสรัปชันการใช้เทคโนโลยี มีระดับมากที่สุด เพราะว่า ครัวเรือนคือหน่วยเล็กของสังคมชุมชน ที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ และมีการสื่อสารระหว่างกัน และมีบริบทของฐานแนวความคิดที่เห็นพร่องต่อการวางแผนขั้นตอนแนวทางการดำเนินงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Digital Disruption) ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, ศิรินทิพย์ กุลจิตรตรี และโกวิท จันทะปาละ (2563) ศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารการศึกษาในยุคดิจิทัลดีสรัปชัน เทคโนโลยีการศึกษามีบทบาทสำคัญในการ

ปฏิรูปและพัฒนาการปรับโครงสร้างของประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 การพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาเป็นการศึกษาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เรียนที่เปลี่ยนไปการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นเครื่องกระตุ้นการเรียนรู้ มุ่งเน้นผู้เรียนให้มีความสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อให้ประเทศมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการรองรับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นต่อไป

การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด และพบอีกว่าการรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพอันดับที่ 1 คือ ศักยภาพของทุกชุมชนในประเทศไทยเกือบทุกชุมชนมีแนวโน้มคือระบบดิจิทัลดีสรัปชันมีระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย ชมพูนุช สุวรรณบุบผา(2556). การใช้แนวคิดดีสรัปชัน (Disruption) กับกรรารายงานข่าวของรายการข่าวสามมิติ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยสรุปจากการวิจัย สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายการข่าว สามมิติ มีการนำเสนอสถานการณ์สังคม ชุมชน และบุคคล โดยในเรื่องราวด้วยระบบข่าวออนไลน์สามารถชมผ่านระบบโทรศัพท์ สามารถถามตอบผ่านระบบได้นั้นหมายความว่า ในปัจจุบันภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีและโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Digital Disruption) จึงสอดคล้องกับการรับรู้ประโยชน์ของระบบดิจิทัลดีสรัปชัน ของเนื้อหาที่มีความคืบหน้าข่าว ลักษณะลึก รวดเร็ว รอบด้านกำหนดประเด็น การได้มาซึ่งประเด็น เนื้อหาข่าว และเนื้อหาข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนผลการวิจัยที่ได้ข้างต้น นำมาวิเคราะห์ถึงความเกี่ยวข้อง และการนำมาใช้กับแนวคิดดีสรัปชัน (Disruption) ของทางรายการข่าวสามมิติ

การจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด และพบอีกว่าการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ อันดับที่ 1 คือการให้รางวัลความก้าวหน้าทำงานมุ่งเน้นผลลัพธ์เป็นการจัดการดิจิทัลดีสรัปชัน สอดคล้องกับงานวิจัย ถนัด แก้วเจริญไพศาล, บุญอนันต์ พินัยทรัพย์, สมศักดิ์ คำ ริชอบ. (2562). ทำการวิจัยเรื่องความจำเป็นการพัฒนาผู้บริหารดิจิทัลเพื่อรองรับนโยบายประเทศไทย 4.0ผลการวิจัยโดยสรุป การเริ่มต้นยกระดับองค์กรด้วยการบริหารดิจิทัลเพื่อรองรับนโยบายประเทศ นั่นคือการจัดการระบบโดยการพัฒนาผู้บริหารให้มีความรู้ไปสู่การจัดการระบบดิจิทัลเพื่อนำสู่การตัดสินใจอันเกิดประโยชน์ต่อองค์กรและการบริหารนโยบายให้องค์กรมีประสิทธิภาพ ให้ภาคธุรกิจมีประสิทธิภาพ ให้ภาครัฐมีประสิทธิภาพซึ่งสอดคล้องกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลดีสรัปชัน ต่อไป

2. การหาความสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) ให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ พบว่า ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดีสรัปชัน การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดีสรัปชัน และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลดีสรัปชันให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กัน แสดงให้เห็นว่าความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ประโยชน์ และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี มีความเกี่ยวข้องกันเพื่อทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร พันธุ์เครือบุตร (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การปรับรื้ออุดมศึกษาไทย Disruption in Thailand's Higher Education ที่กล่าวถึงการวางหลักสูตร การสร้างบุคลากรตั้งแต่ระดับนักศึกษาเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Digital Disruption) การจัดการกระบวนการคิดที่ได้จากความรู้ความเข้าใจการเรียนรู้ และการฝึกปฏิบัติในระหว่างเรียนด้วยการทำผลงานโครงการ หรือรายงานที่ได้จากการไปทำงานในสถานการณ์จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1. ความรู้ความเข้าใจดิจิทัลดิสรักชั่นให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ ประเด็นการปรับตัวธุรกิจในระดับครัวเรือน เป็นดิจิทัลดิสรักชั่น องค์กรภาคเอกชนสามารถนำไปวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่แปลกใหม่ ปฏิรูปหรือเปลี่ยนแปลง ที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีพัฒนาในหลายด้านเพื่อตักตักยภาพ และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ ประเทศ

2. การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดิสรักชั่น ภาครัฐสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทภาครัฐ ในบริบทกระบวนการทำงานให้มีความยืดหยุ่นและให้การสนับสนุนในด้านนโยบาย และโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ พร้อมทั้งเป็นตัวกลางในการสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วน

3. การรับรู้ประโยชน์ดิจิทัลดิสรักชั่นให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ ประเด็นศักยภาพของทุกชุมชนในประเทศไทยเกือบทุกชุมชนมีเสน่ห์คือระบบดิจิทัลดิสรักชั่น โดยให้ภาคเอกชนควรนำเทคโนโลยีระบบดิจิทัลดิสรักชั่นไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

4. การจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลดิสรักชั่นให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ ในประเด็น การให้รางวัลความก้าวหน้าทำงานมุ่งเน้นผลลัพธ์ สามารถนำไปประยุกต์การจัดการจัดทำหลักสูตร การเรียนการสอนเป็นการวางแผนทางการผลิตบุคลากรออกสู่ภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นแนวทางขึ้นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดซึ่งจะทำให้ทุกภาคส่วนสามารถปรับตัวเข้ากับ Disruptive Technology ได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาบริบทองค์กรที่คล้ายคลึงกันต้องปรับเปลี่ยน Mindset ของบุคลากรและวัฒนธรรมขององค์กรให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงและพร้อมที่จะปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและเกิดประโยชน์สูงสุด

2. ควรศึกษาในเชิงคุณภาพ ผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจในการศึกษานโยบาย กลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ Disruptive Technology

3. ควรศึกษา กระบวนการคิด กระบวนการวางแผนทาง และทัศนคติที่มีต่อ Disruptive Technology ในกลุ่มนักศึกษา เพื่อการวางแผนรองรับ Disruptive Technology ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- โกศล จิตวิรัตน์. (2561). โมเดลการปรับตัวขององค์กรธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการทำลายล้างของเทคโนโลยีดิจิทัลในศตวรรษที่ 21. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 23(2), 74-88.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *การ์ทเนอร์ ชี้ 10 แนวโน้มเทคโนโลยีปี 2020*. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/853757>
- ชมพูนุช สุวรรณบุบผา. (2556). *การใช้แนวคิดดิสรักชั่น (Disruption) กับกรายงานข่าวของรายการข่าวสามมิติทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3*. ค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2564, จาก <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2013/03/JCIS-5513.pdf>
- นนทวัฒน์ พุ่มชูศรี. (2562). “เอไอ” ไม่ใช่ภัยคุกคาม. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/856081>
- ณัด แก้วเจริญไพศาล บุญอนันต์ พินัยทรัพย์และสมศักดิ์ ดำริชอบ. (2562). ความจำเป็นการพัฒนานักบริหารดิจิทัลเพื่อรองรับนโยบายประเทศไทย 4.0. *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*, 26(1), 145-169.

- วิเชียร พันธุ์เครือบุตร. (2562). การปรับรื้ออุดมศึกษาไทย. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย* ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 25(1), 94-113.
- ศิริวัฒน์ วงศ์จารุกร. (2562). *เขย่าโครงสร้าง สร้างสมดุล*. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/856081>
- สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ ศรินทิพย์ กุลจิตรตรีและโกวิท จันทะपालะ. (2563). แนวทางการบริหารการศึกษาในยุคดิจิทัลดิสรัปชัน. *Journal of Modern Learning Development*, 5(3), 245-59.
- สำนักงานข้าราชการพลเรือน. (2560). ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัล. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/circular/w6-2561-attachment_0.pdf
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2564). *สถิติประชากรและบ้าน*. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2564, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statyear/#/TableTemplate/Area/statpop>
- สันติธาร เสถียรไทย. (2563). *ดิสรัปชัน คือเสียงที่เราไม่ได้ยิน*. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://thestandard.co/disruption-sounds-that-we-cant-hear/>
- สรกุล อุดุลยานนท์. (2562). 6 วิธีรับมือการเปลี่ยนแปลง เมื่อโลกเปลี่ยนไปในยุค *Technology Disruption*. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2564, จาก <http://www.impressionconsult.com/i/6-%9B/>
- อริญญา เถลิงศรี. (2563). 5 ความท้าทาย 5 วิธีรับมือ “เอสเอ็มอี” ต้องรู้ในยุคธุรกิจทำลายล้าง. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2564, จาก <http://www.bizpromptinfo.com/>
- PeerPower Team. (2562). *Digital Disruption การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัว*. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2564, จาก <https://www.peerpower.co.th/blog/investor/analysis/digital-disruption/>
- Ribble, M. (2019). *Digital Citizenship*. Retrieved 31 March 2021, from <http://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html>