

KASEM BUNDIT JOURNAL

ISSN : 1513-5567 (Print) 2672-9954 (Online)

วารสารมาตรฐาน กระทรวง อว. ACI และ TCI (กลุ่มที่ 1)

วารสารเกษมบัณฑิต ราย 6 เดือน ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2565)
Kasem Bundit Journal Volume 23 Number 1 (January-June 2022)

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

- กลยุทธ์การตลาด: การตลาด ณ จุดซื้อ
พนิดา ชินสุวพลา ณัฐพล ชันธไชย และวิมล เวตสุนทรเทพ
- ตักยภาพการค้าชายแดนในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการไทยในพื้นที่ภาคเหนือ
นากรพี ดันโซ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข
- สื่อมวลชนไทย: จิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ
วัฒน์ ภูวกิต
- รูปแบบสถาบันการเงินชุมชนที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน
และความยั่งยืนของชุมชน
ฐิติพงษ์ ตริเวชพันธ์ วิชัย โกสุวรรณจินดา บุญเอื้อ บุญฤทธิ์ และวรรณภา วามานนท์
- แนวทางการบริหารจัดการกองทุนจิตอาสาประชารัฐในการดูแลผู้เปราะบางทางสังคม
จังหวัดนนทบุรี
จันทมาศ วงษ์เสรี และบุญสม เกษะประดิษฐ์
- มาตรการนโยบายการใช้ก๊าซชีวภาพเป็นพลังงานทดแทน: กรณีศึกษา จังหวัดนครปฐม
ปารณีย์ ศรีแก้ว บุญเอื้อ บุญฤทธิ์ และวรรณภา วามานนท์
- นวัตกรรมการสื่อสารชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา
ชุมชนอำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี
นิสากร ยินดีจันทร์
- รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี
อภิวรรณ ตรินันทนา สันตุสิทธิ์ บริวงศ์ตระกูล อังศุมาลิน สุชัยรัตน์โชติ และจาร เทือนพวงแก้ว
- ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการบริจาคโลหิตเป็นประจำที่โรงพยาบาลธรรมศาสตร์
เฉลิมพระเกียรติ
ณิชา ไพรัตน์

บทวิจารณ์บทความ

- Richter, N. F., Sinkovics, R. R., Ringle, C. M., & Schlager, C. (2014). A Critical look at the use of SEM in international business research. *International Marketing Reviews*, 33(3), 376-404.
ณัฐพล ชันธไชย

OWNER AND PUBLISHER

Kasem Bundit University

ADVISORS

Dr. Vallop Suwandee President

Dr. Senee Suwandee Vice-President for Planning and Development

JOURNAL HISTORY

Kasem Bundit University was founded in 1993, upon the approval for its establishment, given by the Ministry of University Affairs. In 1999, the Kasem Bundit Journal was first published with relentless determination to provide a platform for the exchange of ideas, academic dialogue and argument, a body of knowledge, and new aspects of technology. Consequently, the Kasem Bundit Journal is devoted to publication, on a biannual basis, of academic and research articles as well as book and article reviews in both Thai and English, prepared by students, faculty members, scholars, and associated personnel of KBU and other universities as well as academic and non-academic organizations in Thailand and abroad.

AIMS AND SCOPE

1. To disseminate interdisciplinary academic and research articles as well as books and article reviews, particularly in the areas of social sciences, business administration, communication arts, economics, and public administration.
2. To be a focal point for the exchange of ideas, academic dialogue and argument, a body of knowledge, and new aspects of technology that would lead to skill and capacity development and an enhancement of qualitative aspects of academic works, professional studies, research, and academic services of faculty members of KBU as well as those of other domestic and international universities and various academic and non-academic organizations.
3. To promote cooperation among the staff and faculty members of KBU and other domestic and international universities and organizations through a platform for the presentation of academic articles in the areas of learning and teaching, research, social services, and cultural promotion.

EDITORIAL BOARD

Prof. Yuwat Wutthimethi	Faculty of Social Development and Administration, Kasetsart University, Thailand
Prof. Sutham Lertpongprasert	Kirk University, Thailand
Assoc. Prof. Kovit Charnvitayapong	Faculty of Economics, Thammasat University, Thailand
Assoc. Prof. Samuel M. Schreyer	Faculty of Economics, Fort Hays State University, USA
Assoc. Prof. Phanarat Panmani	Department of Commerce and Accountancy, Thammasat University, Thailand
Assoc. Prof. Nathabhol Khanthachai	Graduate School, Kasem Bundit University, Thailand
Assoc. Prof. Bordin Rassameethes	Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Thailand
Asst. Prof. Chiratas Ratanamaneichat	Research Center, Kasem Bundit University, Thailand
Dr. William R. James	Independent scholar, Thailand
Dr. Krisda Chienwattanasook	Rajamangala University of Technology Thayaburi, Thailand

EDITORIAL STAFF

Assoc. Prof. Nathabhol Khanthachai	Editor-in-Chief
Dr. William R. James	Associate Editor
Dr. Salman Darachai	Associate Editor
Ms. Tippanad Chareerak	Staff

PUBLICATION ETHICS

Duties of Authors

The authors of articles must strictly follow international standards and practices in the preparation of their articles.

An accurate account of the work performed, containing sufficient data and references, must be presented. The authors must refer to the format, standards, and referencing style of the Kasem Bundit Journal, upon which further details could be referred to. Additionally, they should ensure that their works are original, and if any results of works or relevant statements of other researchers or authors are cited or referred to, they must be appropriately cited or quoted with the permission of the researchers or the authors, where necessary. Any copyright infringement or plagiarism is prohibited.

In principle, the authors should not submit any research work or article to be considered for publication in the Kasem Bundit Journal if that particular research work or article has been published previously, or being considered for publication, in any other journal.

Authorship should be limited to those who have made a significant contribution to the article. Moreover, the author and the co-author(s), if any, must review and approve the final version of the article and agree to its publication.

Duties of Reviewers

The reviewers must treat all manuscripts received for review as confidential documents. Should any peer reviewer feel unqualified to review a manuscript or realize that a prompt review cannot be rendered within an appropriate length of time, the peer reviewer must decline to participate in the review process and notify the editor as soon as possible. In the case that some ethical issue/issues emerging from the paper, e.g., substantial similarity or overlap between the manuscript under consideration and any other published paper, copyright infringement, etc., the reviewer should bring the issue /issues to the attention of the chief editor. The reviewers should observe that the review process must be fair, unbiased, timely, and confidential.

Duties of Editors

The editors are guided by the policies of the Kasem Bundit Journal, subject to relevant legal requirements, i.e., the rights upon registered and non-registered labels, copyright infringement, plagiarism, etc. They must affirm that the peer review process is fair, unbiased, timely, and confidential, and it must be conducted by at least three external and independent reviewers so as to be unequivocally termed as a triple-blinded review.

Duties of Publishers

The publishers must play supporting, investing, and nurturing roles in publishing and distributing the Kasem Bundit Journal and also be accountable for the observation of proper practices relating to authors, peer reviewers, and editors. The publisher is the owner of the Journal and, thus, owns the articles contained therein.

ARTICLE FORMAT

A research article must be prepared in the following format:

Objectives

Conceptual Framework

Research Methodology

Results

Conclusions and Discussions:

 Theoretical Contribution

 Policy Implications

Recommendations

References

JOURNAL STANDARD

An article should consist of approximately 12-15 pages, including references and research results which include tables of empirical data as well as statistical techniques employed for description, hypothesis testing, and statistical inference.

Kasem Bundit Journal applies quality criteria as established by Thai Journal Citation Index Centre (TCI) for an evaluation of the quality of the articles to be published and prescribed as follows:

- Clarity of an abstract
- Quality and conformity to the stated aims and scope of the Journal
- Readability
- Originality and substantive body of knowledge
- Theory/Policy implications

REFERENCES

Kasem Bundit Journal adopts referencing style of the American Psychological Association (APA) as exemplified on the Kasem Bundit Journal website.

Please visit our website for further details: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkbu/index>

KASEM BUNDIT JOURNAL

Kasem Bundit Journal Vol. 23 No. 1 (January – June 2022) ISSN 1513-5667 (print) ISSN 2672-9954 (online) | **v**

DISTRIBUTION

Kasem Bundit Journal is published 2 issues per year.

1st Issue (January – June) in July

2nd Issue (July – December) in January

NUMBER OF PUBLICATIONS

400 copies per issue

AVAILABLE ONLINE

<https://www.google.co.th> and (keywords), Kasem Bundit Journal

MANUSCRIPT SUBMISSION

On-line: www.tci-thaijo.org/index.php/jkbu

E-mail: journal@kbu.ac.th

PUBLICATION COORDINATION

Research Centre, Kasem Bundit University

Design and Publication Centre, Kasem Bundit University

NOTICE

The ideas or opinions that are presented in the articles in the Kasem Bundit Journals are those of their respective authors. Kasem Bundit University is not necessary in an agreement with any of them.

PUBLISHER

KASEM BUNDIT UNIVERSITY 1761 Pattanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

TEL 02-320-2777 FAX 02-321-4444 ISSN 1513-5667 (Print) ISSN 2672-9954 (Online)

บทบรรณาธิการ

วารสารเกษมบัณฑิตฉบับนี้ ตีพิมพ์บทความวิจัย 9 บทความ และบทความวิชาการ 1 บทความ อยู่ภายใต้วัตถุประสงค์และขอบเขตทางวิชาการ (Aims and scope) ในสังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ นิเทศศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์ ซึ่งปรับให้สอดคล้องกับคำแนะนำของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Center, TCI) โดยที่วัตถุประสงค์และขอบเขตดังกล่าวจะใช้เป็นเกณฑ์ประการหนึ่งในการพิจารณาบทความเพื่อการตีพิมพ์ในวารสารเกษมบัณฑิตตั้งแต่ พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป

อนึ่ง เพื่อให้วารสารเกษมบัณฑิตอยู่ในมาตรฐานทางวิชาการของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาคุณภาพของบทความเพื่อการตีพิมพ์ (Peer review) เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 3 ท่าน หรือเป็นระบบ Triple – blinded review ในแต่ละสาขาวิชา

รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐพล ชันธไชย

บรรณาธิการ

กลยุทธ์การตลาด: การตลาด ณ จุดซื้อ

พนิดา ชินสุพลา ญัฐพล ชันธไชย และวิรมล เวศสุนทรเทพ 1-12

ศักยภาพการค้าชายแดนในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการไทยในพื้นที่ภาคเหนือ
นาถพี ต้นโซ และกฤษดา เขียววัฒนสุข..... 13-27

สื่อมวลชนไทย: จิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ

วัฒน์ ภูวทิศ 28-42

รูปแบบสถาบันการเงินชุมชนที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและความยั่งยืนของชุมชน

รุติพงษ์ ศรีเวฬุพันธ์ วิชัย โสสุวรรณจินดา บุญเอื้อ บุญฤทธิ์ และวรรณภา วามานนท์..... 43-52

แนวทางการบริหารจัดการกองทุนจิตอาสาประชารัฐในการดูแลผู้เปราะบางทางสังคม จังหวัดนนทบุรี

จันทมาศ วงษ์เสรี และบุญสม เกษะประดิษฐ์..... 53-65

มาตรการนโยบายการใช้ก๊าซชีวภาพเป็นพลังงานทดแทน : กรณีศึกษา จังหวัดนครปฐม

ปารณีย์ ศรีแก้ว บุญเอื้อ บุญฤทธิ์ และวรรณภา วามานนท์..... 66-77

นวัตกรรมการสื่อสารชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา
ชุมชนอำเภอลำลูก จังหวัดจันทบุรี

นิสากร ยินดีจันทร์..... 78-88

รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี

อภิวรรณ ศิรินันทนา สันตุสิทธิ์ บรรณวิทย์กุล อังคมาลิน สุชัยรัตน์โชค และจเร เกื้อนพวงแก้ว. 89-97

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการบริจาคโลหิตเป็นประจำที่โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ

ณิชา ไพรัตน์..... 98-110

บทวิจารณ์บทความ

Richter, N. F., Sinkovics, R. R., Ringle, C. M., & Schlagel, C. (2014). A critical look at the use of SEM in international business research. *International Marketing Reviews*, 33(3), 376–404.

ญัฐพล ชันธไชย..... 111-115

กลยุทธ์การตลาด : การตลาด ณ จุดซื้อ

พนิดา ชินสุพลา
มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร 10240
วิรมล เวศสุนทรเทพ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร 10240
ณัฐพล ชันธไชย
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ **ณัฐพล ชันธไชย** 1761 มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
E-mail: nkhanthachai@gmail.com

วันที่รับบทความ: 29 พฤศจิกายน 2564 วันที่แก้ไขบทความ: 11 มกราคม 2565 วันที่ตอบรับบทความ: 8 มีนาคม 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ ประเมินความรู้ สำนึกความต้องการการฝึกอบรม วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อกับผลสำเร็จทางธุรกิจ และพัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร**วิธีการวิจัย** การวิจัยเชิงสำรวจจากตัวอย่างสถานประกอบการค้าส่ง-ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 ราย เลือกโดยวิธีจำแนกประเภทจำนวนตามโควตาประกอบด้วยร้านค้าส่ง-ค้าปลีก 12 ร้าน ร้านค้าปลีกแบบทันสมัย 188 ร้าน และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 50 ร้าน **ผลการวิจัย** ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความรู้และการประยุกต์การจัดแสดงสินค้าตามกลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อที่จำกัด ส่วนร้านค้าปลีก-ค้าส่งแบบทันสมัย มีความรู้และประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อสูงกว่า ร้านค้าที่ประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อมีผลการประกอบการหรือยอดขายสูงกว่าร้านค้าที่ไม่ประยุกต์ และส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาความรู้และทักษะกลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ ความรู้และการประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อในธุรกิจการค้าส่ง-ค้าปลีก ยังอยู่ในขอบเขตจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม **นัยทางด้านทฤษฎี/นโยบาย** ธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีกในประเทศไทยควรประยุกต์หลักและศิลปะการตลาด ณ จุดซื้อเป็นมาตรการด้านนโยบายในการจูงใจผู้ซื้อและเพิ่มยอดขาย

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด การตลาด ณ จุดซื้อ ธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก



Marketing strategy: Point of purchase marketing

Panida Chinsuvapala

Ramkhamhaeng University, Bangkok 10240

Viramol Vestsoonthontap

Ramkhamhaeng University, Bangkok 10240

Nathabhol Khanthachai

Kasem Bundit University, Patanakarn Road, Suanluang, Bangkok, 10250

Correspondence concerning this article should be addressed to **Nathabhol Khanthachai**, Kasem Bundit University, Patanakarn Road, Suanluang, Bangkok, 10250
E-mail: nkhanthachai@gmail.com

Received date: November 29, 2021 Revised date: January 11, 2022 Accepted date: March 8, 2022

Abstract

PURPOSES: To analyse, evaluate knowledge, survey training needs, and look into the relationship between point of purchase marketing strategy and business success as well as model of relationship among variables. **METHODS:** A sample survey of 250 stores in whole sale and retail businesses in Bangkok, stratified into 50 traditional and 188 modern retail businesses and 50 wholesale stores. **RESULTS:** There was less knowledge on and application of point of purchase marketing in the traditional sector of retail business. In the modern sector of whole sale and retail businesses, on the other hand, there was still a room for improvement. Applications of point of purchase marketing strategy led to better business results. Knowledge and skills in point of purchase marketing strategy among retail and wholesale businesses in Thailand need enhancement, particularly in the traditional retail business sector. **THEORY/POLICY IMPLICATIONS:** Wholesale and retail businesses in Thailand ought to apply principles and art of point of purchase marketing strategy as a policy measure to motivate customers to purchase and for increasing sale values.

Keywords: Marketing strategy, point of purchase marketing, whole sale-retail businesses

บทนำ

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (American Marketing Association) ให้ความหมายของการตลาด หมายความว่า กิจกรรม ชุดของสถาบัน และกระบวนการต่างๆ เพื่อสร้างการสื่อสาร การนำส่งและการแลกเปลี่ยน สิ่งที่ให้ (Offerings) ซึ่งมีคุณค่าแก่ลูกค้า ผู้รับบริการ หุ้นส่วน และสังคมโดยส่วนรวม

“Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have values for customers, clients, partners, and society at large” (American Marketing Association, 2022)

กลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) หมายความว่า แผนเกมทางธุรกิจโดยส่วนรวมเพื่อการเข้าถึงผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าและเปลี่ยนแปลงให้เป็นลูกค้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

“A Marketing strategy refers to a business’s overall game plan for reaching prospective consumers and turn into customers of their products or services” (James, 2021)

กลยุทธ์การตลาด หรือ Marketing Mix เป็นพื้นฐานในทางธุรกิจ (Kotler & Lee, 2007) ประกอบด้วยหลัก 4 ประการ หรือ 4Ps ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กลยุทธ์ด้านราคา (Price) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

Marketing Mix อาจประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ (5P’s) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Products) ประชาชน (People) สถานที่

(Place) ราคา (Price) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) (In-house Marketing, 2022) หรืออาจขยายองค์ประกอบให้กว้างขึ้น (Business Victoria, 2022) เป็น 7 องค์ประกอบ (7P’s) ดังนี้ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or service) การกำหนดราคา (Pricing) สถานที่หรือการกำหนดตำแหน่งในการตลาด (Place or position in the marketplace) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ประชาชนในธุรกิจ (People in your business) กระบวนการหรือประสบการณ์ซื้อ (Process, the buying experience) และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment)

การตลาด ณ จุดซื้อ (Point-of-Purchase Marketing : POP) หมายความว่า การจัดแสดงสินค้า ณ สถานที่ที่ประชาชนหรือผู้บริโภคมาซื้อสินค้าได้ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก (Grocery store) เป็นต้น การตลาด ณ จุดซื้อเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการการตลาด ณ จุดซื้อ (Point of Sale Management, POSM) โดยที่การจัดการการตลาด ณ จุดซื้อ (POSM) พิจารณาทางด้านผู้ขาย ส่วนการตลาด ณ จุดซื้อ พิจารณาทางด้านผู้ซื้อ (Tokinomo, 2022)

จากแนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดและกลยุทธ์การตลาดดังกล่าว แสดงว่าการตลาด ณ จุดซื้อ หรือ Point of Purchase Marketing เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ด้านการตลาด ด้านสถานที่ (Place) หรือสถานภาพ (Position) ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าในสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อจูงใจให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจประการหนึ่ง กล่าวคือ ถ้าการจัดแสดงสินค้ามีระบบ จำแนกเป็นชนิดหรือประเภทของสินค้า สังเกตเห็นและเข้าถึงได้ง่าย มีความเป็นระเบียบ สะอาด สะดวกต่อการ

เลือกและตรวจสอบหรือทดลอง และมีสีสรรที่เป็นศิลปะการตกแต่งที่สวยงาม จูงใจผู้ซื้อ เป็นต้น ก็จะช่วยเป็นแรงจูงใจให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อ

การวิจัยธุรกิจในประเทศไทยในประเด็นปัญหา กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ (Point of Purchase Marketing) ในธุรกิจค้าส่ง - ค้าปลีก เป็นการวิจัยในประเด็นที่จำเพาะในการวิจัยการตลาด (Marketing research) และน่าจะช่วยให้ได้ผลการวิจัยเพื่อใช้พัฒนาทฤษฎีและนโยบายการบริหารการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์และประเมินความรู้ประสบการณ์และความต้องการการฝึกอบรมความรู้และทักษะการจัดการตลาดด้านกลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาด ณ จุดซื้อกับผลสำเร็จทางธุรกิจ ในธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก
3. เพื่อพัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรลักษณะทางธุรกิจ ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ การตลาด ณ จุดซื้อและสถานการณ์ทางธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก

คำจำกัดความเชิงปฏิบัติการ

1. การตลาด ณ จุดซื้อ (Point of Purchase Marketing) หมายความว่า การตลาดโดยการจัดแสดงสินค้า (Display) ในร้านค้าตามหลักกลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ พิจารณาในด้านความสะดวกในการเข้าถึงของลูกค้านักค้า (Convenience) ด้านความสะอาด (Cleanness) ด้านการใช้สี (Colorful) ด้านการจัดสินค้าตามกลุ่มลูกค้า (Customized) ด้านการจัดวางสินค้าตามรสนิยมของผู้ซื้อ (Class) และด้านแบบแผนของการจัดวางแสดงสินค้า (Pattern)

2. ลักษณะทางธุรกิจของสถานประกอบการ หมายความว่า ประเภทของสถานประกอบการค้าปลีก-ค้าส่งแบบดั้งเดิม (Traditional) หรือแบบทันสมัย (Modern business)

3. สถานการณ์ของธุรกิจ หมายความว่า ความถี่และจำนวนของลูกค้าที่มาเยี่ยมชมสินค้าในร้านค้า การซื้อและยอดขายสินค้าในร้าน

4. ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ หมายความว่า การเรียนรู้ สถานที่เรียนรู้ ระดับความรู้และการใช้ความรู้และความต้องการการเรียนรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ

วิธีการวิจัย

บทความนี้เรียบเรียงจากรายงานการวิจัยเรื่อง การตลาด ณ จุดซื้อ : การศึกษาความรู้ประสบการณ์ ความต้องการและผลทางธุรกิจของการจัดแสดงสินค้าในร้านค้า (ชินสุพลา และชันธไชย, 2021) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยโดยสรุปดังนี้

ประชากรของการวิจัย คือ สถานประกอบการจำหน่ายสินค้าค้าส่งหรือค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

ตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 250 ราย เลือกโดยวิธีจำแนกประเภท (Stratified sampling) จำนวนตามโควตา (Quota samples) ได้แก่ ประเภทร้านค้าปลีกอิสระแบบดั้งเดิม (Traditional) หรือร้านโชห่วย จำนวน 50 ร้านค้าปลีกที่ทันสมัย (Modern retailers) ในศูนย์การค้า จำนวน 188 ร้าน และร้านค้าส่ง-ค้าปลีก จำนวน 12 ร้าน

การรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์โดยตรงกับผู้จัดการหรือเจ้าหน้าที่ในร้านค้าหรือสถานประกอบการ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งจัดทำและทดสอบความแม่นยำ (Validity) และความเชื่อมั่นได้ (Reliability) ด้วยวิธีการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Experts' judgement of

content) และทดสอบ-ทดสอบซ้ำ (Test-Retest) ตามลำดับ

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ

สถานประกอบการสำหรับการวิจัยนี้ คือ ร้านค้าประเภทค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วย ซึ่งตั้งเป็นเอกเทศและต้องใช้สถานประกอบการกับที่อยู่อาศัยอยู่ที่เดียวกัน จำนวน 50 ร้าน ร้านค้าปลีกทันสมัย (Modern retailers) จำนวน 188 ร้าน ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า เช่น Central Embassy, Emquartier, Emporium และ The Mall เป็นต้น และสถานประกอบการค้าส่ง-ค้าปลีก เช่น Tesco-Lotus, 7-eleven และ Family Mart จำนวน 12 ร้าน สถานประกอบการที่เป็นตัวอย่างในการวิจัยนี้ มีการจ้างงานส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.6) จำนวน 4-7 คน

2. สถานการณ์ของธุรกิจ

ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 85.6) ของสถานประกอบการมีลูกค้ามาเยี่ยมชมกิจการเป็นประจำ จำนวนลูกค้าที่มาเยี่ยมชมสินค้าในร้านปริมาณใกล้เคียงกับร้านค้าอื่นในละแวกเดียวกัน (ร้อยละ 77.2) ที่มีลูกค้าประจำมากกว่าร้าน อื่น ๆ ประมาณ 1 ใน 10 (ร้อยละ 13.6) ลูกค้าที่มาเยี่ยมชมส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.6) ไม่ซื้อสินค้า ยอดขายของสินค้าจำนวนใกล้เคียงกับร้านอื่น (ร้อยละ 93.2) และความสะดวกในการตรวจสอบสินค้าที่จัดแสดงในร้านระดับปานกลาง (ร้อยละ 77.6)

3. ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ

ผู้ประกอบการหรือเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการค้าส่วนใหญ่เคยเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาด ณ จุดซื้อ (ร้อยละ 74.4) และได้เรียนรู้จากสถานศึกษาในประเทศ (ร้อยละ 74.4) ระดับความรู้อยู่ในระดับ 9 (ร้อยละ 33.2) จาก 10

ระดับ ระดับการประยุกต์ความรู้การตลาด ณ จุดซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 25.6) และส่วนใหญ่มีความต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาด ณ จุดซื้อ (ร้อยละ 84.4)

4. การประยุกต์การตลาด ณ จุดซื้อ

การตลาด ณ จุดซื้อด้านความสะดวกจากการจัดวางแสดงสินค้าในภาพรวมส่วนใหญ่เหมาะสมที่สุด ได้แก่ สถานที่กว้างขวางไม่แออัด (ร้อยละ 52.8) มีการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจสินค้าและคอยช่วยเหลือลูกค้า (ร้อยละ 80.0) มีประกาศข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย (ร้อยละ 80.0) สินค้าจัดวางสะอาด (ร้อยละ 54.0) มีป้ายแสดงประเภทของสินค้าชัดเจน (ร้อยละ 26.8) และการจัดวางมีระเบียบเป็นหมวดหมู่ และชัดเจน (ร้อยละ 52.8)

การตลาด ณ จุดซื้อของสถานประกอบการกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยด้านความสะดวกในการจัดแสดงสินค้า ส่วนใหญ่ป้ายแสดงชื่อห้าง/สถานที่ชัดเจน (ร้อยละ 52.8) ทาสีเรียบร้อยไม่มีรอยเปื้อน (ร้อยละ 26.0) สีภายในห้างสะอาด (ร้อยละ 54.0) ชั้นวางของสะอาดปราศจากฝุ่นหรือเศษขยะ (ร้อยละ 81.2) แสงสว่างพอเพียง (ร้อยละ 81.2) มีป้ายแสดงราคาชัดเจนสะอาด (ร้อยละ 80.0) ยกเว้นสถานที่ทาสีเรียบร้อยมีรอยเปื้อนและทางเดิน (ร้อยละ 26.0 และ 27.2 ตามลำดับ)

การตลาด ณ จุดซื้อ ด้านการใช้สีในการจัดแสดงสินค้าในอาคาร มีความสะอาดตา (ร้อยละ 54.0) การตกแต่งอาคารซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ของห้าง/ร้านค้า (ร้อยละ 80.0) เครื่องแบบของพนักงานมีสีสดใสมีชีวิตชีวา (ร้อยละ 80.0) และมีการจัดแต่งร้านในช่วงเทศกาล (ร้อยละ 80.0) ยกเว้นการตกแต่งภายใน (ร้อยละ 26.0) และชั้นวางสินค้ามีสีสดใสสวยงาม (ร้อยละ 26.0)

การตลาด ณ จุดซื้อด้านการจัดแสดงสินค้าตามกลุ่มของลูกค้า (Customized) ส่วนใหญ่ ได้แก่ เป็นห้าง/ร้านค้าแบบ one-to-one marketing (ร้อยละ 80.0) การแสดงสินค้าโดดเด่นสำหรับลูกค้าแต่ละประเภท (ร้อยละ 80.0) มีลักษณะที่ทำให้ลูกค้าจำสินค้าที่โฆษณาได้ (ร้อยละ 80.0) มีโลโก้หรือสีที่บ่งถึงชื่อสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า (ร้อยละ 80.0) และมีพนักงานที่ได้รับการอบรมให้ตรงตามลักษณะลูกค้า (ร้อยละ 80.0)

ลักษณะการจัดวางแสดงสินค้าตามรสนิยมของผู้ซื้อ (class) ส่วนใหญ่ได้แก่การจัดวางของภายในร้านตามรสนิยมของผู้ซื้อ (ร้อยละ 80.0) การจัดวางสินค้ามีระเบียบตามความต้องการ (ร้อยละ 54.0) สินค้าเกรด พรีเมียมเป็นสัดส่วนเด่นชัด (ร้อยละ 54.0) พนักงานผ่านการ

อบรมให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า (ร้อยละ 52.8) และการแต่งร้านตามรสนิยมของผู้ซื้อ (ร้อยละ 53.2) ยกเว้นการตกแต่งร้านซึ่งแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า (ร้อยละ 27.0)

แบบแผนการจัดวางแสดงสินค้า (Plattern) ของสถานประกอบการส่วนใหญ่ ได้แก่ การจัดประเภทสินค้าตามรูปแบบที่บริษัทกำหนด (ร้อยละ 53.2) การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่สังเกตได้ง่าย (ร้อยละ 52.8) และการจัดวางสินค้าแยกประเภทเป็นหมวดหมู่ (ร้อยละ 80.0) ยกเว้นการจัดวางสินค้ามีไอเดียที่น่าสนใจ (ร้อยละ 27.2)

5. ความแตกต่างระหว่างที่ตั้งร้านกับประสบการณ์ และการประยุกต์การตลาด ณ จุดซื้อ

ตารางที่ 1 ความแตกต่างระหว่างที่ตั้งร้านกับประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ

ที่ตั้งร้าน	การตลาด ณ จุดซื้อ		
	$\bar{x}$	F	P
เอกเทศ (โซ่ห่วย)	4.28	160.79	0.000
ในศูนย์การค้า	9.23		
ค้าส่ง-ค้าปลีก	8.66		

ใช้ข้อมูลจากตารางที่ 1 การให้คะแนนประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อจากคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการหรือเจ้าหน้าที่ของร้าน ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่า $\bar{x}$ จาก 3 กลุ่มของการประกอบการ ซึ่งปรากฏว่ากลุ่มแรกคือร้านค้าประเภทเอกเทศ (ร้านโซ่ห่วย) กลุ่มที่สองคือร้านในศูนย์การค้า และกลุ่มที่สามคือร้านค้าส่ง-ค้า

ปลีก เช่น เทสโก้-โลตัส และบิ๊กซี เป็นต้น มีประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P=0.000$) โดยที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกแบบทันสมัย (Modern retailers) มีประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อสูงสุด รองลงมาได้แก่ ร้านค้าส่ง-ค้าปลีก ส่วนร้านค้าที่ตั้งเป็นเอกเทศซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ ร้านโซ่ห่วย ซึ่งเป็นร้านค้าในตลาดแบบ

ดั้งเดิม (Traditional sector) ประสบการณ์
การตลาด ณ จุดซื้อต่ำที่สุด

ตารางที่ 2 ความแตกต่างระหว่างที่ตั้งร้านกับการประยุกต์การตลาด ณ จุดซื้อ

ที่ตั้งร้าน	การตลาด ณ จุดซื้อ		
	$\bar{x}$	F	P
เอกเทศ (โซห่วย)	74.54		
ในศูนย์การค้า	136.33	1108.54	0.000
ค้าส่ง-ค้าปลีก	136.33		

ข้อมูลจากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างที่ตั้งร้านค้ากับการประยุกต์การตลาด ณ จุดซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ($P=0.000$) โดยที่ตั้งร้านในศูนย์การค้ากับร้านค้าส่ง-ค้าปลีกมีการ

ประยุกต์การตลาด ณ จุดซื้อสูงมากทั้งสองแห่ง ส่วนการตลาด ณ จุดซื้อสำหรับร้านค้าเอกเทศหรือร้านค้าโซห่วย ต่ำที่สุด

6. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	1	2	3
1. สถานการณ์ทางธุรกิจ	1.00	.726**	.800**
2. ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ		1.00	.706**
3. การตลาด ณ จุดซื้อ			1.00

● หมายเหตุ : ** $p < 0.01$

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำให้มีข้อพิจารณาเบื้องต้นในการวิเคราะห์ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล (Causal model) ในลำดับต่อไป จากตารางที่ 3 แสดงว่าประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ และการประยุกต์การตลาด ณ จุดซื้อ มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับสถานการณ์ทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ (สปส.สหสัมพันธ์ .726 และ .808) ตามลำดับ) นอกจากนั้น การประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้ออีกด้วย รวมทั้งเมื่อพิจารณาตัวแปรลักษณะของการประกอบการกับตัวแปรการประยุกต์การตลาด ณ จุดซื้อ (ตารางที่ 1 และ 2) แสดงว่า ตัวแปรด้านลักษณะประกอบการหรือลักษณะที่ตั้งของสถานประกอบการ ซึ่งแสดงถึงประเภทของธุรกิจการจำหน่าย (ทันสมัยกับดั้งเดิม) มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ทางธุรกิจและการประยุกต์การตลาด ณ จุดซื้ออีกด้วย

7. การวิเคราะห์ตัวแบบความสัมพันธ์
เชิงเหตุ-ผล (Causal model)

การวิเคราะห์ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ-
ผล เป็นการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ
(Multiple Regression Analyses) โดยที่

สัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน
(Standardized regression coefficients, β 's)
คือค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของความสัมพันธ์เชิง
เหตุ-ผล (Path coefficients)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรลักษณะทางธุรกิจกับประสบการณ์การตลาด ณ จุด
ซื้อ

ลักษณะทางธุรกิจ	B	SE	β	<i>t</i>	P
(ค่าคงที่)	-4.849	1.500	-	-3.232	.001
แบบดั้งเดิม-ทันสมัย	4.294	.335	.777	12.806	.000
$R^2 = .530, R^2_{adj} = .524, F = 92.443, P = .000$					

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4 แสดงให้
เห็นความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างลักษณะธุรกิจ
(ร้านค้าแบบดั้งเดิม-ร้านค้าแบบทันสมัย) กับ
ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ กล่าวคือ ผู้
ประกอบการธุรกิจการค้า ซึ่งอยู่ในภาคธุรกิจทันสมัย

เช่น ร้านค้าปลีกในศูนย์การค้า ทำการค้าตาม
แบบสมัยใหม่ เป็นผู้ซึ่งมีประสบการณ์การตลาด
ณ จุดซื้อสูงกว่าผู้ประกอบการธุรกิจการค้าซึ่งอยู่
ในภาคธุรกิจการค้าแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรลักษณะทางธุรกิจกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

ลักษณะทางธุรกิจ	B	SE	β	<i>t</i>	P
ค่าคงที่	7.854	.936	-	8.394	.000
แบบดั้งเดิม-ทันสมัย	3.423	.209	.862	16.370	.000
$R^2 = .645, R^2_{adj} = .641, F = 149.168, P = .0000$					

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5 แสดงให้
เห็นว่า ลักษณะทางธุรกิจมีความสัมพันธ์โดยตรง
กับ สภาพทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ
($\beta=.863, P=0.000$) กล่าวคือ ผู้ประกอบการ

ธุรกิจการค้าในแบบทันสมัยมีสถานการณ์ทาง
ธุรกิจที่ดีกว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าแบบ
ดั้งเดิม

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรลักษณะทางธุรกิจ และประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ กับการตลาด ณ จุดซื้อ

ตัวแปรอิสระ	B	SE	β	t	P
(ค่าคงที่)	-17.754	9.174	-	-1.935	.054
ลักษณะทางธุรกิจ	48.603	2.593	.885	18.747	.000
ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ	1.010	.382	.102	2.644	.000
$R^2 = .830$, $R^2_{adj} = .827$, $F = 299.041$, $P = .000$					

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ลักษณะทางธุรกิจหรือการค้าแบบทันสมัย-แบบดั้งเดิม ($\beta = .885$, $P = 0.000$) และประสบการณ์

การตลาด ณ จุดซื้อ ($\beta = .102$, $P = 0.000$) โดยทั้งสองตัวแปรสามารถพยากรณ์ตัวแปรการประยุกต์การจัดการการตลาด ณ จุดซื้อได้ร้อยละ 82.70

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรลักษณะทางธุรกิจและประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ กับสถานการณ์ทางธุรกิจ

ตัวแปรอิสระ	B	SE	β	t	P
(ค่าคงที่)	8.904	.898	-	9.918	.000
ลักษณะทางธุรกิจ	2.494	.254	.628	9.829	.000
ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ	.217	.037	.302	5.794	.000
$R^2 = .688$, $R^2_{adj} = .683$, $F = 135.082$, $P = .000$					

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 7 แสดงว่า ลักษณะทางธุรกิจและประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ มีอิทธิพลต่อสถานการณ์ทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .628$ และ $\beta = .302$, $P = 0.000$)

ตามลำดับ) โดยตัวแปรอิสระทั้งสองมีอิทธิพลต่อสถานการณ์ทางธุรกิจร้อยละ 68.3 และมีนัยสำคัญ ($P = 0.000$)

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรลักษณะทางธุรกิจ ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ และการตลาด ณ จุดซื้อกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

ตัวแปรอิสระ	B	SE	β	<i>t</i>	P
(ค่าคงที่)	9.418	.866	-	10.880	.000
ลักษณะทางธุรกิจ	1.084	.379	.273	2.861	.005
ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ	.187	.036	.261	5.162	.002
กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ	.029	.006	.402	4.849	.000

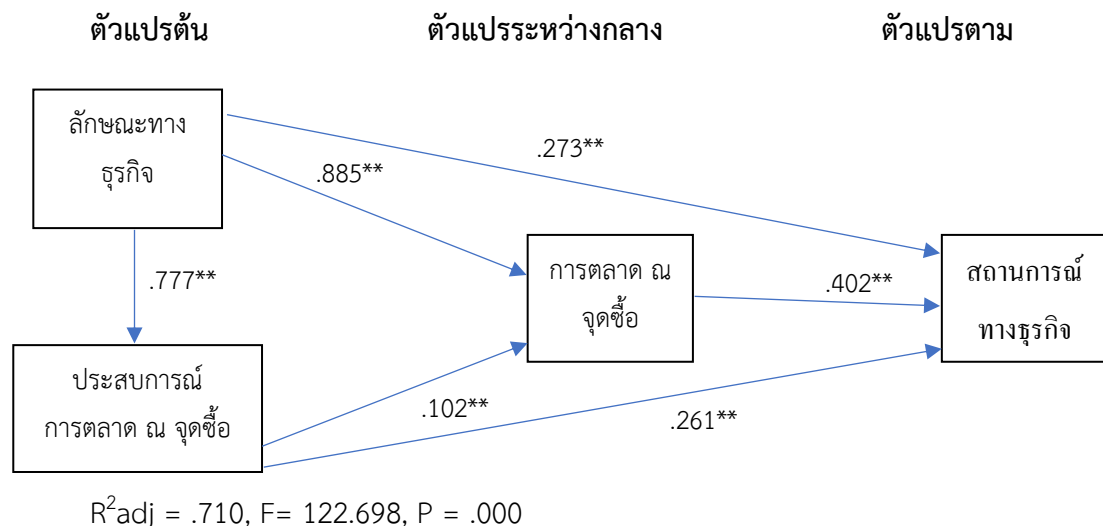
$R^2 = .715$, $R^2_{adj} = .710$, $F = 122.698$, $P = .000$

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 8 แสดงว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อสถานการณ์ทางธุรกิจของร้านค้ามากที่สุดได้แก่ กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ ($\beta = .402$, $P = 0.000$) รองลงมาคือลักษณะทางธุรกิจ (ร้านค้าแบบดั้งเดิม-แบบทันสมัย) ($\beta = 0.273$, $P = .005$) และประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ ($\beta = .261$, $P = .002$) โดยตัว

แปรทั้งสามมีอิทธิพลต่อสถานการณ์ทางธุรกิจของร้านค้าอย่างมีนัยสำคัญร้อยละ 71.0

8. ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล

ผลการวิเคราะห์ที่นำเสนอมาตามลำดับแล้วนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตั้งแต่ตารางที่ 4-8 พัฒนาเป็นตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล (Causal model) ได้ดังนี้



หมายเหตุ : ** $P < 0.01$

ภาพที่ 1 ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล

จากตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล ผลทางตรง (Direct Effect, DE) ผลทางอ้อม (Indirect Effect, IE) ของตัวแปรต้นหรือตัวแปร

อิสระ (Independent variable) และผลรวม (Total Effect, TE) ต่อตัวแปรตาม (Dependent variable) สรุปได้ดังตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 9 ผลทางตรง ผลทางอ้อม และผลรวมต่อสถานการณ์ทางธุรกิจ

ตัวแปร	ผลทางตรง (DE)	ผลทางอ้อม (IE)	ผลรวม (TE)
ลักษณะทางธุรกิจ	.273	.031	.304
ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ	.261	.041	.302
กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ	.402	-	.402

ตารางที่ 9 แสดงว่า กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ มีอิทธิพลต่อสถานการณ์ทางธุรกิจของร้านที่สูงที่สุด (TE = .402) รวมกับตัวแปรลักษณะทางธุรกิจ (ค่าปพลิเคชันดั้งเดิม-แบบทันสมัย) และประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ มีอิทธิพลต่อสถานการณ์ทางธุรกิจของร้านค้า ร้อยละ 71.0 (ภาพที่ 1)

สรุปผลการวิจัย

กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ มีการนำไปประยุกต์ในกลุ่มร้านค้าทันสมัย ทั้งค่าปพลิเคชันและค่าส่ง แต่ยังไม่มีการนำไปประยุกต์อย่างเหมาะสมในกลุ่มร้านค้าปพลิเคชันแบบดั้งเดิม (Traditional retail business) ได้แก่ ร้านโชห่วย เป็นต้น

มีความต้องการแสวงหาความรู้และการฝึกอบรมเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ หรือกลยุทธ์ด้านการจัดแสดงสินค้าให้ดึงดูดใจผู้ซื้อ มีอิทธิพลโดยตรงต่อสถานการณ์ทางธุรกิจของร้านค้า ($\beta = 0.402$) สูงกว่าลักษณะทางธุรกิจ (TE =

.304) หรือประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ (TE = .302)

ลักษณะทางธุรกิจมีอิทธิพลทั้งทางตรง (DE = .273) ทางอ้อม (IE = 0.31) และอิทธิพลรวม (TE = .304) ต่อสถานการณ์ทางธุรกิจของร้านค้า โดยอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลบางส่วน (Partial mediation) และในเชิงเสริม (Complementary) กับตัวแปรระหว่างกลางหรือการประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ

ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ มีอิทธิพลทั้งทางตรง (DE = .261) ทางอ้อม (IE = .041) และอิทธิพลรวม (TE = .302) ต่อสถานการณ์ทางธุรกิจของร้านค้า โดยอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลบางส่วนและเชิงเสริมกับอิทธิพลของตัวแปรระหว่างกลาง หรือ การประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ

ผลการวิจัย นำเสนอตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล ของตัวแปรลักษณะทางธุรกิจ ประสบการณ์การตลาด ณ จุดซื้อ การประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อ ต่อสถานการณ์ทางธุรกิจของธุรกิจการค้า ค่าปลีก-ค้าส่ง (Retail-Whole sale business) ซึ่งเป็นนัยทางทฤษฎี

(Theoretical implications) และเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางทฤษฎีการตลาด (Marketing theory) รวมทั้งมีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Policy implication) อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ในหลักสูตรการศึกษาทางด้านการจัดการการตลาด (Marketing management) ควรมีการจัดสอนทฤษฎี แนวความคิดและปฏิบัติการกลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อสำหรับนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาและอาชีวศึกษา

2. ควรจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Operation-oriented training) กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้อสำหรับผู้บริหารและพนักงานในธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก

3. พัฒนาธุรกิจการค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจค้าปลีก (Retail business) ให้เป็นธุรกิจค้าปลีกทันสมัย (Modern retail business) อย่างเต็มรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้มีความรู้ ทักษะและการประยุกต์กลยุทธ์การตลาด ณ จุดซื้ออย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

References

- Americal Marketing Association. (2022). *Definitions of marketing*.
<http://www.cma.org/the-definition-of-marketing/>
- Business Victoria. (2022). *Marketing strategies and tactics*.
<http://business.vic.gov.au/business-information/marketing-and-sales/>
- Chinsuwapala, P. & Khanthachai, N. (2021). *A Study on knowledge, experience, training needs and business result of point-of-purchase display*. [Unpublished research report]. Kasem Bundit University.
- In-House Marketing. (2022). *The marketing mix 5 P's-helping you choose the right strategies*.
<http://inhousemarketing.co.nz/the-marketing-mix-5PS/>
- James, M. (2021). *Marketing strategy*.
<http://www.investopedia.com/terms/m/marketing,-strategy.asp>
- Kotler, P. K. & Lee, N. (2007). *Marketing in the public sector*. Pearson Education, Inc.
- Tokinomo. (2022). *The Complete Guide to POSM and Point of Purchase Display*.
<http://www.tokinomo.com/posm-poing>

ศักยภาพการค้าชายแดนในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการไทย ในพื้นที่ภาคเหนือ

นารถพี ตันโซ

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 39 หมู่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี 12110

E-mail: nartraphee@rmutt.ac.th

กฤษฎดา เขียววัฒนสุข

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 39 หมู่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
12110

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ นารถพี ตันโซ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 39 หมู่ 1 ตำบลคลองหก
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110 E-mail: nartraphee@rmutt.ac.th

วันที่รับบทความ 11 สิงหาคม 2564 วันที่แก้ไขบทความ 18 สิงหาคม 2564 วันที่ตอบรับบทความ 25 ตุลาคม 2564

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการ การจัดการโลจิสติกส์ และกิจกรรมด้านการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการค้าในเขตชายแดนภาคเหนือเมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน **วิธีการวิจัย** เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยในเขตอำเภอแม่สายและอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่ที่ทำการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ **ผลการวิจัย** กลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการ การจัดการโลจิสติกส์ และกิจกรรมด้านการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** ผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือควรประยุกต์ใช้จุดแข็งของตนในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่น การมีเงินทุนสำรองในการดำเนินธุรกิจ และการมีข้อมูลทางการตลาดมาทำการวิเคราะห์แนวโน้มการแข่งขัน อีกทั้งควรเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจโดยอาศัยเส้นทางคมนาคมขนส่งที่มีความสะดวก และเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความทันสมัยมากขึ้น

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด การดำเนินธุรกิจ การจัดการโลจิสติกส์ กิจกรรมด้านการเงินระหว่างประเทศ การค้าชายแดน



The border trade potential in the ASEAN economic community of Thai entrepreneurs in the northern region

Nartraphee Tancho

Department of Economics, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 39 M.1
Klong 6 Thanyaburi, Pathum Thani 12110

E-mail: nartraphee@rmutt.ac.th

Krisada Chienwattanasook

Department of Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 39
M.1 Klong 6 Thanyaburi, Pathum Thani 12110

Correspondence concerning this article should be addressed to **Nartraphee Tancho** Rajamangala University of
Technology Thanyaburi, 39 M.1 Klong 6 Thanyaburi, Pathum Thani 12110
E-mail: nartraphee@rmutt.ac.th

Received date: August 11, 2021 Revised date: August 18, 2021 Accepted date: October 25, 2021

Abstract

PURPOSES: To study the influence of marketing strategy, management, logistics management, and international financial activities in business operations that affected the business performance of border traders in the northern region of Thailand. And also, to propose a guideline for developing potential of Thai entrepreneur in the northern border when entering the ASEAN Economic Community. **METHODS:** It was a quantitative approach. The sample group used in this research was Thai border traders in Mae Sai and Chiang Saen Districts of Chiang Rai Province, Thailand. A total of 400 traders were collected by using questionnaires as a tool for data collection. The sampling was stratified according to the proportion of border traders in the study area. Statistics used in data analysis were descriptive statistics, frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. **RESULTS:** showed that marketing strategy, management, logistics management, and international financial activities in business operations influenced business performance. **THEORY/POLICY IMPLIATIONS:** Border traders in the northern region should apply their strengths in their business operations, namely, having unique and distinctive products. Having a reserve fund for business operations and having market data to analyze competition trends, and should also increase business opportunities by relying on convenient transportation routes and modern communication technology.

Keywords: Marketing strategies, Business operation, Logistics management, International financial activities, Border trade

บทนำ

จากการที่ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมานั้น ทำให้ภาคประชาชนรวมถึงภาคธุรกิจทุกแขนงเกิดการตื่นตัวที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจภาษาวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันมากขึ้น เพื่อเปิดมุมมองให้กว้างขึ้น และสามารถใช้ประโยชน์จากการเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการค้าและบริการที่เกี่ยวข้องภายใต้กรอบความร่วมมืออาเซียน ทั้งนี้ แนวโน้มทิศทางการแข่งขันทางการค้าของไทยในอนาคตนั้นมีความเป็นไปได้สูงที่จะยิ่งทวีความเข้มข้นเพิ่มมากขึ้น และจากการเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในเมืองไทยด้วยการมีสัดส่วนการถือหุ้นที่เพิ่มมากขึ้น จึงเกิดการแข่งขันจากคู่แข่งทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ตลาดเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งในตลาดทางการค้าที่คาดว่าจะมีขนาดใหญ่ขึ้นตามแนวโน้มของมูลค่าเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน (Department of International Trade Negotiations, Ministry of Commerce, 2011) นอกจากนี้การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะนำไปสู่การลดข้อจำกัดในการเคลื่อนย้ายสินค้า และการบริการ รวมถึงการเคลื่อนย้ายแรงงาน ซึ่งจะทำให้มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่เสรีมากขึ้น จากการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น พบว่าจำนวนประชากรรวมทั้งภูมิภาคมีมากกว่า 600 ล้านคน โดยเฉพาะกำลังการซื้อจากประเทศอินโดนีเซียที่มีประชากรถึง 240 ล้านคน ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสต้อนรับผู้คนจากภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น (Thansettakij, 2018)

จากสถิติการค้าชายแดนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านนั้นพบว่าการขยายตัวแบบก้าวกระโดด ซึ่งมีทิศทางที่สวนทางกับแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่กำลังซบเซาลงอย่างหนัก ในปี พ.ศ. 2559 การค้า

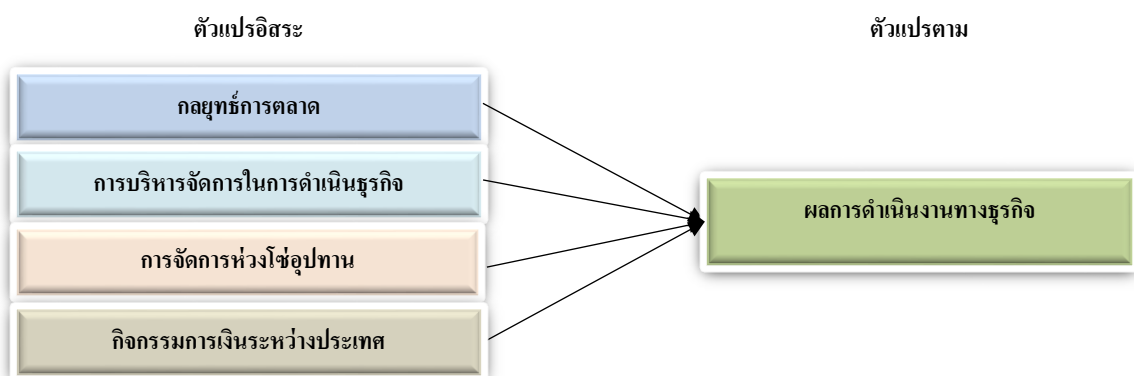
ชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน มีมูลค่าการค้ารวม 109,171.32 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นการส่งออกมูลค่า 65,768.02 ล้านบาท และมูลค่าการนำเข้า 43,403.30 ล้านบาท ทำให้มีดุลการค้ารวมทั้งสิ้น 22,364.72 ล้านบาท (Trade and Investment Cooperation Division, Department of Foreign Trade, 2016) จากข้อมูลตัวเลขทางสถิติสะท้อนให้เห็นว่าโอกาสการส่งเสริมตลาดการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศ คือ มาเลเซีย พม่า ลาว และกัมพูชา น่าจะมีโอกาสเติบโตในอัตราที่สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่เศรษฐกิจการค้าชายแดนบริเวณภาคเหนือของไทย ซึ่งมีชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านสองประเทศ คือ ลาวและพม่า ซึ่งมีเขตการค้าชายแดนที่สำคัญ คือ 1) ด่านแม่สอด ตั้งอยู่ที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ติดต่อกับชายแดนพม่า 2) ด่านแม่สาย ตั้งอยู่ที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ติดกับท่าขี้เหล็กของพม่า และ 3) ด่านเชียงแสน ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เป็นเขตการค้าทางน้ำ ผ่านแม่น้ำโขงระหว่างประเทศลาวกับประเทศจีน (SCB Economic Intelligence Center, 2012) ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์และการคมนาคม เป็นเสมือนประตูสู่การค้าการลงทุนที่สามารถเชื่อมโยงต่อไปยังหลายประเทศ ทำให้ไทยมีโอกาสต้อนรับผู้คนจากนอกภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากไทยตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลางของภูมิภาค มีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านมากที่สุดในภูมิภาค นอกจากนี้เพื่อเป็นการรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะกลายเป็น “โอกาส” หรือเป็น “วิกฤติ” ต่อการค้าระหว่างประเทศของไทย ซึ่งพื้นที่ชายแดนภาคเหนือถือเป็นภาคการค้าที่มีความเข้มแข็งและช่วยสร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศ จนถือเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของ

ประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทำให้คณะผู้วิจัยต้องทำการศึกษาถึงความพร้อมและศักยภาพการค้าชายแดนในพื้นที่ภาคเหนือของไทย รวมถึงทำการศึกษาแนวทางในการพัฒนาการค้าชายแดนไทยในเขตภาคเหนือว่าควรมีแนวทางอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการ การจัดการโลจิสติกส์ และกิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการค้าในเขตชายแดนภาคเหนือเมื่อประเทศก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดคิดและทฤษฎีกลยุทธ์การตลาด

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งนักการตลาดได้มีการนำส่วนประสมทางการตลาดบริการมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและยังใช้เป็นตัวเปรียบเทียบในการแข่งขันเพื่อสร้างความ

สมมติฐานการวิจัย

H₁: กลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

H₂: การบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

H₃: การจัดการห่วงโซ่อุปทานมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

H₄: กิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

แตกต่างทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ (Alipour & Darabi, 2011; Chienwattanasook & Sukortprommee, 2016) ส่วนประสมทางการตลาดบริการถือเป็นการผสมผสานระหว่างสิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ประกอบด้วย 7 ด้านที่สำคัญ (7Ps) ได้แก่ ด้านสินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขายและการ

สื่อสารทางการตลาด (Promotion and IMC) บุคลากรหรือพนักงาน (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการออกแบบบริการ (Process Design) องค์ประกอบเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบการบริการ (service delivery) เพื่อให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น (Hitesh, 2017) ซึ่ง Kenu (2018) ได้ชี้ให้เห็นว่า หากผู้ประกอบการมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคหรือมีนวัตกรรมมาเสนอในราคาที่เหมาะสม ผ่านการเผยแพร่ด้วยการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะทำให้องค์การมีผลการดำเนินงานในธุรกิจดีมากยิ่งขึ้น

แนวความคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการ

ในการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานขององค์การหรือบุคคลที่มีเกี่ยวข้องกับคน ทรัพยากร และหน่วยงาน มีความครอบคลุมในแต่ละด้าน เช่น การบริหารนโยบาย การบริหารอำนาจหน้าที่ การบริหารคุณธรรม การบริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การรายงาน และการบริหารงบประมาณ ซึ่งจัดเป็นการนำเอา “กระบวนการบริหาร” หรือ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกรวมกันว่า แพนส์ – โพสคอร์ท (PAMS – POSDCoRB) (Yimwilai, 2014) มาใช้ในการดำเนินการทางธุรกิจ นอกจากนี้ Trisakhon and Onputtha (2015) อธิบายเสริมว่า การพัฒนาหรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการบริหารธุรกิจเพราะเป็นแรงขับเคลื่อนที่ดีให้องค์การประสบความสำเร็จ

แนวความคิดและทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การประสานงานและการบริหารจัดการของเครือข่ายที่มีความซับซ้อนของกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในการส่งมอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้กับผู้ใช้หรือลูกค้า การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นฟังก์ชัน

ทางธุรกิจที่สำคัญ ซึ่งมีขั้นตอนเริ่มต้นตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ และชิ้นส่วน (material procurement) การผลิตและประกอบผลิตภัณฑ์ การจัดเก็บรายการสั่งซื้อและการติดตาม การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางที่หลากหลาย และการส่งมอบให้กับลูกค้า (Hervani et al., 2005) การจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้น ได้รับความสนใจจากทั้งนักวิชาการ ที่ปรึกษาทางธุรกิจ และผู้ประกอบการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Croom et al., 2000; Tan et al., 2002; Feldmann & Müller, 2003) โดยองค์การหลายแห่งเริ่มยอมรับถึงความสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานว่าเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนสำหรับผลิตภัณฑ์รวมถึงการบริการในตลาดและเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละองค์การ ผู้เกี่ยวข้องจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานทั้งห่วงโซ่ ซึ่งเป้าหมายของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การบูรณาการระหว่างข้อมูลที่มีความจำเป็นต่อห่วงโซ่อุปทานและวัสดุที่ไหลต่อเนื่องในห่วงโซ่อุปทานเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันทางธุรกิจที่สำคัญในปัจจุบัน (Childerhouse & Towill, 2003; Feldmann & Müller, 2003)

แนวความคิดและทฤษฎีการเงินระหว่างประเทศ

ความสัมพันธ์ในการสร้างและการใช้เงินซึ่งเป็นทรัพย์สินขององค์การที่จำเป็นสำหรับทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งสินทรัพย์ทางการเงินอาจมีได้หมายถึงแค่ตัวเงินอย่างเดียว แต่หมายรวมถึงทุนที่ก่อให้เกิดมูลค่า (กำไร) ทำให้เป็นเครื่องมือหรือตัวชี้วัดผลความสามารถทางการเงินขององค์การ (Kozak, 2015) โดยการเงินระหว่างประเทศ ประกอบไปด้วย อัตราการแลกเปลี่ยนทางการเงิน เงินทุนเคลื่อนย้ายข้ามชาติ การกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ การลงทุนและหลักทรัพย์จากต่างประเทศ กฎระเบียบทางการเงินและอุปสรรคในการซื้อขายทางการเงิน (Rattanawararak, 2018)

แนวความคิดและทฤษฎีผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สิ่งที่ใช้เป็นตัวชี้วัดประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจและแสดงถึงความสำเร็จขององค์การหากองค์การใดสามารถเลือกเป้าหมายที่เป็นไปได้และมีความเหมาะสม และสามารถบรรลุเป้าหมายนั้นได้ (คือการมีประสิทธิผล) ด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (คือการมีประสิทธิภาพ) มากเท่าไรย่อมเป็นองค์การที่สูงในผลงานแล้วความสำเร็จมากเท่านั้น (Robbins & Coulter, 2007) โดยความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการในปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมตามความต้องการมากที่สุดโดยใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุดจะทำให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีเยี่ยม โดยในทางธุรกิจนั้นจะมุ่งพิจารณาในเรื่องประสิทธิภาพของงาน โดยคำนึงถึงองค์ประกอบ 4 ประการ คือ ต้นทุน (Cost) คุณภาพ (Quality) ปริมาณ (Quantity) และเวลา (Time) (Peterson & Plowman, 1953)

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ได้แก่ ผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในเขตพื้นที่ชายแดนภาคเหนือ จำนวน 400 คน จากการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1973) โดยอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่ภาคเหนือ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ร้อยละ (ส่วนใหญ่)
เพศหญิง	64.3
อายุระหว่าง 30 – 39 ปี	29.0
มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	67.3
มีสถานภาพสมรส	69.8
การดำเนินธุรกิจแบบกิจการค้าปลีก	39.8
มีการจดทะเบียนในลักษณะบุคคลธรรมดา	54.8
มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 2 - 5 ปี	37.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,000 บาท	69.3

ผู้ประกอบการไทยที่อยู่ในพื้นที่ศึกษาแต่ละอำเภอ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามที่ประยุกต์ขึ้นจากการทบทวนเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำแบบสอบถามมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) 2) ข้อมูลที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด จำนวน 28 ข้อคำถาม เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) 3) ข้อมูลที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการในแบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อคำถาม แบบตรวจสอบดำเนินธุรกิจ จำนวน 16 ข้อคำถาม เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ 4) ข้อมูลที่เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน จำนวน 30 ข้อคำถาม เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ 5) ข้อมูลเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 7 ข้อคำถาม เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ และ 6) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ จำนวน 9 ข้อคำถาม เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งข้อคำถามในแต่ละด้านมีความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha) อยู่ระหว่าง .829 ถึง .951

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับสถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในประเด็นของกลยุทธ์การตลาดพบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.62) รองลงมาคือด้านพนักงาน ($\bar{x} = 3.69$,

S.D. = 0.65) และด้านการนำเสนอที่น้อยที่สุด ($\bar{x} = 2.72$, S.D. = 0.88) ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน กิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจ และผลการเงินการทางธุรกิจ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ประกอบการในประเด็นของกลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน กิจกรรมด้านการเงินระหว่างประเทศ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในภาพรวม

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.
กลยุทธ์การตลาด	3.32	0.51
-ด้านผลิตภัณฑ์	3.82	0.62
-ด้านการให้บริการของพนักงาน	3.69	0.65
-ด้านราคา	3.57	0.63
-ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	3.11	0.81
-ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	2.99	0.79
-ด้านการนำเสนอ	2.72	0.88
การบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจ	3.43	0.68
-ด้านการวางแผน	3.54	0.70
-ด้าน-การจัดองค์กร	3.28	0.75
-ด้านการบริหารพนักงาน	3.39	1.00
-ด้านการอำนวยการ	3.49	0.86
-ด้านการควบคุมงาน	3.45	0.84
การจัดการห่วงโซ่อุปทานในการดำเนินธุรกิจ	3.45	0.78
-ด้านการดำเนินการตามคำสั่งซื้อจากลูกค้า	3.45	0.78
-ด้านการคาดการณ์ความต้องการซื้อจากลูกค้า	3.35	0.89
-ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (สินค้าในสต็อก)	3.33	1.00
-ด้านกิจกรรมการขนส่ง	2.76	0.86
-ด้านการบริหารคลังสินค้า (ที่จัดเก็บสินค้า)	3.03	1.02
-ด้านกระบวนการจัดการสินค้าที่ถูกลูกค้า	2.68	0.93
-ด้านการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิต	2.73	0.91
กิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจ	3.45	0.93
ผลการดำเนินการทางธุรกิจ	4.09	0.55

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

H₁: กลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการค้าขายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

ผลการทดสอบสมมติฐาน (ตารางที่ 3)
พบว่า มีตัวแปรจำนวน 2 ตัวแปร คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = .194, t = 2.794, \text{Sig.} = .005$)

และด้านการให้บริการของพนักงาน ($\beta = .147, t = 2.861, \text{Sig.} = .004$) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในธุรกิจของผู้ประกอบการไทยในเขตพื้นที่ชายแดนภาคเหนือ เนื่องจาก ค่า Sig. น้อยกว่า .05 และเมื่อพิจารณาข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร มีค่า tolerance .497 และ .610 มีค่า VIF 2.011 และ 1.099

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าขายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

กลยุทธ์การตลาด	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
(ค่าคงที่)	3.471	.171		20.330	.000		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.132	.047	.194	2.794	.005	.497	2.011
ด้านการให้บริการของพนักงาน	.124	.043	.147	2.861	.004	.610	1.099

R Square = 0.325; Adjusted R Square= 0.309; S.E.E. = 0.5373;
F = 7.051; Sig. = 0.000

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

H₂: การบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจ
มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
ค้าขายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

ผลการทดสอบสมมติฐาน (ตารางที่ 4)
พบว่า มีตัวแปรจำนวน 1 ตัวแปร คือ ด้านการ
บริหารพนักงาน ($\beta = .142, t = 2.014, \text{Sig.} = .045$)
มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ เนื่องจาก ค่า
Sig. น้อยกว่า .05

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุของการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผล
การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าขายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

การบริหารจัดการในการดำเนิน ธุรกิจ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
(ค่าคงที่)	3.903	.097		40.127	.000		
ด้านการบริหารพนักงาน	.086	.028	.142	2.014	.045	1.000	1.000

R Square = 0.220; Adjusted R Square= 0.220; S.E.E. = 0.5473;
F = 4.057; Sig. = 0.040

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

H₃: การจัดการห่วงโซ่อุปทานมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการค้าขายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

ผลการทดสอบสมมติฐาน (ตารางที่ 5)พบว่า มีตัวแปรจำนวน 2 ตัวแปร คือ ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (สินค้าในสต็อก)

($\beta = .174$, $t = 3.169$, $Sig. = .002$) และด้านการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิต ($\beta = .132$, $t = 2.285$, $Sig. = .023$) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการไทยในเขตพื้นที่ชายแดนภาคเหนือ เนื่องจาก ค่า sig. น้อยกว่า .05

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุของการจัดการห่วงโซ่อุปทานในการดำเนินงานธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการค้าขายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

การจัดการห่วงโซ่อุปทานในการดำเนินงานธุรกิจ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
(ค่าคงที่)	3.979	.108		36.716	.000		
ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (สินค้าในสต็อก)	.095	.030	.174	3.169	.002	.488	1.269
ด้านการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิต	.080	.035	.132	2.285	.023	.709	1.410

R Square = 0.360; Adjusted R Square= 0.342; S.E.E. = 0.5339;
F = 5.223; Sig. = 0.025

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

H₄: กิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินงานธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการค้าขายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

ผลการทดสอบสมมติฐาน (ตารางที่ 6)พบว่า กิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินงานธุรกิจ ($\beta = .205$, $t = 4.181$, $Sig. = .000$) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการค้าขายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่ายของกิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

กิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
(ค่าคงที่)	3.720	.093		40.125	.000		
กิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจ	.122	.029	.205	4.181	.000	1.000	1.000
R Square = 0.242; S.E.E. = 0.5384; F = 17.484; Sig. = 0.000;							

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่า กลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการนั้น โดยเฉพาะด้านการให้บริการของพนักงานและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความใส่ใจรักในงานบริการ (service mind) มีอารมณ์เย็น ยิ้มแย้มอยู่เสมอ ความสุภาพ พุดจาไพเราะ ตลอดจนมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าได้ดี มีการบริการที่ประทับใจและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และในพื้นที่การค้าชายแดนหากพนักงานสามารถพูดได้มากกว่า 1 ภาษา จะทำให้เพิ่มโอกาสในการค้าขายยิ่งขึ้น สำหรับในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้านั้น การกระจายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ทางการตลาดของตนเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้นั้น ล้วนแต่ส่งผลให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ (Pai & Sadeeq, 2011) โดย Wararatchai (2019) พบว่า กลยุทธ์การตลาดช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และยังพบว่า การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมการตลาด จะทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพนั้น จะเป็นตัวสนับสนุนสำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในพื้นที่การค้าชายแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านการบริหารพนักงานที่ดี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าชายแดนในภาคเหนือ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกพนักงานให้ตรงกับความต้องการ การจัดการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ และควรสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ โดย Chienwattanasook et al. (2019) อธิบายว่า การสนับสนุนที่ดีจากผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน การให้การสนับสนุนที่เหมาะสมจะ เป็นประโยชน์โดยตรงต่อการดำเนินงานของพนักงานให้เป็นไปอย่างราบรื่นและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ยังควรสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้กับพนักงานของตน ซึ่งสนับสนุน Sokolic et al. (2017) ที่พบว่า ความพึงพอใจของพนักงานจะทำให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงานที่ดี และทำให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของตนมากยิ่งขึ้นไปอีกด้วยนั่นเอง โดย Chienwattanasook et al. (2019) ยืนยันว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลดีในการบอกต่อแบบปากต่อปาก ซึ่งในกรณีนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการค้าขายแดนในพื้นที่ภาคเหนือสามารถขยายฐานลูกค้าของตนได้

สำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง และด้านการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิตส่งผลต่อบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการไทยในพื้นที่การค้าชายแดน เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องอาศัยการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดี รวมถึงการดำเนินงานทางด้านโลจิสติกส์ที่ดีด้วย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการบริหารสินค้าคงคลัง เช่น การใช้ระบบการจำแนกสินค้าเป็นหมวดหมู่ หลีกเลี่ยงการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่มากเกินไป มีการตรวจนับสินค้าคงคลังอยู่เสมอ เพื่อวางแผนในการบริหารสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีระบบการจัดการสินค้าที่ถูกส่งกลับหรือรับคืนจากลูกค้า และการนำของเสียหรือสินค้าที่รับคืนมาเพิ่มมูลค่า (Miralam, 2017) อีกทั้งผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินการเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิตที่ใช้ดำเนินการธุรกิจให้เหมาะสม เช่น การซื้อปัจจัยการผลิตจากผู้ส่งมอบ (ซัพพลายเออร์) ที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว การสร้างความสัมพันธ์หรือเครือข่ายกับผู้ส่งมอบ การหลีกเลี่ยงต้นทุนที่อาจเกิดจากการเปลี่ยนผู้ส่งมอบเป็นประจำ ตลอดจนการเร่งและติดตามการดำเนินงานของผู้ส่งมอบเพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่คาดคิดในการส่งมอบปัจจัยการผลิต (Janda & Seshadri, 2001)

ในด้านกิจกรรมการเงินระหว่างประเทศในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทยในเขตพื้นที่ชายแดน เนื่องจากการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องมีการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ ดังนั้น ความรู้ที่จำเป็นเกี่ยวกับขั้นตอนการแลกเปลี่ยนเงินตรา กฎระเบียบในการแลกเปลี่ยนเงินตรา หาก

ผู้ประกอบการมีความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยดีและช่วยป้องกันปัญหาการเงินระหว่างประเทศได้ สำหรับค่าธรรมเนียมในการแลกเปลี่ยนเงินตราที่มีความเหมาะสม การมีสาขาของธนาคารที่ให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราอยู่ในบริเวณใกล้เคียง ตลอดจนการสนับสนุนข้อมูลทางการเงินระหว่างประเทศจากรัฐบาล (Alfaro & Charlton, 2007) จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจชายแดนมีความคล่องตัวและเอื้อต่อผู้ประกอบการค้ายิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือของไทย ควรมีการพัฒนาศักยภาพการค้าของตนเพื่อให้มีผลดำเนินงานธุรกิจให้ดีขึ้น โดยควรมุ่งเน้นที่ด้านการให้บริการของพนักงาน (People) และตระหนักถึงการยกระดับคุณภาพในการให้บริการของพนักงาน การสอนงานให้มีความรู้และความเข้าใจในรายละเอียดของสินค้า และรูปแบบการบริการ ตลอดจนบุคลิกภาพและจิตใจที่ดีในการให้บริการ เป็นต้น และสำหรับกลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) นั้น ผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนในการจัดแบ่งพื้นที่เขตการค้าขายให้ครอบคลุมมากขึ้น นอกจากการมีทำเลที่เดินทางสะดวกแล้ว การตกแต่งออกแบบวางผังของร้านและการจัดสถานที่ให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายนั้นเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การจัดส่งสินค้าถึงหน้าบ้านลูกค้า โดยผ่านผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่เป็นพันธมิตร ผู้ประกอบการค้ายังควรมีแผนรองรับการดำเนินธุรกิจที่เกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น การจำหน่ายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สำหรับการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการควรเพิ่มความรู้ในด้านการบริหารพนักงานเพราะส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการ

คัดเลือกพนักงานให้ตรงกับความต้องการ การบริหารโดยใช้หลักการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน สร้างแรงจูงใจที่ดีในการทำงานให้แก่พนักงาน การให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะทางภาษา ตลอดจนควรมีการจัดอบรมพนักงาน เพื่อเสริมสร้างให้มีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เช่น การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น

สำหรับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนเป็นแนวทางที่ชัดเจน เช่น การใช้ระบบการจำแนกสินค้าเป็นหมวดหมู่ ระบบการวางแผนสินค้าคงคลัง การจัดตารางการตรวจนับสินค้า การนำคอมพิวเตอร์มาช่วยบันทึกและควบคุมสินค้าคงคลัง การใช้ระบบการเก็บสินค้าแบบทันเวลาพอดี และหลีกเลี่ยงการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่มากเกินไป ซึ่งการดำเนินการเหล่านี้ไม่จำเป็นจะต้องเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้น ผู้ประกอบการรายย่อยยังมีความจำเป็นในการเรียนรู้กระบวนการบริหารสินค้าคงคลังที่ถูกต้อง ดังนั้น หน่วยงานในภาครัฐ เช่น สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่ ควรมีส่วนร่วมผลักดันให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการค้าขายแดนของไทยอย่างเป็นรูปธรรม

ผู้ประกอบการควรมีการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิตหรือสินค้าจากผู้ส่งมอบที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว และควรมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวในรูปแบบพันธมิตรเครือข่าย ซึ่ง Lee et al. (2007) ยืนยันว่าการเชื่อมโยงกับผู้ส่งมอบที่ดี จะช่วยให้การดำเนินการมีความรวดเร็วและการสั่งซื้อมีความสะดวกและยังช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า ความร่วมมือที่ดีจะช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าแบบทันเวลา ทำให้มีการควบคุมต้นทุนจากความร่วมมือ ซึ่งส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพทั้งห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ โดยภาครัฐอาจเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการเป็น

ตัวกลางที่ช่วยเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ขนส่ง กับผู้ประกอบการค้าให้เป็นเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง และมีความปลอดภัยในแง่ของเครดิตการค้า

ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาศักยภาพสำหรับผู้ประกอบการค้าชายแดนในภาคเหนือ ควรมีการประยุกต์ใช้จุดแข็งในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่น การมีเงินทุนสำรองในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการและพนักงานสามารถสื่อสารเป็นภาษาต่างประเทศได้ การมีอุปกรณ์ เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ และการมีข้อมูลทางการตลาดมาทำการวิเคราะห์แนวโน้มการแข่งขัน หรือแหล่งเงินทุนจากภาครัฐ อีกทั้งควรเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจโดยอาศัยเส้นทางคมนาคมขนส่งที่มีความสะดวกมากขึ้น และการใช้เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย สำหรับหน่วยงานในภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนและช่วยเหลือที่จำเป็นและทันเวลาให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น ข้อมูลทางการตลาด ช่องทางการเข้าถึงแหล่งทุนของภาครัฐและแหล่งทุนอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งหากผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือสามารถดำเนินการยกระดับศักยภาพของตนเองตามข้อเสนอแนะข้างต้นแล้ว จะช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จและก้าวข้ามอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามยังมีข้อจำกัดที่มีความจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติม และยังคงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการเรียนรู้และปรับตัวตลอดเวลา ได้แก่ กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ เศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางสังคมในประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ ได้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการ ในการดำเนินธุรกิจและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เท่านั้น ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรอื่นที่อาจมีอิทธิพลต่อ

การการค้าชายแดนในพื้นที่ภาคเหนือเพิ่มเติม อาทิ ผลกระทบจากนโยบายการส่งเสริมการค้าชายแดนของภาครัฐ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยทางด้านการเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน การเข้ามาตีตลาดจากผู้ประกอบการจีน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการค้าชายแดนเพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ชัดเจนและครอบคลุมยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ ได้เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตอำเภอแม่สายและอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เท่านั้น ซึ่งยังมีเขตการค้าชายแดนในพื้นที่อำเภอแม่สอด อำเภอพบพระ และอำเภอแม่ระมาด ในจังหวัดตาก ที่ผู้สนใจทำวิจัยในอนาคตควร

ทำการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถสะท้อนศักยภาพของผู้ประกอบการค้าชายแดนในเขตพื้นที่ภาคเหนือได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้กำหนดนโยบายได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาเปรียบเทียบและยืนยันผลการศึกษาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

References

- Alfaro, L., & Charlton, A. (2007). *International financial integration and entrepreneurial firm activity* [Unpublished research report no. w13118]. National Bureau of Economic Research.
- Alipour, M., & Darabi, E. (2011). The role of service marketing mix and its impact on marketing audit in engineering and technical service corporations. *Global Journal of Management and Business Research*, 11(6), 69-77.
- Chienwattanasook, K., Jermisittiparsert, K., & Jarinto, K. (2019). Customer satisfaction, word-of-mouth and conventional banks in Thailand. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(1): 320-334.
- Chienwattanasook, K. & Sukortprommee, S. (2016). Discrimination analysis of low-cost airlines customers by using service marketing mix (7Ps). *MUT Journal of Business Administration*, 13(1), 92-109.
- Chienwattanasook, K., Wattanapongphasuk, S., Prianto, A. L., & Jermisittiparsert, K. (2019). Corporate Entrepreneurship and Business Performance of logistics Companies in Indonesia. *Industrial Engineering & Management Systems*, 18(3) 541-550.
- Childerhouse, P., & Towill, D. R. (2003). Simplified material flow holds the key to supply chain integration. *Omega*, 31(1), 17-27.
- Croom, S., Romano, P., & Giannakis, M. (2000). Supply chain management: An analytical framework for critical literature review. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, 6(1), 67-83.
- Department of International Trade Negotiations, Ministry of Commerce. (2011). *AEC fact book*. <http://www.mahasarakham.go.th/asean/images/pdf/AEC%20Factbook.pdf>.

- Feldmann, M., & Müller, S. (2003). An incentive scheme for true information providing in supply chains. *Omega*, 31(2), 63-73.
- Hervani, A. A., Helms, M. M., & Sarkis, J. (2005). Performance measurement for green supply chain management. *Benchmarking. An International Journal*, 12(4), 330-353.
- Hitesh B. (2017). *Service Marketing Mix – 7 P's of marketing*.
<http://www.marketing91.com/service-marketing-mix/>
- Janda, S., & Seshadri, S., (2001). The influence of purchasing strategies on performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 16(4), 294-308.
- Kenu, A. Z. Effect of marketing mix strategy on performance of SMEs evidence from selected manufacturing enterprises in Southern Region, Ethiopia. *International Journal of Science and Research*, 8(12), 1129-1133.
- Kozak, Y. (2015). *International finance training manual* (5th ed.). CUL.
- Lee, C. W., Kwon, I. W. G., & Severance, D. (2007). Relationship between supply chain performance and degree of linkage among supplier, internal integration, and customer. *Supply Chain Management*, 12(6), 444-452.
<https://doi.org/10.1108/13598540710826371>
- Miralam, M. (2017). Impact of implementing warehouse management system on auto spare part industry market in Saudi Arabia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(3), 56-73.
- Pai, P., & Sadeeq, K. (2011). Impact of marketing strategies on the business performance of small and medium enterprises in India. *Career Development International*, 4(2), 108-119.
- Peterson, E., & Plowman, E. G. (1953). *Business organization and management*—home wood. Richard D. Irwin.
- Rattanawararak, L. (2018). Emerging market countries: Can or lose anything from their financial ties. *Puey Ungphakorn Institute for Economic Research*, 4, 1-7.
- Robbins, S.P., & Coulter, M. (2007). *Fundamentals of management* (9th ed.). Pearson-Prentice Hall.
- SCB Economic Intelligence Center. (2012). *Border trade : An opportunity that should not be overlooked*. <https://www.scbeic.com/th/detail/product/576>.
- Sokolic, D., Mrak, M. K., & Vretenar, N. (2017, January). Business management tools and firm performance. [Paper presentation]. *4th International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences & Arts SGEM 2017*.
- Tan, K. C., Lyman, S. B., & Wisner, J. D. (2002). Supply chain management: A strategic perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 22(6), 614-631.
- Thansettakij. (2018). *Economic knowledge: Follow the world market*.
https://www.ditp.go.th/download/article/article_20130925164418.pdf.

- Trade and Investment Cooperation Division, Department of Foreign Trade. (2016). *Statistics of border trade and cross-border trade of Thailand in 2014-2016*. 2016, <https://www.dft.go.th/Portals/3>.
- Trisakhon, C. & Onputtha, S. (2015). *Effect of work motivation and job satisfaction on university personnel's organizational commitment in Rajamangala University of Technology Thanyaburi and Rajamangala University of Technology Suvamphumi*. [Paper presentation]. The 4th Conference in Eastern Seaboard Industrial Estate, Chon Buri, Thailand.
- Van Hoek, R. I. (1998). "Measuring the unmeasurable" - Measuring and improving performance in the supply chain. *Supply Chain Management*, 3(4), 187-192.
- Wararatcha, P. (2019). Strategies for building a competitive advantage in beverage business. *Journal of the Association of Researchers*, 24(3). 322-332.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row Publication.
- Yimwilai, C. (2014). *Development of public administration and public administration: From past to present and future*. Sripatum University.

สื่อมวลชนไทย: จิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ

วัฒณี ภูวทิศ

ภาควิชาบรรณศาสตร์และวารสารศาสตร์ดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดปทุมธานี 12110

E-mail: wattanee.p@bu.ac.th

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ วัฒณี ภูวทิศ ภาควิชาบรรณศาสตร์และวารสารศาสตร์ดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน เขตคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110

E-mail: wattanee.p@bu.ac.th

วันที่รับบทความ: 8 กรกฎาคม 2562 วันที่แก้ไขบทความ: 25 พฤศจิกายน 2563 วันที่ตอบรับบทความ: 15 กุมภาพันธ์ 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบจิตสำนึกเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชนผู้ที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมการอบรมทางวิชาชีพต่อการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ **วิธีการวิจัย** ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน โดยคัดเลือกแบบหลายขั้นตอนและเฉพาะเจาะจง กลุ่มตัวอย่างเป็นสื่อมวลชน จำนวน 200 คน เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอ้างอิงโดยใช้การทดสอบค่าที่ **ผลการวิจัย** ตัวแปรการเข้าร่วมอบรมวิชาชีพสื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อจิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ โดยผู้ที่เข้าร่วมการอบรมทางวิชาชีพมีจิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อข่าวระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมอบรมวิชาชีพมีจิตสำนึกในการสื่อข่าวระดับน้อย การให้เหตุผลเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อขึ้นอยู่กับสถานการณ์ **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** ผู้สื่อข่าวต้องนำเสนอข้อเท็จจริงที่ถูกต้องเพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด เมื่อเกิดความผิดพลาดต้องรีบแก้ไขทันทีเพราะเป็นความรับผิดชอบของสื่อมวลชน รวมทั้งการคัดเลือกและประเมินผลข้อมูลควรต้องคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลของผู้กระทำผิดและครอบครัวผู้เสียหาย

คำสำคัญ: จิตสำนึกเชิงจริยธรรม การสื่อข่าว ยุคหลอมรวมสื่อ สื่อมวลชนไทย

Thai mass media: Ethical consciousness in news reporting in the era of mass media convergence

Wattanee Phoovatis

School of Communication Arts, Bangkok University, Pathum Thani 12110

E-mail: wattanee.p@bu.ac.th

Correspondence concerning this article should be addressed to **Wattanee Phoovatis**, Bangkok University,
9/1 Moo 5, Phahonyothin Rd, Khlong Nueng, Khlong Luang District, Pathum Thani 12110
E-mail: wattanee.p@bu.ac.th

Received date: July 8, 2019 Revised date: November 25, 2020 Accepted date: February 15, 2022

Abstract

PURPOSES: To investigate and compare the difference of the ethical consciousness between participants and non-participants in the professional training programs on news reporting in the era of mass media convergence. **METHODS:** Mixed methodology and the purposive multistage sampling method for the sample of 200 mass media people were adopted. The research instrument used in collecting the data was a questionnaire and an interview schedule to measure the ethical consciousness in news reporting in the mass media convergence era based on nine hypothetical situations. **RESULTS:** The professional training programs variables indirectly affected ethical consciousness in news reporting. Participants in the professional training programs had an ethical consciousness at a moderate level, while non-participants in professional training programs had an ethical consciousness at a low level. The ethical reasoning in news reporting in the mass media convergence era depended on the situation. **THEORY/POLICY IMPLICATIONS:** Mass media reporters are advised to report accurate facts to avoid misunderstanding. Even when news reporting goes wrong, reporters have to resolve problems immediately as it is a crucial responsibility of mass media. Data selection and data evaluation should be careful not to affect the rights of offender privacy and victims' families.

Keywords: Ethical consciousness, news reporting, era of mass media convergence, Thai mass media

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารทั้งต่อองค์กรข่าวและบุคลากรด้านวารสารศาสตร์ทำให้สื่อมวลชนไทยต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเพื่อนำเสนอข่าวสารไปสู่ผู้รับสารได้ทันทั่วถึงยิ่งขึ้น

ภายใต้แนวความคิดการสื่อสารแบบหลอมรวมสื่อที่มีการใช้สื่อเก่าและสื่อใหม่ในการรายงานข่าวและเป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสาร ทำให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญของสื่อมวลชนไทยที่สามารถลดข้อจำกัดในด้านเวลาและสถานที่ (Pavlik, 1999) รวมทั้งยังมีจุดเด่นด้านความเร็วในการกระจายข่าวสารและเข้าถึงการสื่อสารแบบสองทางที่สร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Logan, 2010; McQuail, 2010; แก้วเทพ และ ชัยขุนพล, 2555) ดังที่ Kolodzy (2013) ระบุไว้ว่าองค์กรข่าวต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การนำเสนอข่าวสารโดยผู้สื่อข่าวจะเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับผู้รับสารให้รอบด้านมากขึ้นในลักษณะที่เป็น Multi-Platform เพื่อเพิ่มทางเลือกให้สอดคล้องกับบริบททางเทคโนโลยีการสื่อสาร แต่ไม่ต้องปรับคุณภาพของเนื้อหาเพียงแต่ปรับเทคนิคการนำเสนอให้สอดคล้องกับธรรมชาติของสื่อที่นำเสนอ (จันทร์วัฒนากุล, 2555)

สื่อมวลชนไทยเมื่อต้องปรับเปลี่ยนการทำงานครั้งประวัติศาสตร์ให้สอดคล้องกับยุคหลอมรวมสื่อ ทำให้ต้องเผชิญกับคำถามเชิงจริยธรรมด้านการรักษามาตรฐานทางวิชาชีพ โดยเฉพาะในยุคที่ทุกคนสามารถเป็นผู้สื่อข่าวได้หมด จึงไม่ควรที่ผู้สื่อข่าวจะยึดความเร็วเพียงเท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับสารด้วย ทั้งนี้ หยุ่น (2555) กล่าวว่า หากผู้สื่อข่าวเข้าใจผิดคิดว่าความเร็วคือทุกอย่าง โดยมองข้ามความลึกและความกว้าง ก็เป็นแค่ผู้สื่อข่าวที่ไม่ได้ความคิด

พิจารณาแยกแยะข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน โดยเฉพาะในยุคสังคมที่มีข้อมูลจำนวนมาก ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องมีคุณภาพในการแยกย่อย วิเคราะห์ลำดับเรื่อง เสนอเบื้องหลังและแสดงความคิดเห็น เพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะฐานันดรที่ 4

ความรุนแรงในการแข่งขันทางธุรกิจเกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้ธุรกิจทุกประเภทต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานและการบริหารงานให้รวดเร็วเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว โดยการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพตั้งแต่กระบวนการผลิตขั้นตอนการดำเนินงานและวิธีการ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณค่า ทำให้พฤติกรรมของบุคคลเกิดการเรียนรู้ พัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรม และความถูกต้องดำเนินไปพร้อมกัน สถานการณ์ดังกล่าวการตัดสินใจของแต่ละบุคคลอยู่ในภาวะวิกฤตและสับสนอย่างมากในทางปฏิบัติ อันเป็นจุดบอดหรือความเสื่อม ที่สร้างความถดถอยของมนุษย์ในสังคมไทยที่เกิดความรุนแรงเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของสังคม (รุจิธำรงกุล, 2558)

ในฐานะสื่อมวลชนเป็น ‘วิชาชีพ’ (Professional) ที่ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้งทางวิชาชีพและธุรกิจ จึงมีการกล่าวถึงจิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวกันอย่างสม่ำเสมอ หลายครั้งพบว่าสาเหตุสำคัญมักเกิดจากการกระทำของผู้ที่ทำงานสื่อมวลชนเอง บางส่วนไม่ทราบว่สิ่งที่กระทำนั้นผิดหรือละเมิดจริยธรรมทางวิชาชีพ การตระหนักถึงจริยธรรมต่อหน้าที่กลับน้อยลง แสดงถึงภาวะสับสนทางระหว่างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วกับจิตสำนึกทางจริยธรรม จนกลายเป็นอันตรายอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่มุ่งปฏิบัติหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ (Business Benefit) ส่วนตัวมากกว่าเพื่อสาธารณประโยชน์ (Public Benefit)

ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงจิตสำนึกเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชนไทยต่อการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อว่าเป็นอย่างไร ปรากฏอยู่ในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อข่าวหรือไม่ การอบรมทางวิชาชีพจะมีผลต่อจิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาจิตสำนึกเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชนไทยในการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบจิตสำนึกเชิงจริยธรรมต่อการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนไทยระหว่างผู้ที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมการอบรมวิชาชีพ

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. สมาคมวิชาชีพทางด้านสื่อมวลชน เพื่อจัดอบรม ส่งเสริม และพัฒนาแก่สื่อมวลชนในการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม
2. นักวิจัย นักวิชาการ สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประกอบการวิจัยหรือนำไปสู่การศึกษาหรือต่อยอดต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแนวความคิดจิตสำนึกเชิงจริยธรรม เพื่ออธิบายการรับรู้ทางจริยธรรมของสื่อมวลชนในการทำงาน ตั้งแต่ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล การคัดเลือกและประเมินข้อมูล การเขียนและรายงานข่าวสาร ตลอดจนผลกระทบภายหลังการนำเสนอข่าว ตามกรอบของสมาคมวิชาชีพวารสารศาสตร์ ยึดหลักของความซื่อสัตย์ การใช้และอ้างอิงแหล่งข่าว การคัดเลือกข่าวตามหลักคุณค่าข่าว อิสระจากอำนาจทางธุรกิจ รายงานข่าวตรงตามข้อเท็จจริงอย่างสร้างสรรค์ ไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เคารพความ

เป็นมนุษย์ ไม่ส่อทางกามารมณ์หรือหวังผลประโยชน์ส่วนบุคคล ھرรหษษศรพพพพ (2542) และYonelinas (2001) กล่าวว่า จิตสำนึกคือสภาวะการตื่นตัวของมนุษย์ที่สามารถรับรู้และเรียนรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งต่อตนเองและสังคม เกิดขึ้นกับความรู้สึกรู้หรือรับรู้ในสิ่งที่เป็นอย่างอยู่และควรจะเป็น จิตสำนึกของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับพื้นฐานจิตใจและพื้นฐานความรู้ ส่วนแนวคิดพื้นฐานหลักจริยธรรมที่สื่อมวลชนนำมาปฏิบัติมี 2 แนวคิด คือ 1) แนวคิดมุ่งสู่บุคคล คำนึงถึงผู้รับสารเป็นหลัก การตัดสินใจของสื่อมวลชนใช้ความรู้สึกที่มีลักษณะเป็นอัตวิสัยและความรู้สึกของผู้อื่น เป็นปัจจัยเลือกสรรเรื่องราว 2) แนวคิดมุ่งเน้นเหตุการณ์ ยึดถือข้อเท็จจริงเป็นหลัก ไม่สนใจถึงผลกระทบต่อผู้อื่น แต่รายงานอย่างเป็นกลาง ไม่นำอารมณ์ความรู้สึกเข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ ซึ่งสื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่โดยยึดจริยธรรมทางวิชาชีพต้องมีเหตุผลมาสนับสนุนการกระทำทุกขั้นตอนของการสื่อข่าวว่าทำไปเพื่อวัตถุประสงค์ใดหรือหลังจากการทำแล้วจะเกิดผลกระทบอย่างไร ซึ่ง Haidt (2001) เรียกว่า การใช้เหตุผลเชิงจริยธรรม

Blatt and Kohlberg (1975) ระบุการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมมี 3 ระดับคือ 1) จริยธรรมก่อนกฎเกณฑ์ ยึดตนเป็นศูนย์กลาง สอดคล้องกับแนวคิดที่มุ่งสู่บุคคลที่ใช้ความรู้สึกตนเองเพื่อตัดสินใจทำงาน 2) จริยธรรมตามกฎเกณฑ์ ยึดกฎหมายและระเบียบสังคม คล้ายแนวคิดที่มุ่งต่อเหตุการณ์ยึดต่อความถูกต้องของข้อเท็จจริงมุ่งหวังให้ผู้รับสารรับรู้ข่าวสารครบถ้วนและรอบด้าน และ3)จริยธรรมเหนือกฎเกณฑ์ ตั้งอยู่บนหลักการที่เป็นนามธรรมเกินกว่าบรรทัดฐานของสังคม สื่อมวลชนไม่คำนึงแค่เพียงตนเองและผู้อื่นแต่มุ่งเน้นให้มีจิตสำนึกสูงสุดและยกระดับความคิด

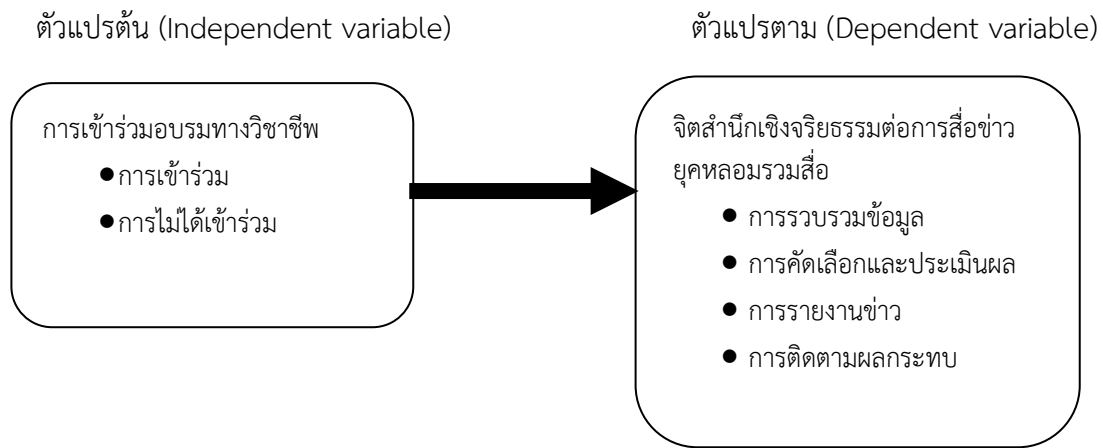
ของสาธารณชนผู้รับสารกลายเป็นสังคมที่อุดมด้วยปัญญา

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างรวดเร็วในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาทำให้องค์กรสื่อทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารองค์กรทั้งการลงทุน เทคโนโลยีและเครือข่าย ตลอดจนการพัฒนาทักษะของสื่อมวลชนด้านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เพิ่มขึ้น แต่ยังคงยึดมั่นในภาระของสื่อมวลชนและอุดมการณ์ของสื่อ (เอี่ยมสะอาด, 2561) คือที่มาของแนวความคิดการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ ซึ่งสื่อสามารถเผยแพร่ข่าวในหลายช่องทางทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ เพื่อลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายให้เกิดประสิทธิภาพของการทำข่าวเพิ่มขึ้น McQuail (2010) อธิบายการเปลี่ยนแปลงในองค์กรข่าวว่า เมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงทั้งกระบวนการผลิต การปฏิบัติเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้งทำให้เกิดการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเสมอ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสื่อมวลชน 3 ประการคือ 1) สื่อพัฒนาเข้าสู่ระบบดิจิทัล (Digitalization) 2) โลกาภิวัตน์ (Globalization) ลดความแตกต่างการนำเสนอ เช่น เนื้อหา รูปแบบ ลีลาและวิธีการนำเสนอ และ 3) การพัฒนาเทคโนโลยีโดยนำเสนอรูปแบบการสื่อสารใหม่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีกับเทคนิคที่แตกต่างมารวมกัน เกิดสภาวะการหลอมรวมของสื่อ ปรากฏการณ์เด่นชัดในองค์กรข่าวที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารคือการลดความสำคัญและปริมาณของกระดาษ และประการสำคัญคือธุรกิจสื่อที่มีเพียงสื่อเดียวไม่สามารถนำองค์กรของตนไปสู่ตลาดการสื่อสารในอนาคตได้ จนส่งผลกระทบต่อการรายงานข่าวทั้งระดับองค์กรและผู้ประกอบวิชาชีพ แม้รัฐจะออกกฎหมายมากำกับดูแลให้เกิดความสงบสุขก็ตาม แต่ปัญหาคือกฎหมายกลับไม่

สามารถลงโทษผู้ที่รายงานข่าวสารผ่านสื่อใหม่ได้ แม้ว่าผู้บริหารองค์กรข่าวต่างเชื่อมั่นในความรับผิดชอบของผู้สื่อข่าวว่าต้องกลั่นกรองข้อมูลอย่างระมัดระวังทุกครั้งที่มีรายงานข่าวสารไปยังผู้รับสารก็ตาม ดังที่ อูรธรรมโน (2558) กล่าวว่ากฎหมายไม่สามารถสร้างการปฏิบัติงานของสื่อจากภายใน (จริยธรรมทางวิชาชีพ) มีเพียงบุคลากรในวิชาชีพ ผู้ร่วมวิชาชีพและสังคม ซึ่งเรียกว่า “อารยวัฒนธรรมของสื่อมวลชน” ขณะที่สมาคมวิชาชีพสื่อมวลชนพิจารณาว่าการอบรมวิชาชีพเป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถแก่บุคลากรสื่อมวลชน ช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ที่จำเป็นในการพัฒนาระบบการเข้าถึงและการนำเสนอข่าวสาร อีกทั้งช่วยสร้างธรรมาภิบาล ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของสื่อภาคประชาชน รวมถึงการขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม แม้ว่าสื่อมวลชนจะมีหน้าที่นำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชนก็ตาม แต่การได้เข้าร่วมอบรมวิชาชีพจากชมรมหรือสมาคมวิชาชีพก็ยิ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานและสร้างความตระหนักในหลักจริยธรรมวิชาชีพไปพร้อมกัน จึงเป็นการช่วยพัฒนาและสร้างมาตรฐานทางวิชาชีพสื่อมวลชน ตามที่ Cleary (2006) พบว่า บุคลากรสื่อมวลชนอ้างถึงการเข้าอบรมทางวิชาชีพว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทักษะจำเป็นที่ควรได้รับการฝึกอบรมมากที่สุดคือ ข้อมูลประเด็นข่าว ทักษะการทำงานข่าวเบื้องต้น และการอบรมจริยธรรม

กรอบแนวความคิดของการวิจัย

สำหรับการวิจัยนี้กรอบแนวความคิดการวิจัยแสดงด้วยภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

คำจำกัดความเชิงปฏิบัติการ (Operational definitions)

1. จิตสำนึกเชิงจริยธรรม (Ethical consciousness) หมายถึงการรับรู้ทางจริยธรรมของผู้ที่ทำงานด้านข่าว โดยพิจารณาตามขั้นตอนการทำงานตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การคัดเลือกและประเมินข้อมูล การเขียนและการรายงานข่าวสารไปสู่ผู้อ่าน ตลอดจนการติดตามและผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังจากนำเสนอข่าว ตามกรอบของสมาคมวิชาชีพด้านวารสารศาสตร์ ด้วยการยึดหลักของความซื่อสัตย์ต่อแหล่งข่าว การใช้และการอ้างอิงแหล่งข่าวถูกต้อง การคัดเลือกข่าวตามหลักคุณค่าข่าวอย่างสมดุลเที่ยงธรรม มีอิสระจากอำนาจทางธุรกิจ การรายงานข่าวตรงตามข้อเท็จจริงอย่างสร้างสรรค์ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ไม่เคารพความเป็นมนุษย์ ไม่ส่อทางกามารมณ์ หรือหวังประโยชน์ส่วนตัว

2. การสื่อข่าว (News reporting) หมายถึงขั้นตอนการทำงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงหลังจากการ

เผยแพร่ข่าวสารของผู้สื่อข่าว ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การคัดเลือกและประเมินข้อมูล การรายงานข่าว และการติดตามผลกระทบ

3. ยุคหลอมรวมสื่อ (Mass media convergence) คือ สภาวะการทำงานที่สื่อมวลชนเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้รับสาร ซึ่งผลิตข่าวสารโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมาช่วยและรายงานไปยังผู้รับสารในหลายช่องทางทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และสื่อสังคม

4. การอบรมวิชาชีพ (Vocational training) หมายถึง การเข้าร่วมเรียนรู้หรือฝึกปฏิบัติกับหน่วยงานทางวิชาชีพสื่อสารมวลชน เช่น สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทย ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ชมรมผู้สื่อข่าวสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ตามระยะเวลาที่กำหนดและได้รับวุฒิบัตรหลังจากการเข้าร่วมอบรม

สมมติฐานการวิจัย

1. จิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่ออยู่ในระดับปานกลาง
2. จิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนไทยระหว่างผู้ที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมการอบรมวิชาชีพแตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed method research) ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักและการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งเป็น 3 รูปแบบคือ 1) การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อและจริยธรรมทางวิชาชีพและจิตสำนึกของสื่อมวลชน 2) การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม และ 3) การสัมภาษณ์เจาะลึกจากแบบสัมภาษณ์การให้เหตุผลเชิงจริยธรรมในการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ

ประชากรการวิจัยครั้งนี้คือ สื่อมวลชนทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์และสื่อออนไลน์ จำนวน 23 แห่ง ทั้งผู้ที่เข้ารับและไม่ได้เข้าร่วมการอบรมวิชาชีพ การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้วิธีการแบบกลุ่มชั้น (Stratified sampling) ตามประเภทสื่อที่สังกัด จากนั้นจับสลากกำหนดสัดส่วน 7:6:5 ได้กลุ่มตัวอย่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ 14 แห่ง เลือกมา 7 แห่ง จำนวน 75 คน สื่อโทรทัศน์ 22 แห่ง เลือกมา 6 แห่ง จำนวน 65 คน และสื่อออนไลน์จำนวน 23 แห่ง เลือกมา 5 แห่ง จำนวน 60 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) กำหนดคุณสมบัติว่า ต้องปฏิบัติงานในกองบรรณาธิการข่าวและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย 1 ปี จากแต่ละสื่อ ๆ ละ 5 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน

เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามเพื่อวัดจิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวในลักษณะสถานการณ์สมมติจำนวน 9 สถานการณ์ โดยทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่า $\alpha = 0.89$ และแบบสัมภาษณ์เพื่อสอบถามการให้เหตุผลเชิงจริยธรรมในแต่ละสถานการณ์การสื่อข่าวในยุคหลอมรวมสื่อ โดยส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 200 คน เป็นเพศชาย จำนวน 126 คน (ร้อยละ 67.0) และเพศหญิง จำนวน 74 คน (ร้อยละ 37.0) มีการศึกษาระดับปริญญาโทมากที่สุด จำนวน 148 คน (ร้อยละ 74.0) เป็นสื่อมวลชนที่ทำงานในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 75 คน (ร้อยละ 37.5) ประสบการณ์ทำงานในช่วง 6-10 ปีมากที่สุด จำนวน 80 คน (ร้อยละ 40.0) เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพ จำนวน 110 คน (ร้อยละ 55.0) และไม่ได้เข้าร่วมอบรมวิชาชีพ จำนวน 90 คน (ร้อยละ 45.0) โดยอบรมผ่านทางสมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย จำนวน 54 คน (ร้อยละ 60.0) รองลงมาคือสมาคมนักข่าววิทยุ โทรทัศน์ไทย จำนวน 12 คน (ร้อยละ 13.4) หัวข้อที่เข้าอบรมทางวิชาชีพคือหลักการเขียนและรายงานข่าว จำนวน 42 คน (ร้อยละ 46.7) รองลงมาคือจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน จำนวน 32 คน (ร้อยละ 35.6)

จิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.7486 ทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติ One-sample t-test มีค่า t เท่ากับ 2.61 ($t_{199} = 5.622, P < 0.05$) ดังปรากฏในตารางที่ 1

ทั้งนี้เมื่อพิจารณากระบวนการสื่อสารข่าวตามสถานการณ์สมมติของสื่อมวลชนไทยทั้งหมดพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดของจิตสำนึกเชิงจริยธรรมด้านการรายงานข่าว ในข้อที่ 6 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และ 3.88) และข้อที่ 7 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และ 4.31) อันดับสองคือ การคัดเลือกและประเมินข้อมูล ในข้อที่ 2 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และ 1.90) และข้อที่ 3 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และ 2.92) อันดับสามคือการรวบรวมข้อมูล ในข้อที่ 1 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และ 2.01) และการติดตามและผลกระทบ ข้อที่ 5 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21 และ 1.69) ข้อที่ 8 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 และ 2.12) และข้อที่ 9 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และ 2.55) ดังปรากฏอยู่ในตารางที่ 2

ส่วนจิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อสารข่าวยุคหลอมรวมสื่อระหว่างผู้ที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกัน ตามผลการทดสอบสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($t_{199}=5.967$, $P<0.05$) ดังปรากฏในตารางที่ 3

ค่าเฉลี่ยจิตสำนึกในการสื่อสารข่าวยุคหลอมรวมสื่อของผู้เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมอบรมในเกือบทุกสถานการณ์ตามกระบวนการสื่อสาร จิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อสารข่าวยุคหลอมรวมสื่อของผู้ที่เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพ มีจิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อสารข่าวอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาตามกระบวนการสื่อสารข่าวแยกตามสถานการณ์ พบว่าการรวบรวมข้อมูล และการคัดเลือกประเมินข้อมูล

ระดับจิตสำนึกเชิงจริยธรรมของผู้ที่เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพอยู่ในระดับน้อย แต่การรายงานข่าว ระดับจิตสำนึกเชิงจริยธรรมของผู้เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมอบรมทางวิชาชีพอยู่ในระดับปานกลาง ดังปรากฏตามตารางที่ 4

การให้เหตุผลทางจริยธรรมในการสื่อสารข่าวยุคหลอมรวมสื่อ ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นพ้องกันว่าขึ้นอยู่กับสถานการณ์ เนื่องจากมีปัจจัยอื่นที่เข้ามาเกี่ยวข้องในหลายประการ เช่น ครอบครัวยุทธศาสตร์ และความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทั้งนี้การให้เหตุผลทางจริยธรรมในการรวบรวมข้อมูล หากมาจากสื่อสังคมออนไลน์ไม่สามารถเชื่อถือได้ เนื่องจากยังไม่มีมาตรการตรวจสอบแหล่งที่มาว่าเป็นความจริง หรือสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใดที่ซ่อนเร้น ขณะที่การคัดเลือกและประเมินข้อมูลควรต้องมีความระมัดระวัง เพราะส่งผลกระทบต่อบุคคลที่ตกเป็นข่าวหรือครอบครัว ญาติพี่น้องทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ ส่วนการรายงานข่าว เน้นว่าผู้สื่อข่าวต้องนำเสนอข้อเท็จจริงที่ถูกต้องไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด โดยเฉพาะการรายงานข่าวเกี่ยวกับบุคคลสาธารณะควรต้องมีความละเอียดรอบคอบ ไม่มุ่งหวังเพียงความรวดเร็วแต่ต้องสืบหาและตรวจสอบ เพราะมีโอกาสถูกฟ้องร้องเรื่องสิทธิส่วนบุคคล จนสร้างความเดือดร้อนให้แก่ตนเองและองค์กรเพื่อป้องกันความเสียหาย ควรปรึกษาผู้ที่เกี่ยวข้องก่อนจะได้ไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง

ตารางที่ 1 จิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนโดยรวม

ระดับจิตสำนึกเชิงจริยธรรม	จิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชน			
โดยรวม	t	df	Sig (2 -tailed)	Mean Difference
	5.622	199	0.000*	0.13861

ระดับจิตสำนึกเชิงจริยธรรม	N	$\bar{X}$	SD.	Std. Error
โดยรวม	200	2.7486	.49307	0.02465

ตารางที่ 2 จิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนไทย

การสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ	ระดับจิตสำนึกเชิงจริยธรรม					
	ผู้เข้าร่วมอบรมวิชาชีพ			ผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมอบรมวิชาชีพ		
	($\bar{X}$)	(SD.)	แปลผล	($\bar{X}$)	(SD.)	แปลผล
1. ท่านเพิ่งได้รับข้อมูลและภาพหรือคลิปวิดีโอจากแหล่งข่าวคนหนึ่งจากสื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์, ไลน์, ภูเก็ตโพสต์) ของดาราสาวชื่อดังถูกสามีทำร้ายร่างกาย โดยคิดว่าข้อมูลดังกล่าวน่าจะเป็นความจริงและมีความถูกต้อง จึงรีบเผยแพร่ข่าวทันที	2.67	1.087	ปานกลาง	2.01	0.923	น้อย
2. ท่านได้รับมอบหมายให้ทำข่าวคดีหลานชายวัย 23 ปีข่มขืนยายแท้ ๆ อายุ 72 ปี จะนำเสนอรายละเอียดของข้อเท็จจริงของผู้กระทำผิดและผู้เสียหายทั้งชื่อ นามสกุล อายุ ที่อยู่ และภาพประกอบ ในข่าวหรือรายงานพิเศษเพื่อให้ขายข่าวได้และผู้รับสารได้รับข่าวสารครบถ้วน	2.60	1.182	ปานกลาง	1.90	1.003	น้อย
3. ท่านอยู่ระหว่างการติดตามข่าวต้องสงสัยของเจ้าอาวาสวัดหนึ่งที่ ยักยอกเงินทำบุญและรับเลี้ยงดูสีกา ก่อนหน้านั้นผู้สื่อข่าวคู่แข่งชั้นเคยนำเสนอข่าวนี้อย่างไม่รับการยืนยัน บังเอิญท่านได้รับหลักฐานเป็นคลิปฉากรักระหว่างพระรูปนี้กับสีกาอย่างชัดเจนแต่ภาพนั้นค่อนข้างลามกอนาจาร ซึ่งเป็นหลักฐานชิ้นเดียวที่ยืนยันข่าวในขณะนั้นท่านจะนำเสนอภาพในคลิป	3.08	1.040	ปานกลาง	2.92	1.110	ปานกลาง
4. นักการเมืองหนุ่มหน้าใหม่ไฟแรงกำลังอยู่ระหว่างการลงสมัครเลือกตั้งสมาชิกผู้แทนราษฎร เป็นผู้ที่มีภาพลักษณ์ดีระดับการศึกษาสูงและอุทิศการทำงานเพื่อสังคมมาตลอดแต่ท่านสืบเสาะจากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ว่าเขาเป็นโฮโมเซ็กซ์ชวลอาศัยอยู่กับเพื่อนชายท่านจะรายงานข่าวหรือรายงานพิเศษทันที	2.28	1.006	น้อย	1.79	0.852	น้อยที่สุด

ตารางที่ 2 (ต่อ)

การสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ	ระดับจิตสำนึกเชิงจริยธรรม					
	ผู้เข้าร่วมอบรมวิชาชีพ			ผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมอบรมวิชาชีพ		
	($\bar{X}$)	(SD.)	แปลผล	($\bar{X}$)	(SD.)	แปลผล
5. ท่านทำงานอยู่สำนักข่าวซึ่งกำลังประสบปัญหาการเงินและค้างจ่ายเงินเดือนผู้สื่อข่าวเป็นเวลาสองเดือนแล้ว แหล่งข่าวที่สนิทกับท่านทราบเรื่องเสนอให้เงินเป็นจำนวนสามเท่าของเงินเดือนและกล่าวว่าเป็นการให้ส่วนตัว ซึ่งแหล่งข่าวนี้ไม่ได้เป็นข่าวบ่อยนัก ท่านจะรับเงินนั้น	2.21	1.047	น้อย	1.69	0.885	น้อยที่สุด
6. ท่านกำลังตัดสินใจจะรายงานข่าวการไปรับประทานอาหารของนักการเมืองกับดาราสาวคนหนึ่ง ซึ่งอาจประสบข้อกล่าวหาเรื่องละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และเชื่อว่าผู้สื่อข่าวอื่นอาจนำไปเผยแพร่ก่อน ท่านจึงรอไว้ก่อนนำเรื่องปรึกษาบรรณาธิการข่าวเพื่อทบทวนข้อกฎหมาย แม้ต้องรายงานข่าวช้าไป 1 วันก็ตาม	3.99	1.014	มาก	3.88	0.968	มาก
7. หลังจากท่านรายงานตัวเลขผู้เสียชีวิตจากแผ่นดินไหวและเครื่องบินตกจำนวน 400 คน ต่อมาทราบว่าความเป็นจริงมีผู้เสียชีวิต 300 คน ท่านคิดว่าจำเป็นต้องแก้ไขในวันรุ่งขึ้นทันที	4.42	1.042	มากที่สุด	4.31	0.942	มากที่สุด
8. ท่านจะนำเสนอข่าวการคอร์รัปชันของข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ระดับสูงในหน่วยงานรัฐและเอกชน ซึ่งบุคคลเหล่านั้นเป็นญาติของเพื่อนสนิทท่าน โดยข้อร้องไม่ให้นำเสนอข่าว ท่านตัดสินใจที่ไม่นำเสนอข่าวเพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพที่ยาวนานกับเพื่อนไว้	2.58	1.021	น้อย	2.12	0.925	น้อย
9. ท่านให้ความสำคัญต่อการนำเสนอข่าวที่เป็นกระแสนิยมโดยการเพิ่มพื้นที่ เวลาและตำแหน่ง เน้นการใช้ภาษาที่หวือหวาและใส่ความรู้สึกลงไปด้วย หวังเพียงเพิ่มผู้ชม ยอดขายและกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้รับสาร	2.67	1.087	ปานกลาง	2.55	1.002	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.95	1.04	ปานกลาง	2.55	1.00	น้อย

ตารางที่ 3 ความแตกต่างของจิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อระหว่างผู้เข้าอบรมวิชาชีพ และผู้ที่ไม่ได้เข้าอบรมวิชาชีพ

กลุ่มการเข้าอบรมวิชาชีพ	จิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชน		
	t	df	Sig (2-tailed)
ผู้ไม่ได้เข้าอบรมวิชาชีพ ผู้เข้าอบรมวิชาชีพ	5.967	199	0.000

กลุ่ม	N	$\bar{X}$	SD.	Std. Error
ผู้เข้าอบรมวิชาชีพ	110	2.58	3.934	0.423
ผู้ที่ไม่ได้เข้าอบรมวิชาชีพ	90	2.87	4.531	0.429
รวม	200	2.72	4.230	0.420

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบจิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนที่ผู้เข้าและไม่เข้าอบรมวิชาชีพ ตามกระบวนการสื่อข่าวแยกตามสถานการณ์

การสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ	ระดับจิตสำนึกเชิงจริยธรรม					
	ผู้เข้าอบรมวิชาชีพ			ผู้ไม่ได้เข้าอบรมวิชาชีพ		
	($\bar{X}$)	(SD.)	แปลผล	($\bar{X}$)	(SD.)	แปลผล
1. การรวบรวมข้อมูล (สถานการณ์ที่ 1)	2.67	1.087	ปานกลาง	2.01	0.923	น้อย
2. การคัดเลือกและประเมินข้อมูล (สถานการณ์ที่ 2-3)	2.84	1.110	ปานกลาง	2.41	1.056	น้อย
3. การรายงานข่าว (สถานการณ์ที่ 4 และ 6-7)	3.56	0.972	มาก	3.33	0.970	ปานกลาง
4. การติดตามและผลกระทบ (สถานการณ์ที่ 5 และ 8-9)	2.49	1.051	น้อย	2.04	1.024	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.89	1.055	ปานกลาง	2.45	0.993	น้อย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่หากพิจารณาตามกระบวนการสื่อข่าวแยกเป็นสถานการณ์ พบว่า การรายงานข่าวมีระดับจิตสำนึกอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา

ร่วมกับการสัมภาษณ์เพิ่มเติมที่เน้นว่าผู้สื่อข่าวควรนำเสนอข้อเท็จจริงที่ถูกต้องตามความเป็นจริง หากมีการตรวจพบว่ามีข้อมูลที่ผิดพลาดก็ควรรีบแก้ไขอย่างทันที เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้องและสังคมรับทราบเรื่องราวที่เป็นจริงจะได้ไม่เกิดความเข้าใจผิด ซึ่งเป็นความรับผิดชอบใน

วิชาชีพและสอดคล้องกับมาตรฐานจรรยาบรรณของสื่อมวลชน หรือกรณีที่เป็นการคัดเลือกและประเมินข้อมูล แม้ว่าจะต้องการให้รายละเอียดข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ เพื่อมุ่งหวังให้ผู้รับสารได้รับข่าวสารครบถ้วน แต่การระบุชื่อ นามสกุล ที่อยู่และภาพประกอบของผู้กระทำผิดและผู้เสียหาย จะทำให้ทั้งพวกเขาเหล่านั้น ครอบครัว และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องไม่สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Haidt (2001) และสอดคล้องกับ Kohlberg and Elfenbein (1975) ที่ระบุว่า การใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมตามกฎเกณฑ์ (Conventional morality) ที่จะยึดกฎหมายและระเบียบสังคม ซึ่งคล้ายกับแนวคิดที่มุ่งต่อเหตุการณ์ ซึ่งยึดความถูกต้องของข้อเท็จจริง เพื่อมุ่งหวังให้ผู้รับสารได้รับรู้ข่าวสารอย่างครบถ้วนและรอบด้าน รวมทั้งสื่อมวลชนที่มีการใช้เหตุผลระดับเหนือกฎเกณฑ์ (Post-conventional morality) โดยบุคคลจะตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำการสิ่งใดตามความคิดและเหตุผลของตน ซึ่งเห็นว่าเหมาะสมแล้ว โดยมักตัดสินใจบนพื้นฐานความถูกต้อง ยุติธรรมและยึดประโยชน์ส่วนรวมหรือสังคมเป็นหลัก

เมื่อพิจารณาตามแนวคิดเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชนแล้ว จะพบว่า การใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชนในสถานการณ์ต่าง ๆ ของการสื่อข่าวยุคหลอมรวมสื่อ มีการใช้หลักประโยชน์นิยม (Utilitarianism) ที่มุ่งเน้นว่าจริยธรรมที่ดีที่สุดคือ จริยธรรมที่มุ่งนำประโยชน์สุขมากที่สุดให้แก่คนจำนวนมากที่สุดโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงวิธีการ ถือเป็นการกระทำที่ถูกต้องตามศีลธรรม ทั้งนี้การประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ไม่เพียงแต่ต้องตระหนักถึงจริยธรรมทางวิชาชีพ หากยังต้องคำนึงถึงจริยธรรมเชิงพาณิชย์เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งเรียกว่า Deontological (Duty-

based) สำคัญคือ เน้นการกระทำตามหน้าที่ที่ยึดความถูกต้องโดยไม่คำนึงถึงผลที่เกิดตามมา หรือกล่าวได้ว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นคำตอบว่า การกระทำนั้นถูกหรือไม่ แต่การกระทำขึ้นอยู่กับคนนั้นปฏิบัติ “หน้าที่หรือไม่” การกระทำขึ้นอยู่กับ “สำนึก” ของแต่ละบุคคล เชื่อในเจตนารมณ์ที่ดีงามอย่างเคร่งครัด ถ้าเจตนาดีในตนเอง ไม่ว่าจะอยู่ในสภาพบีบบังคับเพียงไร ผลอะไรจะเกิดขึ้นก็ตาม สิ่งที่ต้องการของคนหนึ่ง คือสิ่งที่ถูกต้องของคนทั้งโลก ดังนั้นการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรมคือการตัดสินใจที่ชอบด้วยเหตุผล ด้วยมโนสำนึกที่แน่วแน่ว่าสิ่งที่ตนปฏิบัติเป็นสิ่งที่ชอบ (Bocorchert & Stewart, 1986; Immanuel, 2018; Makedon, 2009; Hill, 2013) หรือหลักคุณธรรม เป็นแนวคิดที่มนุษย์มุ่งสรุปสิ่งที่พึงกระทำจากจิตสำนึกผิดชอบชั่วดีมากกว่าจะพิจารณาสรุปจากประสบการณ์ที่สะสมเป็นความรู้หรือผลที่เกิดขึ้นในอดีตที่ผ่านมาหรือได้ทำไปแล้ว เป็นการกระทำที่ถูกต้อง (คุณทูลบุตร, 2549) จะเห็นว่าจริยธรรมช่วยสนับสนุนให้เกิดคุณธรรมที่ช่วยให้การประกอบธุรกิจนวัตกรรมเครือข่ายสำเร็จ (Gloor et al., 2018) ตรงกันข้ามกับแนวคิดของ Pathak and Imperiali (1997) ที่เห็นว่า Technology ทำให้มนุษย์มุ่งพิจารณาถึงความต้องการในสังคมเป็นสำคัญ หรือเน้นเลียนแบบโดยสรุปว่าเป็นพฤติกรรมที่ถูกต้องและยอมรับได้ ซึ่งหมายถึง การกระทำที่ก่อให้เกิดผลที่ต้องการและพึงปรารถนา คือความสำคัญของความต้องการของตนเองหรือปัจเจกบุคคลและกลุ่ม รวมทั้งข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ หนังสือพิมพ์ของสภาการหนังสือพิมพ์ (2560) ตามหมวด 2 หมวด 3 และหมวด 4 ที่ระบุไว้ว่าต้องยึดข้อเท็จจริง ความถูกต้องและความครบถ้วน ในกรณีที่มีการนำเสนอข่าวที่ผิดพลาดต้องลงพิมพ์ข้อแก้ไขข้อผิดพลาดโดยไม่ชักช้า

รวมถึงพึงละเว้นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทอดธรรมคุณ (2547) ที่ศึกษาถึงความตระหนักของผู้สื่อข่าวต่อจริยธรรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไทย พบว่า ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยส่วนใหญ่มีความตระหนักโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง จากชุดคำถามวัดความตระหนักแบบตรงไปตรงมา แต่เมื่อเพิ่มปัจจัยแทรก ได้แก่ ข้อจำกัดด้านเวลา การแข่งขัน ผลประโยชน์ขององค์กรและผลประโยชน์ส่วนตัว ทำให้การตระหนักลดลงอยู่ในระดับปานกลางและลดลงอย่างชัดเจนเมื่อวัดหลักจริยธรรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์เรื่องความถูกต้องตามความจริง และความน่าเชื่อถือ

ส่วนการอบรมทางวิชาชีพทำให้จิตสำนึกเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชนที่เข้าและไม่เข้าอบรมทางวิชาชีพมีความแตกต่างกัน พิจารณาประกอบเหตุผลในแต่ละสถานการณ์ สอดคล้องตามหลักของพอตเตอร์ (Potter, 1965) ที่เสนอกรอบแนวคิดที่เรียกว่า “The Potter Box” ที่ผู้เข้าอบรมวิชาชีพสามารถใช้ในการตัดสินใจต่อการกระทำอย่างมีระบบ ซึ่งหากมีระบบก็นำมาใช้ตัดสินใจได้ โดยสามารถอธิบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดความกระจ่างชัด และตัดสินใจแล้วซ้ำอีกจนเกิดเป็นหลักการของตนเอง พฤติกรรมบางอย่างไม่ต้องนำมาสร้างความชอบธรรมเพราะผิดอย่างชัดเจน หรือไม่สามารถนำมาเป็นข้ออ้างทางวิชาชีพที่จะใช้เป็นข้ออ้างในการละเมิดผู้อื่น รวมทั้ง Lambeth (1992) ที่ยึดหลักจริยธรรมว่าด้วยระบบแห่งการเลือก (Eclectic System of Journalism Ethics) ซึ่งเป็นกฎจริยธรรมที่มีความกระจ่างชัดและเป็นกฎที่ปรับได้ ที่พิจารณาหลักศีลธรรมจากรูปแบบของผลกระทบและหน้าที่ที่สามารถนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยเน้นว่าจริยธรรมไม่ใช่กล่องสีดำที่จะบีบคนเข้าไปข้างและบังคับให้ปฏิบัติตามระเบียบที่เคยวางไว้

อย่างเคร่งครัด แต่จริยธรรมควรเป็นหลักที่สื่อยอมรับว่ายุติธรรมมีประโยชน์และมีคุณค่า อย่างที่ผู้เข้าอบรมวิชาชีพให้เหตุผลว่าแม้จะต้องทำให้เกิดความขัดแย้งทางความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอย่างยาวนาน แต่หากไม่นำเสนอข้อมูลก็จะส่งผลกระทบต่อประโยชน์ของผู้รับสารและประเทศชาติ โดยเฉพาะความจริงที่ควรยึดความถูกต้องเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramaprasad et al. (2012) ที่ระบุว่า มุมมองของผู้สื่อข่าวอินเดียต่อจริยธรรมการใช้เทคโนโลยีใหม่ในการทำงานข่าวว่า จริยธรรมที่ดีคือต้องไม่ขโมยความคิดของผู้อื่นและมีการระบุที่มาของแหล่งข้อมูลที่นำมาใช้ทุกครั้ง ขณะที่งานวิจัย Cleary (2006) ก็ระบุว่าสื่อมวลชนมีอาชีพอ้างว่าการเข้าอบรมทางวิชาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยทักษะที่ควรได้รับการอบรมมากที่สุด ได้แก่ การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าว ทักษะการทำงานข่าวเบื้องต้นและทักษะด้านจริยธรรม รวมทั้ง ภูบาล (2549) ก็พบว่า การเสริมสร้างจิตสำนึกของคนในสังคมจะเกิดขึ้นได้จากการคลุกคลีกับความถูกต้อง การอบรม การฝึกปฏิบัติ การได้เห็นตัวอย่างที่ชวนให้ประทับใจก็เป็นปัจจัยโน้มนำให้บุคคลเกิดจิตสำนึกที่ถูกต้องโดยอาศัยสถาบันทางสังคมหลายส่วนทั้ง ศาสนา ครอบครัว และสื่อมวลชน แต่ไม่ได้หมายความว่าเมื่อออกไปทำงานแล้วผู้ที่ผ่านการอบรมจะยังคงมีจิตสำนึกเชิงจริยธรรมของการสื่อข่าว เพราะมีงานวิจัยที่พบว่าจิตสำนึกเชิงจริยธรรมของบุคคลเปลี่ยนแปลงได้จากตัวแปรอื่น ๆ ตามที่ บุญสมสุขและคณะ (2558) ซึ่งศึกษาเรื่องเกณฑ์การตัดสินใจเชิงจริยธรรมสื่อมวลชนไทย พบว่า ผู้ผลิตสื่อทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ล้วนละเลยจริยธรรม มาจากปัจจัยหลายประการ เช่น บริบทการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี หลักการ

แนวคิดวิชาชีพสื่อมวลชน กระบวนการทำงานของสื่อ เจ้าของและวัฒนธรรมองค์กรสื่อ ทศนคติระหว่างผู้ส่งสารและรับสาร การกำกับดูแลและควบคุมสื่อ

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกเชิงจริยธรรมในการเสนอข่าวแก่ผู้เสนอข่าวสื่อมวลชนต่าง ๆ

ควรศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมจากกลุ่มนักศึกษาที่เรียนในคณะนิเทศศาสตร์ที่อนาคตจะ

เข้าสู่วิชาชีพสื่อมวลชน ผู้บริหารหรือเจ้าขององค์กรข่าว เพราะบุคคลเหล่านี้ก็ต้องเผชิญกับความรุนแรงในการแข่งขันทางธุรกิจหลายรูปแบบและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งล้วนส่งผลต่อการปฏิบัติงานทั้งสิ้น รวมทั้งศึกษาของคณาจารย์ว่ามีแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาให้สื่อมวลชนมีจิตสำนึกเชิงจริยธรรมการสื่อข่าวที่มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ภายหลังการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อแล้วส่งผลให้องค์กรข่าวนำแนวความคิดการหลอมรวมสื่อมาใช้ในช่องทาง

References

- Blatt, M. M., & Kohlberg, L. (1975). The effect of classroom moral upon children's level of moral judgment. *Journal of Moral Education*, 4(2), 129-161.
- Bocrchert, D. M., & Stewart. (1986). *Exploring ethics*. Collier Macmillan.
- Boonsomsuk, B., Boonsomchart, A., & Pikulparungroch, A. (2558). Ethical criteria of Thai media. *Isara Media Review*, 4(7), 7-22.
- Chanthrawattanukul, S. D. (2555). *Convergence journalism: Principles and concept*. Double Click Press.
- Cleary, J. (2006). From the classroom to newsroom: Professional development in broadcasting journalism. *Journalism and Mass Communication Educator*, 61(3), 254-266.
- Gloor, P. A., Heckman, C., & Makedon, F. (2018). *Ethical issues in collaborative innovation networks*.
<http://ccs.mit.edu/pgloor%20papers/COIN4Ethicomp.pdf>.
- Haidt, J. (2001). The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*, 108(4), 814-834.
- Hassasiripoch, B. (2542). Consciousness. *NIDA Faculty Senate Journal*, 4(1), 71-73.
- Hill, T. E. Jr. (2013). Virtue, rules and justice: Kantian aspirations. *Philosophy in Review*, 33(4), 298-300.
- Iamsaard, L. (2561). *Adaptation of regional media in the media convergence*.
[http://ms.psu.ac.th/comm_integrat/admin/file/\(Convergence\).pdf](http://ms.psu.ac.th/comm_integrat/admin/file/(Convergence).pdf)
- Immanuel, K. (2018). *Immanuel Kant's fundamental principles of the metaphysic of morals*.
<https://study.com/academy/lesson/immanuel-kants-fundamental-principles-of-the-metaphysic-of-morals.html>.
- Kaewthep, K., & Chaikunpol, N. (2555). *News media guide*. Karnpim Limited Partnership.
- Kohlberg, L., & Elfenbein, D. (1975). The development of moral judgment concerning capital punishment. *American Journal of Orthopsychiatry*, 45(4), 614-640.



- Kolodzy, J. (2013). *Practicing convergence journalism: An introduction to cross media storytelling*. Routledge.
- Kuntonbut, C. (2549). *International Business Administration* (9th ed.) Chulalongkorn University Press.
- Lambeth, E. B. (1992). *Committed journalism: An ethic for the profession* (2nd ed.). Indiana University Press.
- Logan, K. R. (2010). *Understanding news media: Extending Marshall McLuhan*. Peter Lang Publishing, Inc.
- Makedon, A. (2009). Ethical perspectivism and practical perspectives in the classroom. *Philosophical Study of Education*, 2(1), 56-71.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. (6th ed.). Sage Publications.
- Pathak, R., & Imperiali, B. (1997). A dual affinity tag on the 64-k Da Nlt1p subunit allows the rapid characterization of mutant yeast oligosaccharyl transferase complexes. *Arch Biochem Biophys*, 338(1), 1-6.
- Pavlik, J. (1999). *Journalism and new media*. Columbia.
- Phuban, B. (2549). *Alternative: An application of puppet playing video model to develop the second grade student's public mind*. [Unpublished master's thesis]. Srinakharinwirot University.
- Potter, R. B. (1965). *The structure of certain American Christian responses to the nuclear dilemma, 1958-1963* [Unpublished doctoral dissertation]. Harvard University.
- Ramaprasad, J., Lin, Y., & Garrison, B. (2012). Ethical use of new technologies: Where do Indian journalists stand? *Asian Journal of Communication*, 22(1), 98-114.
- Rujithamrongkul, K. (2558). The influence of consciousness, moral, rightness and satisfaction of instructors and students at in business administration line. *Academic Journal Bangkokthonburi University*, 4(2), 70-90.
- Terdthamkun, A. (2547). *Nalistic awareness of professional ethics in Thai newspapers*. [Unpublished master's thesis]. Thammasat University.
- The National Press Council of Thailand. (2560). *Regulations on ethics of professional newspapers*. <http://www.presscouncil.or.th/th2/content/view/4/8>
- Uwanno, B. (2015). *The future Thai media after the new constitution*. <http://www.presscouncil.or.th/highlight/>
- Yonelinas, A. P. (2001). Consciousness, control and confidence: The 3 CS of recognition memory. *Journal of Experimental Psychology*, 130(3), 360-379.
- Yoon, S. (2555). *The future of news*. Se-ed Education Public Company Limited.

รูปแบบสถาบันการเงินชุมชนที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและความยั่งยืน ของชุมชน

ฐิติพงษ์ ศิริเวชพันธุ์

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

E-mail : tipong@hotmail.com

วิชัย โสสุวรรณจินดา

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

บุญเอื้อ บุญฤทธิ์

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

วรรณภา วามานนท์

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

ติดต่อผู้เขียนบทความ ฐิติพงษ์ ศิริเวชพันธุ์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

E-mail : tipong@hotmail.com

วันที่รับบทความ: 8 ตุลาคม 2564 วันที่แก้ไขบทความ: 25 พฤศจิกายน 2564 วันที่ตอบรับบทความ: 16 มกราคม 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ ศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของชุมชนในสถาบันการเงินชุมชน และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนของสถาบันการเงินชุมชน **วิธีการวิจัย** แบบผสมผสานโดยวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้สำรวจความคิดเห็นของคณะกรรมการและสมาชิกของสถาบันการเงินชุมชนรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีผลการดำเนินงานดีเด่น จำนวน 6 แห่ง จาก 5 ภูมิภาคของประเทศไทย จำนวน 180 ตัวอย่าง พร้อมกับได้รวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 5 ท่าน **ผลการวิจัย** รูปแบบของสถาบันการเงินชุมชนที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน และสมาชิกสามารถเข้าถึงได้ ควรมี 2 รูปแบบ คือ กลุ่มพึ่งตนเอง และกลุ่มกึ่งในระบบ โดยหลักการจะต้องสอดคล้องกับอุดมการณ์ของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถทำให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ ถ้าสมาชิกและคณะกรรมการยึดมั่นในอุดมการณ์ด้วยการใช้ทุนทางสังคม ทุนทางปัญญา และทุนทางการเงินอย่างสมดุล **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** ผลการวิจัยสนับสนุนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและมีศักยภาพนำไปใช้เป็นมาตรการทางด้านนโยบายในการเป็นต้นแบบของสถาบันการเงินชุมชน

คำสำคัญ: กองทุนชุมชน กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน สถาบันการเงินชุมชน



The community financial institution models to support the needs of the people and sustained community

Titipong Sirivejphan

Kasem Bundit University, 1761 Patanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

E-mail : tipong@hotmail.com

Vichai Thosuwanjinda

Kasem Bundit University, 1761 Patanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

Boonuae Boonyarit

Kasem Bundit University, 1761 Patanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

Wannapa wamanon

Kasem Bundit University, 1761 Patanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

Correspondence concerning this article should be addressed to **Titipong Sirivejphan**, Kasem Bundit University, Patanakarn Road, SuanLuang, Bangkok, 10250
E-mail : tipong@hotmail.com

Received date: October 8, 2021 Revised date: November 25, 2021 Accepted date: January 16, 2022

Abstract

PURPOSES: To study the problems of an access to community capital sources in community financial institutions and the factors affecting sustainable community financial institutions. **METHODS:** The research was conducted by means of quantitative and qualitative approaches. The researcher conducted a survey of 180 samples of board members and committees of 6 outstanding community financial institutions in 5 regions of Thailand as well as an in-depth interview of 5 experts. **RESULTS:** The models of sustainable community financial institutions were formulated in 2 types i.e., self-reliance model, and semi-system model. In principle, the community financial institutions were operated by the people in each community based on the philosophy of sufficiency economy. Sustainable community financial institutions depends greatly on their members and committees who were committed to the ideology of balanced utilization of social, intellectual and financial capitals. **THEORY/POLICY IMPLICATIONS:** The research results support the Philosophy of Sufficiency Economy and could be used as policy measures for sustained community financial models.

Keywords: Community fund, the truth savings group, The Credit Union Cooperative, community financial institutions

บทนำ

ปัญหาที่สำคัญระดับฐานรากของแต่ละประเทศคือปัญหาความยากจน โดยเฉพาะประชาชนส่วนใหญ่ที่อยู่ในชนบท มีรายได้น้อย อาชีพไม่มั่นคง ขาดเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการประกอบอาชีพหรือมีเงินทุนก็มีต้นทุนที่สูง ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือแหล่งเงินกู้ของประชาชนทั่วไป แม้ว่าจะมีอาชีพการงานที่แน่นอน โดยเฉพาะบุคคลที่ไม่ได้มีเงินเดือนประจำหรือมีเงินเดือนแต่ต่ำกว่าเกณฑ์ของธนาคาร เช่น ไม่ถึงหนึ่งหมื่นบาทต่อเดือน ขาวนา ขาวสวน ขาวไร่ มีรายได้เป็นรายปี พ่อค้า แม่ค้า ในตลาดต่าง ๆ แม้จะค้าขายมาหลายสิบปี ส่วนใหญ่ก็ยังไม่สามารถเข้าไปใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในระบบได้ ธนาคารจะอนุมัติสินเชื่อให้หรือไม่ นั้น จะใช้หลักเกณฑ์ 2 อย่าง คือ พิจารณารายได้ และหลักทรัพย์ของผู้กู้ ประกอบกัน เป็นอีกสาเหตุหนึ่งสำหรับประชาชนที่ขาดแคลนทรัพย์สินไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินกู้ในระบบได้ (นาถสุภา, 2554)

นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทผ่านองค์กรการเงินที่เข้มแข็ง แสดงว่ารัฐบาลเริ่มเห็นแนวทางที่ดีขึ้น ที่มองเห็นศักยภาพของชุมชน โดยรูปแบบของสถาบันการเงินชุมชนพอจะจำแนกได้ 3 กลุ่มคือ 1) กลุ่มในระบบ เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธ.ก.ส. ธนาคารออมสิน ฯลฯ 2) กลุ่มกึ่งในระบบ เช่น กองทุน

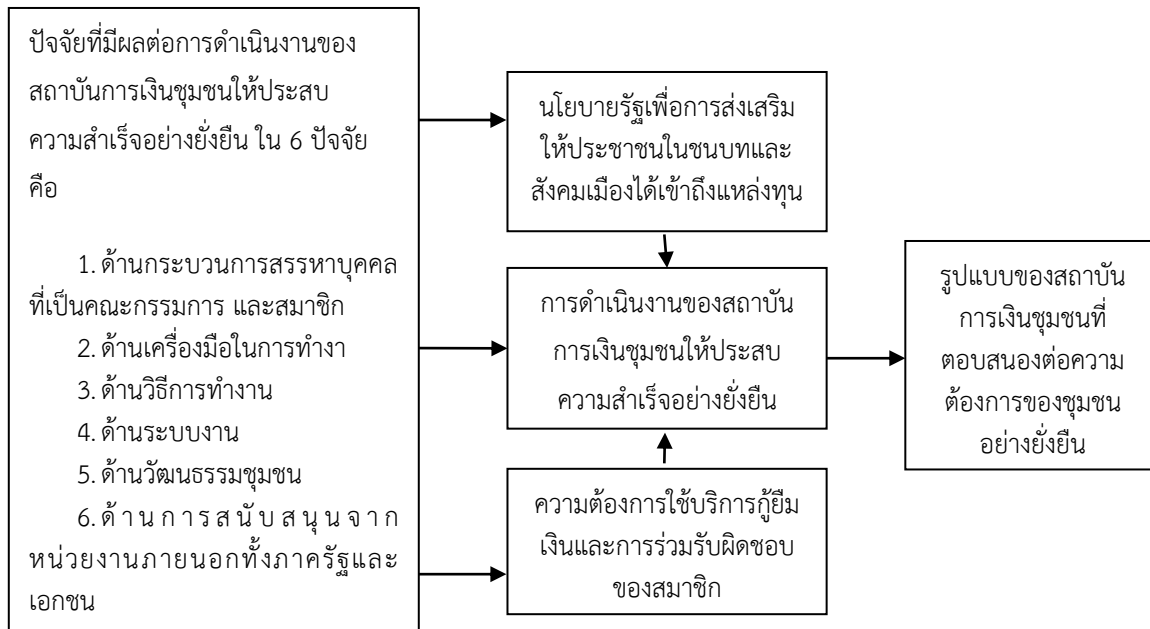
หมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ สหกรณ์เครดิตยูเนียน สหกรณ์การเกษตร โรงรับจำนำ และ 3) กลุ่มพึ่งตนเอง เช่น กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์ โดยเฉพาะกลุ่มที่ 2 และ 3 เป็นรูปแบบที่ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งขึ้น ล้วนผ่านบทเรียนที่เป็นอุปสรรคต่าง ๆ จนอยู่รอดมาได้บ้างไม่ได้บ้าง ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางการเงินที่เปิดเสรีในปัจจุบัน (วงศ์ช่อม, 2554)

ผู้วิจัยสนใจว่าทำไมสถาบันการเงินชุมชนในกลุ่มที่ 2 และ 3 บางแห่งที่ประชาชนจัดตั้งขึ้นจึงประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้อย่างยั่งยืน มีรูปแบบของการดำเนินงานเป็นอย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จนั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินชุมชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของสถาบันการเงินชุมชน
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบสถาบันการเงินชุมชนที่ประสบความสำเร็จเป็นต้นแบบแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

เป็นวิจัยแบบผสมผสานวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยเก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากสถาบันการเงินชุมชน 6 แห่ง ใน 5 ภาคของประเทศไทยซึ่งได้จากกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยให้มีผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละ 30 คน แบ่งเป็นคณะกรรมการ 10 คนและสมาชิก 20 คน รวมทั้งสิ้น 180 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อใช้ประกอบการอภิปรายผล ในขณะเดียวกันก็ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่

มีประสบการณ์สูงเกี่ยวกับสถาบันการเงินชุมชน นำข้อมูลทั้งสองด้านมาบูรณาการกัน เพื่ออภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม เพื่อสอบถามความคิดเห็นของคณะกรรมการและสมาชิกของสถาบันการเงินชุมชน ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบ Rating scale 5 ระดับ (Likert Scale) และส่วนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนใน 6 ปัจจัย คือ

- 1) ด้านกระบวนการสรรหาบุคคลที่เป็นคณะกรรมการและสมาชิก
- 2) ด้านเครื่องมือในการทำงาน
- 3) ด้านวิธีการทำงาน
- 4) ด้านระบบงาน
- 5) ด้านวัฒนธรรมชุมชน
- 6) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน

2. แนวคำถามสัมภาษณ์โดยกำหนดประเด็นสัมภาษณ์ให้อยู่ในกรอบของการวิจัยอย่างเป็นระบบภายใต้กฎเกณฑ์และมาตรฐานเดียวกัน เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ (Key Informants) ที่ได้พิจารณาคัดเลือกแล้วว่า เป็นผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับสถาบันการเงินชุมชน

ผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านกระบวนการสรรหาบุคคลที่เป็นคณะกรรมการและสมาชิก มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในภาพรวมมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยเรื่องความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการและสมาชิกมีความสำคัญมากที่สุด บุคคลที่เป็นประธานและคณะกรรมการต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักการของสถาบันการเงินชุมชนและการจัดตั้งกองทุนเป็นอย่างดี ไม่ใช่มีเพียงความต้องการจะเป็นกรรมการ ผู้เกี่ยวข้องทุกคนต้องได้รับการฝึกอบรมหรือมีกระบวนการเรียนรู้ที่ถูกต้อง กระบวนการสรรหาและคัดเลือกประธานและคณะกรรมการต้องชัดเจนและโปร่งใส และที่สำคัญที่สุดคือทั้งกรรมการและ

สมาชิกต้องมีจริยธรรม คุณธรรม และอุดมการณ์เชิงสังคมนิยมมากกว่าทุนนิยม

2. ด้านเครื่องมือในการทำงาน มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในภาพรวมมากเป็นอันดับที่ 2 โดยเรื่องคู่มือปฏิบัติสำหรับคณะกรรมการและสมาชิกถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพร้อมกับทุนทางปัญญาเข้าช่วย นั่นคือ ต้องให้มีการเรียนรู้ร่วมกันให้เข้าใจในวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสถาบันการเงินชุมชนให้ถ่องแท้ สมาชิกสามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา

3. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนมีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในภาพรวมมากเป็นอันดับที่ 3 การสนับสนุนจากภาครัฐมีความสำคัญ ภาครัฐพยายามจะให้สถาบันการเงินทุกรูปแบบมีการจดทะเบียนให้อยู่ภายใต้กฎหมายรองรับ พร้อมกับการอุดหนุนด้านเงินทุนให้ชุมชนนำไปบริหารกันเอง แต่ต้องไม่ทำให้กองทุนมีขนาดใหญ่เกินความสามารถของชุมชน ในขณะที่สถาบันการเงินชุมชนในรูปแบบกลุ่มสัจจะออมทรัพย์ จะไม่เน้นการรับเงินอุดหนุนจากภายนอกชุมชน และผลประโยชน์ทางธุรกิจ แต่จะเน้นความร่วมมือร่วมใจกันและสวัสดิการของสมาชิกในชุมชนมากกว่า

4. ด้านระบบงาน มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในภาพรวมมากเป็นอันดับที่ 4 โดยเห็นว่าการมีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนเป็นความสำคัญ ระบบงานและระบบบัญชีต้องมีมาตรฐาน และมีกฎหมายรองรับ โดยเฉพาะในส่วนของสถาบันการเงินชุมชนที่

จัดตั้งโดยการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ในขณะที่สถาบันการเงินชุมชนรูปแบบกลุ่มสัจจะออมทรัพย์ไม่เน้นให้มีกฎหมายรองรับ แต่ให้เน้นการใช้ทุนทางสังคม เช่น ศาสนา จริยธรรม คุณธรรม ขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณี และความเอื้อเฟื้อเกื้อหนุนเป็นมาตรการในการกำกับดูแล แทนกฎหมายได้

5. ด้านวิธีการทำงาน มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในภาพรวมมากเป็นอันดับที่ 5 โดยเห็นว่า การแก้ปัญหาความขัดแย้งแบบประนีประนอมกันอย่างโอภาปราศรัยมีความสำคัญ โดยที่สิ่งอำนวยความสะดวก หินไม่พื้นที่จะต้องมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยจัดการระบบการสื่อสาร ระบบฐานข้อมูลสินค้า ข้อมูลการเงิน ข้อมูลสมาชิก และการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับสถาบันการเงินชุมชนอื่น ๆ ให้สามารถถ่ายโอนเงินหรือสินค้าซึ่งกันและกันได้

6. ด้านวัฒนธรรมชุมชน มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในภาพรวมน้อย เป็นอันดับที่ 6 โดยเรื่องมีความกระตือรือร้นและขยันหมั่นเพียรของสมาชิกเป็นประเด็นสำคัญ โดยเฉพาะศาสนาไม่ว่าศาสนาใด สัจจะเป็นเรื่องสำคัญของศาสนานั้น ๆ จึงทำให้ความสัมพันธ์นำไปสู่การตั้งกลุ่มสัจจะออมทรัพย์ และดำเนินกิจการได้ด้วยสัจจะ ความจริงใจต่อกัน เอื้ออาทรต่อกัน มีศีลธรรม จริยธรรม และคุณธรรมเป็นตัวกำกับ เพราะทั้งหมดนั้นคือ Trust ซึ่งเป็นทุนทางสังคมนั่นเอง สถาบันการเงินชุมชนทุกรูปแบบต้องเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ไม่ทำตัวแปลกแยกจากชุมชน เช่น มีเวลาทำการตามเวลาของ

เกษตรกรหรือคนในชุมชน ไม่ใช่เวลาราชการ 8:00-16:00 น. เหมือนหน่วยงานอื่น ๆ หรือให้ยืดหยุ่นได้ตามขนบธรรมเนียมและประเพณีของชุมชน

เมื่อจำแนกตามกลุ่มที่เป็นคณะกรรมการกับกลุ่มที่เป็นสมาชิก พบว่า ด้านกลุ่มที่เป็นคณะกรรมการและสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในภาพรวมมากที่สุด แต่กลุ่มคณะกรรมการเห็นว่า เรื่องการยอมรับร่วมกันในกฎกติกาที่กำหนดขึ้น มีความสำคัญกว่าเรื่องความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการและสมาชิก มีความสำคัญมากที่สุด

รูปแบบของสถาบันการเงินชุมชน

รูปแบบของสถาบันการเงินชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้อย่างยั่งยืนและปัจจัยที่มีผลต่อการความสำเร็จอย่างยั่งยืน ดังนี้

รูปแบบที่ 1 คือ สถาบันการเงินชุมชนกลุ่มพึ่งตนเองซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต เพราะการส่งเสริมอาชีพการเกษตรเป็นปัจจัยในการดำรงชีพที่สำคัญของคนชนบท ให้ชาวบ้านมีส่วนสมทบตามหลักการพัฒนาชุมชน แต่จะต้องเป็นเงินจำนวนหนึ่งชัดเจน ไม่ใช่รัฐครั้งหนึ่งชาวบ้านครั้งหนึ่ง อยู่บนหลักของความเมตตาปราณีเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เรียกว่า เงินทุนเพื่อการผลิตตั้งเป็น “กลุ่มออมทรัพย์” ออมเงินไปผลิตเต็มปรัชญาของสังคมไทยว่าเงินมีแล้ว เอาไปผลิต ไม่ใช่เอาไปกินไปใช้ในงานสิ้นเปลือง คนที่เป็นเกษตรกรในชนบท น้ำท่วม ฝนแล้ง โรคและแมลงรบกวน ผลผลิตขายไม่ได้ราคา มีความเสี่ยง

สูง ผลผลิตปริมาณต่อไร่ต่ำคุณภาพต่ำด้วย ยิ่งสังคมโลกาภิวัตน์ที่เน้นถึงคุณภาพ จึงทำให้รายได้ตกต่ำ บวกกับการบริหารของรัฐบาลที่ไม่มีประสิทธิภาพ ยิ่งทำให้เกษตรกรมีรายจ่ายมากขึ้นต้นทุนการผลิตสูงดังนั้นรูปแบบ “กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต” จึงเป็นสถาบันการเงินชุมชนที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างแท้จริง

1.2 กลุ่มสัจจะออมทรัพย์และกลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์ ที่เป็นกองทุนขนาดเล็กรวมกันเป็นเครือข่ายที่ใช้หลักศาสนาเข้ามาเป็นทุนทางสังคมประกอบกับการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่มแบบจำกัดขนาดเงินออม แต่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอ เน้นการช่วยเหลือดูแลซึ่งกันและกัน รวมทั้งจัดสวัสดิการเพื่อส่วนรวมไม่จำเป็นต้องมีกฎหมายเป็นตัวกำกับ แตกต่างจากรูปแบบที่ 1.1 ซึ่งไม่เน้นวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตเป็นสำคัญ แต่เปิดกว้างกว่าในเชิงสวัสดิการ

รูปแบบที่ 2 สถาบันการเงินชุมชนกลุ่มกึ่งในระบบมีกฎหมายรองรับ เช่น กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง สหกรณ์เครดิตยูเนียน สหกรณ์การเกษตร เป็นต้น ความเข้มแข็งของสถาบันการเงินชุมชนนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์การเหมือนเช่นองค์การทางธุรกิจ แต่ขึ้นอยู่กับ “ทุนทางสังคม” ของกลุ่มประชาชนนั้น ๆ กรณีอย่างนี้ในสังคมเมืองจะมีอยู่บ้าง แต่ในสังคมชนบทจะมีมากที่สุด กล่าวได้ว่าสังคมเปิดทำไม่ได้ แต่สังคมปิดทำได้ รูปแบบที่มั่นคงยั่งยืนนั้นจะอยู่ที่ทุนทางสังคม ทุนทางปัญญา มากกว่าทุนทางการเงิน ในเรื่องวัตถุประสงค์ของสถาบันการเงินชุมชนว่าต้องเกิดจากความต้องการและความร่วมมือร่วมใจกันของคนในชุมชนเป็นสำคัญ และต้องมีขนาดกลุ่มไม่ใหญ่

มาก แต่ให้รวมกันเป็นเครือข่ายได้ สถาบันการเงินชุมชนที่ก่อตั้งโดยประชาชนในชุมชนเองนั้นเห็นว่าจะไม่ต้องมีกฎหมายกำกับแต่ให้ใช้ทุนทางสังคมกำกับแทนกฎหมายได้

จากการสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสถาบันการเงินชุมชนข้อเสนอแนะอื่น ๆ สรุปได้ 7 ประการ ดังนี้

1. ปรัชญาของสถาบันการเงินชุมชนต้องแตกต่างกับสถาบันการเงินทางธุรกิจ เน้นทุนทางสังคมมากกว่าทุนทางเศรษฐกิจ หากสมาชิกทุกคนยอมรับ เข้าใจและยึดมั่นในหลักการนี้ สถาบันการเงินชุมชนนั้น ๆ ก็จะเข้มแข็งและมั่นคงได้

2. ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเงินชุมชนรูปแบบใด จะต้องเกิดจากความต้องการของประชาชนในชุมชนเป็นหลัก หรือที่เรียกว่าโตจากภายในจึงจะมั่นคงและยั่งยืน

3. ต้องไม่ให้กองทุนของแต่ละกลุ่มใหญ่เกินไปจนขยายออกไปนอกชุมชน แต่ให้เป็นเครือข่ายกันได้เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เกิดความเข้มแข็ง

4. สถาบันการเงินชุมชนทุกรูปแบบควรจัดโครงสร้างองค์กรให้เล็กที่สุดก่อนและค่อย ๆ ขยายเมื่อภารกิจเพิ่มขึ้น ต้องยึดหลักกิจกรรมที่เน้นการช่วยเหลือเกื้อกูลกันและสวัสดิการของสมาชิกในชุมชนเป็นสำคัญ มิใช่ผลประโยชน์ทางธุรกิจ เป้าหมายสุดท้ายคือ “อยู่ดีมีสุข” มิใช่อยู่ดีกินดี แต่การคุ้มครองเงินฝากของสมาชิกก็เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด ต้องมีการจัดการบริหารความเสี่ยงให้ดี

5. ต้องสร้างคน สร้างวิธีทำงาน และสร้างชุมชน/สังคมไปพร้อมกันให้สมดุล วิธีที่จะทำให้สถาบันการเงินชุมชนเกิดความยั่งยืนได้ก็คือ พัฒนาคนให้มีคุณธรรม ถ้าคนมีคุณธรรม ไม่

ต้องมีระเบียบอะไรมา เขาก็ไม่โกง หรือเอาเงินไปเกินก็จะคืน ซึ่งควรมีกระบวนการให้ความรู้กับสมาชิกและคณะกรรมการทุกฝ่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ช่วยป้องกันปัญหาสอดแทรกที่จะทำให้เกิดความเสียหายต่าง ๆ ได้

6. สถาบันการเงินชุมชนในรูปแบบที่ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งขึ้นนั้นจะเข้มแข็งและมั่นคงได้ควรมีกฎหมายเข้ามาช่วยเสริมได้ อาจจะอยู่ในรูป Formal หรือ Semi-Formal ก็ได้

7. หลักการอยู่รอด พอเพียง มั่นคง ยั่งยืน 3 S (Survived + Sufficient + Sustainable) จะเกิดขึ้นได้อย่างแน่นอน ถ้าสถาบันการเงินชุมชนไม่ว่ารูปแบบใดมีหลักอยู่ที่ ทนทางสังคม และทนทางปัญญา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ค้นพบว่า สถาบันการเงินชุมชนทุกรูปแบบต้องเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ไม่ทำตัวแปลกแยกจากชุมชน คนในชุมชนเห็นว่าวัฒนธรรมมีความสำคัญ น้อยแต่ผู้เชี่ยวชาญกลับเห็นว่าวัฒนธรรมมีความสำคัญมาก ทั้งนี้เพราะคณะกรรมการและสมาชิกของสถาบันการเงินชุมชนนั้นส่วนใหญ่เป็นคนชนบทหรือชุมชนเมืองคุ้นเคยกับวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ โดยไม่คิดว่านั้นคือชนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมที่ประเมินค่าเป็นทุนได้ ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนมีความรู้และประสบการณ์ที่ลึกซึ้งกว่า สามารถจำแนกให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ทนทางสังคม ทนทางปัญญา และทุนเงิน มีค่าไม่แพ้กัน สามารถนำมาใช้ให้เกิดคุณค่าและมูลค่าได้ ปัญหาคือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้คนในชนบทและชุมชนเมืองมีความรู้ความเข้าใจที่

ลึกซึ้งว่า ภูมิปัญญาชุมชนและวิถีชีวิตชนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมที่พวกเขามีอยู่นั้นก็คือทุนที่มีค่าไม่น้อยกว่าทุนที่เป็นเงินหรือทรัพย์สิน ทั้งนี้สามารถแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบสถาบันการเงินชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในหลวงรัชกาลที่ 9 ทรงมีพระราชดำริให้ทุกคนนำไปใช้

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงก็คือความสมดุลของการใช้ทุนทางสังคม ทุนทางปัญญา และทุนเงินหรือทรัพย์สิน เพื่อเป็นปัจจัยในการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด มาทำให้คนในชนบทและในชุมชนเมืองได้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จากเงินกองทุนที่ร่วมกันจัดตั้งขึ้นเองทั้งในแบบที่มีการอุดหนุนโดยรัฐและโดยแบบที่ระดมเงินออมกันเอง ซึ่งเมื่อนับรวมกันทุกกลุ่มจะมีมูลค่าหลายแสนล้านบาท สอดคล้องกับรายงานการวิจัยเรื่องความเป็นไปได้ในการพัฒนากองทุนเป็นสถาบันการเงินชุมชนว่า ปัจจุบันมีการออมทรัพย์และภาครัฐก็ให้การสนับสนุนผ่านกองทุนหมู่บ้าน ไม่ต่ำกว่า 200,000 แห่ง/กองทุน มีการบริหารจัดการเงินรวมกันไม่น้อยกว่า 150,000 ล้านบาท และหากนำเงินทุนมาหมุนเวียน 5 รอบ ก็จะทำให้จะมีเงินมากกว่า 5 แสนล้านบาทที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจฐานราก ดังนั้นภาครัฐในระดับนโยบายจะต้องดำเนินการส่งเสริมและพัฒนากองทุนและสถาบันการเงินชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มทุนให้กับกองทุนที่มีความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่การเป็นสถาบันการเงินชุมชนที่มีความมั่นคง ซึ่งจะทำให้การฟื้นฟูและพัฒนา

เศรษฐกิจในระดับมหภาคให้ดีขึ้น (สถาบันวิจัยและพัฒนา มสธ, 2554)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ภาครัฐควรมีนโยบายและมาตรการที่เป็นรูปธรรม เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาาระบบสถาบันการเงินชุมชนไม่ว่าจะจัดตั้งอยู่ในรูปแบบใด ซึ่งควรมีกฎหมายรองรับเพื่อช่วยกำกับแต่มีใช้การบังคับควบคุม มีระบบการส่งเสริมการเรียนรู้ให้ชุมชนรักษาทุนทางวัฒนธรรมให้เข้มแข็งและพัฒนาทุนทางปัญญาให้ทันสมัยอยู่บนฐานของบริบทชุมชน ทั้งนี้เพราะหากไม่มีการกำกับไว้บ้างอาจเกิดปัญหาการทุจริตขึ้นส่งผลทำให้ทั้งเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนเกิดการล่มสลายได้ ซึ่งมีผลกระทบไปถึงความมั่นคงของชุมชนและประเทศชาติได้

2) ถึงแม้ว่าระบบการเงินของสถาบันการเงินชุมชนจะคล้ายกับการเงินเพื่อคนจน ที่รู้จักในชื่อ การเงินขนาดเล็ก จีว หรือ Microfinance หรือการเงินฐานราก หรือการเงินชุมชนที่มีการดำเนินการคล้ายกับธนาคารกรามีนของบังคลาเทศ เพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งพาระบบการเงินชุมชนดังกล่าวในการสร้างอาชีพเพิ่มรายได้ และการจัดสวัสดิการชุมชน แต่หน่วยงานรัฐทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่นต้องช่วยรณรงค์ในเรื่องอุดมการณ์และปรัชญาให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงวัตถุประสงค์สถาบันการเงินชุมชนอย่างต่อเนื่อง

3) ภาครัฐและภาคเอกชนควรมีระบบการส่งถ่าย (Transition) ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการตรวจสอบติดตาม (Monitoring) ระหว่างสถาบันการเงินชุมชนกับสถาบันการเงินทางธุรกิจ เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารของรัฐประเภทต่าง ๆ หรือบริษัทเอกชน

ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มประชาชนในชนบทและกลุ่มประชาชนในชุมชนเมืองที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนขนาดใหญ่เพื่อขยายกิจการหรือเพิ่มกำลังผลิตให้ได้มากขึ้น เพราะความเข้มแข็งที่เกิดจากสถาบันการเงินชุมชนนั้นอาจไม่มีเครดิตเพียงพอที่จะให้ธนาคารพาณิชย์สนับสนุนได้ ซึ่งในทางปฏิบัติอาจพัฒนาจากกลไกของ “สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ” ให้เป็นแม่ข่ายรับผิดชอบก็ได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

ความจริงที่ปรากฏเป็นเชิงประจักษ์ที่ผู้วิจัยได้พบ คือ มาตรฐานการปฏิบัติสำหรับการบริหารจัดการสถาบันการเงินชุมชนบนหลักธรรมาภิบาลของชุมชน มาตรฐานการให้บริการแก่สมาชิก และกระบวนการพัฒนาคนและระบบงานให้เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะกระแสทุนนิยมและเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้สังคมชนบทกับสังคมเมืองหรือสังคมปิดกับสังคมเปิด สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างไร้ข้อจำกัด เช่น ระบบโทรศัพท์ 3G-4G ซึ่งกำลังแพร่หลายขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการสร้างแอปพลิเคชันให้ใช้ได้หลากหลายได้ทุกเรื่อง ทั้งข้อมูลข่าวสารที่ดีและสิ่งที่ไม่ดีสามารถเข้าถึงทุกคนได้ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ ดังนั้นความฉลาดที่จะรับรู้อย่างมีวิจารณญาณและพร้อมที่จะเผชิญกับสิ่งเหล่านั้นจึงเป็นหนทางที่ดีที่สุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอเพื่อการวิจัยต่อเนื่อง ดังนี้

1) เชิงการบริหารสถาบัน ควรทำการวิจัยในเรื่อง รูปแบบของกิจกรรมและลักษณะการบริหารจัดการสถาบันการเงินชุมชนให้

สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน

2) เชิงนวัตกรรม ควรทำการวิจัยในเรื่องการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการบริหารจัดการสถาบันการเงินชุมชนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

3) เชิงการผลิต ควรทำการวิจัยเรื่องเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการผลิตสินค้าโดยการสนับสนุนของสถาบันการเงินชุมชน

4) เชิงการตลาด ควรทำการวิจัยเรื่องช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านเครือข่ายสถาบันการเงินชุมชนทั่วประเทศ

5) เชิงการพัฒนาคนในชุมชน ควรทำการวิจัยเรื่อง กระบวนการบ่มเพาะคุณภาพคนในชุมชนให้เกิดความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมด้านทุนทางสังคมและทุนทางปัญญา

References

- Institute for Research and Development, Sukhothai Thammathirat University. (2554). *The possibility of developing a fund is a community financial institution*. Sukhothai Thammathirat Printing Office.
- Nathsupha, C. (2554). *Community economic concepts Theoretical proposal in a different social context*. Sangsan Prints.
- Wongcha-Um, S. (2554). *Country development planning*. Pechroog Printimg Offince.

แนวทางการบริหารจัดการกองทุนจิตอาสาประชาชนในการดูแลผู้เปราะบางทางสังคม จังหวัดนนทบุรี

จันทมาศ วงษ์เสรี

สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต จังหวัดปทุมธานี 12000

E-mail: janthamas99@gmail.com

บุญสม เกษะประดิษฐ์

สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต จังหวัดปทุมธานี 12000

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ **จันทมาศ วงษ์เสรี** สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม
มหาวิทยาลัยรังสิต จังหวัดปทุมธานี 12000

E-mail: janthamas99@gmail.com

วันที่รับบทความ: 29 พฤศจิกายน 2564 วันที่แก้ไขบทความ: 11 มกราคม 2565 วันที่ตอบรับบทความ: 8 มีนาคม 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ ศึกษากระบวนการบริหารจัดการและกิจกรรมของกองทุนจิตอาสาประชาชนเพื่อดูแลผู้เปราะบางทางสังคม **วิธีการวิจัย** ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยวิธีการวิจัยเชิงเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงจำนวน 15 คน **ผลการวิจัย** ผู้เปราะบางทางสังคมในจังหวัดนนทบุรี มีสาเหตุหลักคือความยากจน และแนวทางการจัดการให้ความช่วยเหลือในแต่ละกรณีแตกต่างกัน กองทุนจิตอาสาประชาชนเพื่อดูแลผู้เปราะบาง มีลักษณะการช่วยเหลืออยู่ในรูปแบบของ EHCOT Model (เอชคอตโมเดล) ซึ่งเป็นการช่วยเหลือที่มีวิธีการและลำดับขั้น โดยแบ่งเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ การช่วยเหลือแบบปัจจุบันทันด่วนอย่างทันที การช่วยเหลือทางด้านจิตใจ การช่วยเหลือการประสานหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาโดยตรง และการให้ความช่วยเหลือในแต่ละกรณี การจัดการความรู้ของผู้เปราะบางทางสังคมเป็นความรู้ที่มาจากสองแหล่งคือความรู้ที่เกิดขึ้นในตัวจิตอาสาผู้ดำเนินการช่วยเหลือผู้เปราะบางทางสังคม และกระบวนการจัดการความรู้ได้ถูกนำมาใช้ และสร้างความรู้ให้กับผู้เปราะบางทางสังคมให้เกิดวิธีคิดใหม่ ๆ แนวทางใหม่ ๆ **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** รัฐบาลอาจนำตัวแบบการบริหารจัดการกองทุนในจังหวัดนนทบุรีไปประยุกต์เป็นตัวแบบในการบริหารจัดการกองทุนจิตอาสาในการสงเคราะห์ผู้เปราะบางทางสังคมในเขตพื้นที่อื่น ๆ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

คำสำคัญ: กองทุนจิตอาสาประชาชน จังหวัดนนทบุรี ผู้เปราะบางทางสังคม



Management approaches of the Public Volunteer Fund in the socially vulnerable care, Nonthaburi province

Janthamas Wongsaree

Business and Politics Program, College of Social Innovation, Rangsit University, Patumthani 12000

E:mail-janthamas99@gmail.com

Bunsom Kesapradist

Business and Politics Program, College of Social Innovation, Rangsit University, Patumthani 12000

Correspondence concerning this article should be addressed to **Janthamas Wongsaree**, Business and Politics Program, College of Social Innovation, Rangsit University, Patumthani 12000

E:mail-janthamas99@gmail.com

Received date: November 29, 2021 Revised date: January 11, 2022 Accepted date: March 8, 2022

Abstract

PURPOSES: To study processes of management and activities in the Pracharat Volunteer Fund for the socially vulnerable in Nonthaburi Province. **METHODS:** It was a qualitative research consisting of documentary research and in-depth interviews of 15 stakeholders. **RESULTS:** The socially vulnerable people in Nonthaburi lived in poverty. Public Volunteer Fund for them in Nonthaburi adopted the help model of EHC o M Model consisting of 4 features i.e. sudden help as E-Emergency assistance, psychological assistance or H-Heart assistance, help to coordinate with other help units in the area directly related to the problem, and assistance in each case or M-Management. Knowledge management for the socially vulnerable came from two sources i.e. the volunteers who work to help the social vulnerable and the knowledge management process implemented to educate the social vulnerable on new ways of thinking and new approaches. **THEORY/POLICY IMPLICATIONS:** The government could adopt the Nonthaburi Public Volunteer Fund Management model, with special emplanes on people participation for application in other areas.

Keywords: Public Volunteer Fund, Nonthaburi, the socially vulnerable

บทนำ

ในอดีตเมื่อครั้งที่ประเทศไทยยังไม่ก้าวเข้าสู่การพัฒนาเศรษฐกิจแบบสมัยใหม่ สภาพความเป็นอยู่ของสังคมและวิถีชีวิตการตั้งถิ่นฐานเป็นกลุ่มสังคมหรือชุมชนขนาดเล็กที่อยู่รวมกันในกลุ่มสังคมหรือชุมชนขนาดเล็กนี้จะมีพื้นฐานทางด้านศีลธรรม คุณธรรม การเกื้อกูลเอื้ออาทรต่อกัน เป็นกลไกที่ช่วยควบคุมดูแลซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิดและกลายเป็นจิตสำนึกชุมชนเป็นสิ่งที่ยึดโยงผู้คนในชุมชนไว้ด้วยกัน ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเศรษฐกิจแผนใหม่ที่มีมุ่งเน้นการแข่งขันโดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ สภาพสังคมเน้นการอยู่แบบตัวใครตัวมัน ผู้คนสนใจทุกข์สุขของกันน้อยลง การพัฒนาที่สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อวิถีความเป็นอยู่ของชาวชุมชนและส่งผลกระทบต่อชุมชนขนาดเล็กเหล่านี้ ได้ก่อให้เกิดวิถีชีวิตของคนในชุมชนเมือง ซึ่งมีลักษณะต่างคนต่างอยู่ต่างแข่งขันกันทำมาหากิน วิถีของชุมชนเมืองใหญ่ทำให้จิตสำนึกชุมชนนับวันจะหายไป ผู้คนในเมืองใหญ่ที่มีภาวะเร่งเชิงเศรษฐกิจในการประกอบอาชีพ ทำให้มีเวลาที่จะสนใจทุกข์สุขของคนร่วมสังคมน้อยลง การเกื้อกูลเอื้ออาทรต่อกันซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของจิตสำนึกชุมชนค่อย ๆ หายไป

การหายไปของจิตสำนึกชุมชน เป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ทำให้สังคมมีความเปราะบาง ผ่นวกรวมกับปัจจัยหลัก ก็คือการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่แบ่งแยกสังคมออกเป็นสังคมทวิลักษณ์ (dualism) ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างคนรวย คนจน เกิดสังคมที่เหนือกว่า ด้อยกว่า เช่น สังคมในเมือง และสังคมในชนบท ซึ่งความแตกต่างนี้มีมาอย่างยาวนานนับตั้งแต่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และความแตกต่างนี้มีแนวโน้มว่าช่องว่างของสังคม 2 กลุ่มนี้มีมากขึ้นโดยที่สังคมที่

เหนือกว่าไม่ได้มีส่วนช่วยเหลือหรือมีส่วนน้อยมากในการพัฒนาสังคมที่ด้อยกว่า

การตระหนักต่อปัญหานี้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้กลไกประชารัฐที่เป็นการรวมพลังขับเคลื่อนจากทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาชน และการกำหนดประเด็นบูรณาการของการพัฒนาที่มีลำดับความสำคัญสูง และได้กำหนดในระดับแผนงาน/โครงการสำคัญที่จะตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาได้อย่างแท้จริง รวมทั้งการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่มีความครอบคลุมหลากหลายมิติมากกว่าในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ผ่าน ๆ มา

จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งมีเครือข่ายจิตอาสาประชารัฐระดับจังหวัด ลักษณะเป็นพื้นที่ปริมณฑลที่รองรับการเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานคร มีการขยายตัวของชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พื้นที่การเกษตรและชุมชนเดิมลดลง ความเป็นเมืองรุกรานความเป็นชุมชนดั้งเดิมและพื้นที่เกษตรกรรม ข้อมูลจากการสำรวจสถานการณ์ทางสังคม ประจำปีงบประมาณ 2560 ของประชากรจังหวัดนนทบุรี จำนวน 914,957 คน ซึ่งได้แก่ เด็ก เยาวชน แรงงาน และผู้สูงอายุ โดยสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดนนทบุรี พบว่า ร้อยละ 0.93 ของประชากรที่สำรวจมีปัญหาด้านสถานะความเป็นอยู่ พบว่า ร้อยละ 70.39 อยู่กับครอบครัวยากจน/ยากลำบาก ร้อยละ 13.68 ต้องอยู่โดยดูแลบุคคลในครอบครัว เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ คนพิการ ร้อยละ 12.44 มีที่อยู่อาศัยไม่มั่นคง/สภาพที่อยู่อาศัยไม่เหมาะสม ร้อยละ 0.78 ต้องเลี้ยงดูหลานตามลำพัง และร้อยละ 2.71 อยู่คนเดียวตามลำพัง/ไม่มีผู้ดูแล/ถูกทอดทิ้ง ร้อยละ 0.85 ของประชากรที่สำรวจมี

ปัญหาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม จำแนกเป็น ปัญหาติดสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 42.87 ปัญหาติดการพนันต่าง ๆ ร้อยละ 36.80 และปัญหาติดเกม (ความถี่ในการเล่นเกมนานทุกวัน) ร้อยละ 7.42 และร้อยละ 2.37 ของประชากรที่สำรวจมีสภาพความพิการและจดทะเบียนคนพิการ โดยจำแนกเป็นวัยแรงงานร้อยละ 42.23 ผู้สูงอายุร้อยละ 40.60 เด็กร้อยละ 11.32 และเยาวชน ร้อยละ 5.86 มีจำนวนผู้ป่วยติดเชื้อ HIV 951 คน และจำนวนผู้ป่วยเอดส์ 6,662 คน อัตราการพึ่งพิงรวมของจังหวัดนนทบุรีมีค่าเท่ากับ 47.37 ซึ่งหมายความว่าประชากรวัยแรงงาน 100 คน ต้องดูแลผู้สูงอายุและเด็ก 47.37 คน การเป็นสังคมสูงวัยของนนทบุรี มีค่าดัชนีสูงวัยที่ 104.10 ซึ่งอยู่ในลำดับที่ 18 ของประเทศ จังหวัดนนทบุรีมีทุนทางสังคมทั้งในรูปแบบบุคคล อาสาสมัครและกลุ่มองค์กรซึ่งจากระบบฐานข้อมูลฐานอาสาสมัครสมัครสมอง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่า มีอาสาสมัครสมัครสมองที่มีความเชี่ยวชาญสาขาอาชีพต่าง ๆ จำนวน 372 คน และจากข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดพบว่า มีอาสาสมัครของหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 30,515 คน กลุ่มองค์กรภาคประชาสังคม/องค์กรที่ไม่แสวงกำไร จำนวน 124 แห่ง และศูนย์เรียนรู้ของรัฐจำนวน 31 แห่ง พื้นที่ของจังหวัดนนทบุรีจึงเป็นพื้นที่ของความเปราะบางที่โครงการพัฒนาไกล สนับสนุนเครือข่ายจิตอาสาพระราชระดับจังหวัด ได้ดำเนินการในรูปแบบของกองทุนโดยตั้งชื่อว่า “กองทุนจิตอาสาพระราชเพื่อผู้เปราะบางทางสังคม” มีการดำเนินการเพื่อช่วยเหลือผู้เปราะบางในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในขณะที่เดียวกันคณะกรรมการกองทุนฯ เห็นว่าเพื่อให้บรรลุแผนงานหลักของโครงการฯ ซึ่งได้แก่ แผนงานช่วยเหลือประชาชน

ในภาวะยากลำบาก และแผนงานการสื่อสารสังคมและการจัดการความรู้

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการดำเนินงานของกองทุนจิตอาสาพระราชเพื่อผู้เปราะบางทางสังคม และศึกษาการจัดการความรู้ของกองทุนฯ เพื่อสนับสนุนให้การช่วยเหลือผู้เปราะบางมีความยั่งยืน ซึ่งจะเป็นแนวทางให้บรรลุถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ในด้านการให้คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา โดยมุ่งสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาวะที่ดีสำหรับคนไทย พัฒนาคนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม มีจริยธรรมและคุณธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมกองทุนจิตอาสาพระราชจังหวัดนนทบุรีในการดูแลผู้เปราะบางทางสังคม
2. ศึกษาการจัดการความรู้ในการให้ความช่วยเหลือผู้เปราะบางทางสังคมในจังหวัดนนทบุรี
3. เสนอแนะแนวทางการบริหารกองทุนจิตอาสาพระราชในจังหวัดนนทบุรีอย่างมีประสิทธิภาพ

คำถามในการวิจัย

การดำเนินกิจกรรมของกองทุนจิตอาสาพระราชจังหวัดนนทบุรีในการดูแลผู้เปราะบางทางสังคมเป็นอย่างไร มีแนวทางการบริหารจัดการอย่างไร การช่วยเหลือผู้เปราะบางทางสังคมมีการจัดการความรู้เพื่อคลี่คลายกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในชีวิตหรือไม่

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth interview) โดยแนวคำถามสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key – Informants) ประกอบด้วยบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. คณะทำงานศูนย์ประสานงานจิตอาสาประชารัฐจังหวัดนนทบุรี
2. แกนนำผู้ประสานงานฯ ระดับอำเภอ
3. กลุ่มผู้เปราะบาง
4. ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องในกองทุนจิตอาสาประชารัฐเพื่อผู้เปราะบางในจังหวัดนนทบุรี ทั้งหมดเป็นจำนวนรวม 15 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของแต่ละบุคคล และจัดลำดับความสำคัญ และคุณลักษณะของข้อมูล
2. นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่จัดลำดับความสำคัญแล้ว นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวความคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของข้อมูล
3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และจากการศึกษาต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน แสดงความสำคัญของข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น สะดวกในการวิเคราะห์และเขียนรายงาน

ผลการวิจัย

กองทุนจิตอาสาประชารัฐจังหวัดนนทบุรี เกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการ

พัฒนากลไกสนับสนุนเครือข่ายจิตอาสาประชารัฐเสริมสร้างสังคมสุขภาวะ พ.ศ. 2560 จังหวัดนนทบุรี ซึ่งดำเนินการโดยสมาคมพลเมืองนนท์ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) มีกลไกคณะกรรมการดำเนินงาน ในการขับเคลื่อนงานระดับจังหวัดจำนวน 22 คน และระดับอำเภอ (6 อำเภอ) จำนวน 18 คน จากการดำเนินกิจกรรมสำรวจข้อมูลผู้เปราะบางทางสังคมในจังหวัดนนทบุรี โดยจิตอาสาแต่ละอำเภอลงพื้นที่สำรวจข้อมูลกลุ่มประชาชนที่ประสบภาวะยากลำบาก และกลุ่มเปราะบางทางสังคม รวม 7 ประเภท คือ 1) คนไร้บ้าน 2) คนไร้สัญชาติ 3) ผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้ง 4) ผู้ติดเชื้ 5) ผู้ป่วยติดบ้าน ติดเตียง 6) อดีตผู้ต้องขัง และ 7) คนพิการ โดยเน้นคนพิการที่มีภาวะพิการซ้ำซ้อน และมีความยากลำบากช่วยเหลือตัวเองได้น้อย มีความเสี่ยงต่อการถูกทอดทิ้ง

สาเหตุหลักประการหนึ่งของความเป็นผู้เปราะบางในจังหวัดนนทบุรี คือความยากจนซึ่งเป็นเรื่องที่ซับซ้อนเพราะมีหลายมิติ ตัวชี้วัดทางรายได้เป็นองค์ประกอบหนึ่ง ความขาดแคลนทรัพยากรทางอาหาร ที่อยู่อาศัย และการมีงานทำ ก็สามารถเป็นตัวชี้วัดความยากจน สาเหตุของความเป็นผู้เปราะบาง จึงมีความเกี่ยวเนื่องกับสาเหตุของ ในกลุ่มของผู้เปราะบางในจังหวัดนนทบุรี สามารถแบ่งสาเหตุของได้เป็น 2 แนวทางดังนี้

1. สาเหตุจากปัจจัยภายใน ได้แก่ การมีความรู้ความสามารถต่ำในการประกอบอาชีพ เนื่องจากการขาดโอกาสในการศึกษาและพัฒนาทักษะต่าง ๆ การขาดโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ การมีปัญหสุขภาพ การมีภาระในการเลี้ยงดูครอบครัวที่มีขนาดใหญ่ การมีทรัพย์สินและที่ดินในการทำกินน้อย คนในครอบครัวติดเหล้า การพนันและยาเสพติด การ

ตงานเข้าชื้ออย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสมาชิกของครอบครัวที่พึ่งพิงโทษจากคุกและการขาดเงินทุนในการลงทุนเพื่อประกอบอาชีพ

2. สาเหตุจากปัจจัยภายนอก เป็นผลมาจากนโยบายการพัฒนาที่ไม่สมดุลของภาครัฐ ได้แก่ การเน้นพัฒนาเมืองมากกว่าการพัฒนาชนบท การเน้นแต่ทุนทางกายภาพโดยขาดการส่งเสริมทุนทางสังคม การเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมมากกว่าการเกษตร การเน้นการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ เพื่อการพาณิชย์โดยไม่คำนึงถึงความยั่งยืน การเน้นเป้าหมายการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจมากกว่าการกระจายรายได้ให้ประชากร ระบบราชการไม่เอื้อต่อการแก้ปัญหาความยากจนทั้งในแง่ขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ซับซ้อนและล่าช้า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สิริพันธ์ (2017)

การบริหารจัดการกองทุนภาครัฐเพื่อผู้เปราะบางของจังหวัดนนทบุรี จึงก่อตัวขึ้นจากแนวความคิดและหลักการของกองทุนจิตอาสา โดยมีผู้ที่เรียกตนเองว่าผู้ก่อการดี เป็นผู้มิจิตอาสาที่เห็นความทุกข์ยากของกลุ่มประชาชนที่เป็นผู้เปราะบาง จากการรวมตัวกันทำให้เกิดดำริที่จะมีการสนับสนุนเงินทุนเป็นทุนตั้งต้นของประธานและรองประธานกองทุนฯ กับการบริจาคของคณะกรรมการกองทุนซึ่งเป็นผู้มิจิตอาสา รวมทั้งได้พยายามจัดงานกิจกรรมการระดมทุนในรูปแบบต่าง ๆ โดยคณะกรรมการกองทุนได้ร่วมกันวางหลักเกณฑ์และสร้างกลไกการบริหารจัดการกองทุนจิตอาสาขึ้น จุดเด่นของกองทุนฯ นี้อยู่ที่คณะกรรมการและคณะทำงานที่มีความเป็นจิตอาสา ต่างช่วยกันดำเนินกิจกรรมกองทุนฯ ด้วยความเอาใจจริงเอาใจสามัคคี มีการทำงานเป็นทีม โดยในการช่วยเหลือผู้เปราะบางได้มีการถอดบทเรียนเหตุการณ์และมีการขยายผลโดยส่งต่อกรณีของผู้เปราะบางให้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปช่วยเหลือในระยะยาวต่อไป และในการก่อการีเงินกองทุนฯได้มีการจัดประชุมในกลุ่มของผู้จัดตั้ง ซึ่งเป็นคณะกรรมการผู้มิจิตอาสา คนในชุมชน และเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐ โดยในการประชุมได้มีการระบุวัตถุประสงค์ของกองทุนจิตอาสาประจำรัฐจังหวัดนนทบุรีไว้ดังนี้

1. เพื่อการปลูกฝังจิตสำนึกจิตอาสาและจิตใจที่เอื้ออาทรต่อสังคม และชุมชน
 2. เพื่อช่วยเหลือผู้ยากลำบาก กลุ่มคนเปราะบางและพลเมืองจิตอาสาจังหวัดนนทบุรี
 3. เพื่อจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก
 4. เพื่อเป็นศูนย์ประสานงานและสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคีเครือข่ายจิตอาสาอื่น
 5. เพื่อเป็นการระดมทุนในการช่วยเหลือผู้ยากลำบาก กลุ่มคนเปราะบางและพลเมืองจิตอาสา
 6. เพื่อส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และไม่ฝักใฝ่พรรคการเมืองหรือกลุ่มการเมืองใด
- ลักษณะการช่วยเหลือของกองทุนจิตอาสาภาครัฐเพื่อผู้เปราะบางในจังหวัดนนทบุรี มีลักษณะการช่วยเหลืออยู่ในรูปแบบของ EHCOT Model ซึ่งเป็นการช่วยเหลือที่มีวิธีการและลำดับขั้น โดยแบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. การช่วยเหลือแบบปัจจุบันทันด่วน อย่างทันท่วงที (E-Emergency assistance) เป็นการขจัดปัญหาและบรรเทาทุกข์ให้เป็นการเฉพาะหน้า โดยมอบเงินหรือสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็นให้ในเบื้องต้น
2. การช่วยเหลือทางด้านจิตใจ (H-Heart assistance) เป็นการช่วยเหลือทางด้านการปลอบโยน ให้คำปรึกษา แสดงถึงการร่วมทุกข์ร่วมสุข รวมถึงรับฟังความทุกข์และข้อจำกัดอุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต

ของผู้เปราะบาง การที่มีผู้รับฟังปัญหาและความทุกข์ ทำให้จิตใจของผู้เปราะบางได้รับการเยียวยา และมีพลังที่จะสู้ชีวิตอีกครั้งหนึ่ง

3. การช่วยเหลือการประสานหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาโดยตรง (Co-operation assistance) เพื่อการส่งต่อปัญหาของผู้เปราะบางและการช่วยเหลือในระยะยาวต่อไป

4. การให้ความช่วยเหลือในแต่ละกรณี (M-Management) สอดคล้องกับ น้อยปรีชา (2546) ที่กล่าวถึง ลักษณะการจัดตั้งกองทุนที่จัดตั้งขึ้นโดยชาวบ้านเอง

การช่วยเหลือผู้เปราะบางทางสังคม เป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ โดยใช้การเรียนรู้ร่วมกันตั้งแต่ก่อนเริ่มงาน (learning before) การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างทำงาน (learning during) และการเรียนรู้หลังงานนั้นสำเร็จ (learning after) เป็นวงจรแห่งการเรียนรู้ขับเคลื่อนให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย เน้นการทำงานร่วมกันของกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน (คณะกรรมการกองทุนฯ) หรือคนในชุมชนด้วยกัน เป็นการดึงความรู้ในคน (Tacit knowledge) ออกมาใช้งานโดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่นที่หวังผลสุดท้ายคือ ผลสัมฤทธิ์ของงาน โดยที่ผู้จัดการความรู้คือคนในท้องถิ่นนั่นเอง เป็นการจัดการความรู้ในลักษณะทั้งสร้างและใช้ความรู้ไปด้วยกัน ก่อให้เกิดความร่วมมือและการมีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกันส่งผลให้เกิดผลดี 4 ประการคือ

1. ผลสัมฤทธิ์ของงานดีขึ้น
2. ผู้ปฏิบัติซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นมีความรู้ (มีปัญญา) สูงขึ้นและมีความเป็นบุคคลเรียนรู้
3. ความรู้ถูกยกระดับขึ้นและสั่งสมอยู่ในองค์กรในท้องถิ่น
4. องค์กรและท้องถิ่นมีความสามารถในการแข่งขันและสามารถปรับตัวเผชิญกับการ

เปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนในยุคไอทีได้ดี ขึ้นนำไปสู่การเป็นองค์กรและท้องถิ่นแห่งการเรียนรู้ สอดคล้องกับแนวคิดของอิกุจิโร โนนากะ (Nonaka, 1994)

สรุปและอภิปรายผล

1. การก่อตั้งและเงินลงทุน

กองทุนฯ นี้ไม่ได้มีกฎเกณฑ์รูปแบบที่กำหนดจากทางราชการสำหรับการบริหารจัดการกองทุน กองทุนจิตอาสาพระราชัฐจังหวัดนนทบุรี เกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการพัฒนากลไกสนับสนุนเครือข่ายจิตอาสาพระราชัฐ เสริมสร้างสังคมสุขภาวะ พ.ศ. 2560 จังหวัดนนทบุรี ในระยะเริ่มแรกของการก่อตั้งกองทุนฯ นี้อยู่ภายใต้สมาคมพลเมืองนนทบุรี และให้สมาคมพลเมืองนนทบุรีเป็นผู้จัดตั้งกองทุน โดยให้กรรมการสมาคมฯ มีสัดส่วนเป็นกรรมการกองทุนได้ไม่เกิน 1 ใน 3 จำนวนกรรมการกองทุนที่จัดตั้งขึ้น เมื่อกองทุนเข้มแข็งขึ้น ให้กองทุนฯ แยกตัวเป็นอิสระจากสมาคมฯ ได้ โดยการแยกตัวจากสมาคมฯ ให้ชัดเจนเสียงข้างมากของที่ประชุมใหญ่สามัญของกองทุนจิตอาสาพระราชัฐจังหวัดนนทบุรี นอกจากนี้ยังมีข้อบังคับกองทุนจิตอาสาพระราชัฐจังหวัดนนทบุรี ซึ่งประกาศใช้เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ.2560 เป็นอีกกลไกหนึ่งสำหรับการดำเนินการกองทุนจิตอาสาพระราชัฐจังหวัดนนทบุรี เพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ ซึ่งคณะบุคคลผู้มีจิตอาสากลุ่มหนึ่งของจังหวัดนนทบุรี ได้ตระหนักถึงความช่วยเหลือและความร่วมมือกันที่จะเอื้ออาทร ห่วงใย จึงร่วมกันจัดตั้งและระดมทุนเป็น “กองทุนจิตอาสาพระราชัฐจังหวัดนนทบุรี” ขึ้น สำหรับเงินทุนในการก่อตั้งเริ่มแรกซึ่งเรียกว่า “เงินลงขัน” ได้มาจากทีมบริหาร

โครงการพัฒนากลไกสนับสนุนเครือข่ายจิตอาสา ประชากร เสริมสร้างสังคมสุขภาวะ พ.ศ.2560 จังหวัดนนทบุรี ได้บริจาคเงินรายได้จาก ค่าตอบแทนรายเดือน สมทบเข้ากองทุนฯ และมีเงินสมทบจากคณะกรรมการคนอื่น ๆ อีก รวมเป็นเงินตั้งต้นในการทำงานกองทุนจำนวน 93,774 บาท

2. โครงสร้างและการกำหนดทิศทางของกองทุน

คณะกรรมการได้รวมตัวกันแบบจิตอาสา มีโครงสร้างการทำงานแบบหลวม ๆ และอยู่ในแนวราบ (Flat chart organization) โดยได้มีการจัดประชุมตามวาระสำคัญ เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ของกองทุน รูปแบบของการช่วยเหลือ การกำหนดขอบข่ายของความเป็นผู้เปราะบางตลอดจนกิจกรรมที่จะระดมทุนเพื่อขยายฐานของเงินสนับสนุนและการช่วยเหลือผู้เปราะบางในจังหวัดนนทบุรี

ในการดำเนินงานคณะกรรมการได้ร่วมกันกำหนดลักษณะรูปแบบของการช่วยเหลือ การดำเนินกองทุนฯ ไว้ 3 ลักษณะ คือ

- 1) การให้ความช่วยเหลือแบบให้เปล่า และให้ความช่วยเหลือแบบยืมไปประกอบอาชีพ
- 2) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ฝึกอบรม และการศึกษาทางเลือก
- 3) การให้ความช่วยเหลือเป็นสิ่งของ เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง เสื้อผ้า ฯลฯ

กิจกรรมของกองทุนจิตอาสาประชาชน จังหวัดนนทบุรี มุ่งเน้นที่กิจกรรมในการดูแลช่วยเหลือกลุ่มคนยากลำบาก/กลุ่มเปราะบางในชุมชน และจิตอาสาของจังหวัดนนทบุรี และการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายจิตอาสาให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

3. แผนและขั้นตอนการดำเนินงาน

คณะกรรมการได้ประชุมเพื่อกำหนดแผนงานเบื้องต้น เป็นกรอบในการดำเนินงาน กล่าวได้ว่าการตั้งกองทุนฯ เป็นการรวมตัวกันเพื่อทำงานในลักษณะลองผิดลองถูก อันมีแนวโน้มคล้ายกองทุนของภาครัฐ ซึ่งมักจะดำเนินงานโดยมีกฎระเบียบและกฎหมายเป็นตัวนำ พร้อมกับงบประมาณจากงบประมาณที่ตายตัว สามารถที่จะจัดสรรในกิจกรรมต่าง ๆ ที่วางไว้ แต่กองทุนจิตอาสาประชาชนมีลักษณะที่แตกต่างเพราะไม่มีเงินทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง การทำงานจึงอยู่ในลักษณะที่วางแผนไว้พอเป็นแนวทาง ลงพื้นที่สำรวจปรากฏการณ์จริง และใช้มติของที่ประชุมคณะกรรมการในการตัดสินใจ การให้ความช่วยเหลือ

ในขั้นตอนของการดำเนินงาน คณะกรรมการได้กำหนดแผนไว้ดังนี้

1) จิตอาสาแต่ละอำเภอลงพื้นที่สำรวจข้อมูลกลุ่มประชาชนที่ประสบภาวะยากลำบากและกลุ่มเปราะบางทางสังคมรวม 7 ประเภท ประกอบด้วย กลุ่มคนไร้บ้าน กลุ่มคนไร้สัญชาติ กลุ่มผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้ง กลุ่มผู้ติดเชื้อเอดส์ กลุ่มผู้ป่วยติดบ้าน/ติดเตียง กลุ่มอดีตผู้ต้องขัง และกลุ่มผู้พิการ

2) คณะกรรมการนำข้อมูลมารวบรวมและสังเคราะห์ เพื่อพิจารณาว่าจะเข้าข่ายการช่วยเหลือแบบใดที่กองทุนฯ ได้วางเป็นหลักการไว้

3) คณะกรรมการตัดสินใจเป็นมติที่ประชุม และดำเนินการช่วยเหลือ

4) คณะกรรมการร่วมกับจิตอาสาในชุมชน เจ้าของพื้นที่ลงพื้นที่เยี่ยมบ้านและให้การช่วยเหลือ

5) คณะกรรมการประชุมเพื่อรับรายงาน และร่วมถอดบทเรียนเพื่อการขยายผล

ในการทำงาน ประเด็นสำคัญที่พบก็คือแนวคิดทฤษฎีประชาธิปไตย ซึ่งรัฐบาลใช้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญ โดยมุ่งหวังจะให้เกิดการบริหารจัดการสาธารณะแนวใหม่ ที่ลดบทบาทภาครัฐและเน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนอื่น ๆ 5 ภาคส่วน ประกอบด้วย

1) ภาคราชการ จุดเด่น คือ มีบุคลากรจำนวนมากกระจายอยู่เต็มพื้นที่ มีองค์ความรู้ มีงบประมาณและบทบาทหน้าที่ตามลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบ

2) ภาคเอกชน จุดเด่น คือ ทันสมัย มีความสามารถในการบริหารจัดการ มีทุนที่คล่องตัว

3) ภาคประชาชน จุดเด่น คือ มีฝีมือ มีความสามารถผลิตสินค้า รักบ้านเกิด

4) ภาควิชาการ จุดเด่น คือ มีองค์ความรู้ เทคโนโลยีและการค้นคว้าวิจัยเพื่อต่อยอด

5) ภาคประชาสังคม จุดเด่น คือ ทำงานเชิงลึก เกาะติดและมีเครือข่ายมาก

สำหรับคณะทำงานประชาธิปไตยเพื่อสังคม หรือ คณะ E 6 เป็นคณะทำงานสานพลังประชารัฐคณะที่ 13 ที่ตั้งขึ้น เพื่อมุ่งเน้นบทบาทความร่วมมือประเด็นการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดูแลกลุ่มประชากรเปราะบางที่เปราะบางซึ่งรัฐเข้าถึงยาก ซึ่งคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 11 เมษายน 2560 อนุมัติงบประมาณให้คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ หรือ สช. ดำเนินโครงการพัฒนากลไกสนับสนุนเครือข่ายจิตอาสาประชารัฐระดับจังหวัด พ.ศ. 2560 เพื่อให้เกิดสังคมสุขภาวะ คือ สังคมที่ไม่ทอดทิ้งกัน เป็นสังคมที่เข้มแข็ง และเป็นสังคมคุณธรรม

ในการทำงานที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โครงสร้างที่ได้รับการวางไว้ว่าเป็นการบูรณาการของ 5 ภาคส่วนสำคัญ ได้หายไปหลายภาคส่วน สุดท้ายแล้วการดำเนินงานขับเคลื่อนไปด้วยคณะกรรมการชุดก่อตั้งและจิตอาสาที่เป็นคนในชุมชนในระดับอำเภอ และพบเห็นความทุกข์ยากของผู้เปราะบางและยีนดีเข้าช่วยเหลือ โดยจิตอาสาเหล่านี้ไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ

4. การดำเนินงาน

ในการดำเนินงานของกองทุนฯ ผู้วิจัยพบว่าคณะกรรมการได้มีกระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารงานที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้ โดยคณะกรรมการไม่ได้มุ่งเน้นว่าจะใช้ทฤษฎีใด หากแต่การดำเนินการสอดคล้องกับทฤษฎี POSDCoRB ดังนี้

1) การวางแผน สำหรับการวางแผนเป็นหลักการสำคัญที่คณะกรรมการได้ร่วมกันกำหนดไว้ตั้งแต่เบื้องต้น เพื่อเป็นหลักและกรอบโครงให้สามารถทำงานได้อย่างมีทิศทาง สำหรับแผนการดำเนินงานนั้น ได้มาจากการพูดคุยกับจิตอาสาซึ่งลงพื้นที่ และเป็นความเห็นร่วมกัน

2) การจัดรูปแบบองค์กร คณะกรรมการของกองทุนฯ มีจำนวนไม่มากนัก และในการตัดสินใจในเรื่องใด ๆ จะไม่ใช้การออกเสียงลงคะแนนเพื่อนับเสียงข้างมาก แต่ใช้การพูดคุยด้วยเหตุผล และการตัดสินใจโดยพิจารณาจากความจำเป็น

3) การจัดบุคคลเข้าทำงาน การจัดบุคคลเข้าทำงานขององค์กรเป็นไปในลักษณะเปิดกว้างให้กับผู้มีจิตอาสา ซึ่งสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกองทุนฯ ได้ในทุกกิจกรรมและทุก

เนื้องานไม่ว่าจะเข้ามาในฐานะจิตอาสา หรือ กรรมการกองทุนฯ

4) การสั่งการหรืออำนวยการ การอำนวยการของกองทุนฯ อยู่ในรูปแบบของ คณะกรรมการกองทุน ซึ่งใช้มติที่ประชุมเป็นการตัดสินใจ

5) การประสานงาน การประสานงานของกิจกรรมในกองทุนมี 2 ส่วน ส่วนแรก คือ การประสานงานในกลุ่มผู้เปราะบางซึ่งมีจิตอาสา เป็นกลไกที่สำคัญ และการประสานงานอีกระดับ คือการประสานงานของคณะกรรมการ กับ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับกรณีของผู้เปราะบาง

6) การรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานผลการปฏิบัติงานของกิจกรรมกองทุนฯ มีความหมายว่า หลังจากจิตอาสาลงพื้นที่แล้ว จะกลับมารายงานและร่วมหารือถึงความช่วยเหลือที่ผู้เปราะบางควรได้รับ และร่วมถอดบทเรียน

7) การจัดทำงบประมาณกองทุนฯ มีเงินทุนสนับสนุนไม่มากนัก ดังนั้น คณะกรรมการจึงตกลงที่จะทำบัญชีรับ-จ่ายอย่างง่าย ๆ แต่ชัดเจนเพื่อให้รู้สถานะของการตัดสินใจในกรณีที่ มีผู้เปราะบางที่ต้องการให้การช่วยเหลือ

สอดคล้องกับทฤษฎี Z ของ Ouchi (1981) นักทฤษฎีชาวญี่ปุ่น

5. การช่วยเหลือผู้เปราะบางทางสังคม ในจังหวัดนนทบุรี

1) จิตอาสา

จิตอาสา เป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้เกิดกองทุนจิตอาสาพระราชัฐเพื่อผู้เปราะบางในจังหวัดนนทบุรี เพราะจิตอาสาที่พบในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อยู่ในหลายรูปแบบ ทั้ง อสม. ซึ่งเป็นจิตอาสาโดยหน้าที่และหัวใจ นอกจากนี้ยังมีแม่ค้าส้มตำ คนกวาดขยะ คนขับ

แท็กซี่ พนักงานบริษัท ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นคนที่อยู่ในชุมชน ผู้วิจัยพบว่าคนเหล่านี้มีจิตใจที่พร้อมจะมีทุกข์สุขร่วมกับผู้เปราะบาง จิตร่วมกายร่วม พร้อมช่วยเหลือผู้เปราะบางในสังคม คนเหล่านี้มีจิตใจที่เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ บางคนเสียสละเวลา สิ่งของ เงินทอง แรงกาย สติปัญญา เพื่อช่วยเหลือผู้อื่นและสังคมด้วยความสมัครใจ อิ่มใจ เพื่อให้ผู้อื่นมีความสุข หลายคนช่วยเหลือผู้เปราะบางโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน ผู้วิจัยได้สอบถามสาเหตุของผู้ที่มีจิตอาสาเหล่านั้นที่ช่วยเหลือผู้เปราะบาง บางคนยึดมั่นในอุดมการณ์ที่ได้รับการสั่งสอนมาจากคนรุ่นพ่อรุ่นแม่ให้ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ บางคนก็ไม่มีเหตุผล นอกจากต้องการเห็นคนอื่นพ้นทุกข์ มีบางคนอย่างเช่นคนขับแท็กซี่ที่เต็มใจพาคนพิการในชุมชนไปโรงพยาบาลโดยไม่คิดค่าโดยสารก็มี เหตุผลว่าเขานึกถึงแม่ของเขาที่อยู่บ้านนอก และเขาไม่เคยมีโอกาสดูแลแม่ การที่ได้ช่วยเหลือผู้เปราะบางทำให้เขารู้สึกเสมือนว่าทดแทนบุญคุณแม่ เขารู้สึกถึงความสำเร็จและความอิ่มใจ ซึ่งทฤษฎีของมาสโลว์ก็พูดถึงความต้องการในชีวิตว่าการได้ช่วยเหลือผู้อื่นก็เป็นความสำเร็จในชีวิตเช่นกัน

ผู้วิจัยพบว่าผู้เป็นจิตอาสาในกองทุนฯ มีความเข้มแข็ง ความสามัคคี ความเอาใจจริงเอาใจ การทุ่มเทเสียสละ การทำงานร่วมกันเป็นทีมของ คณะกรรมการที่ล้วนเป็นจิตอาสา และที่สำคัญการมองเห็นเป้าหมายร่วมกันในการทำงาน ล้วนเป็นสิ่งที่เกื้อหนุนความสำเร็จของการก่อเกิดกองทุนจิตอาสาพระราชัฐจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ องค์กร (2550)

2) กิจกรรมระดมทุน

เนื่องจากกองทุนฯ ก่อตั้งด้วยเงินทุนสนับสนุนเพียงไม่ถึง 100,000 บาท และเป็นการบริจาคจากคณะกรรมการผู้ก่อตั้ง ดังนั้นจึงได้มีการจัดกิจกรรมระดมทุนต่าง ๆ ประกอบด้วย การจัดงานทอดผ้าป่าสามัคคี การจัดงานร่วมนุเคราะห์บวชเณร การแข่งขันกีฬาในจังหวัด การจำหน่ายสินค้า ทั้งของใหม่ และสินค้ามือสอง การจำหน่ายเสื้อพลเมืองจิตอาสา การขอรับการสนับสนุน และรับบริจาค นอกจากนี้คณะก่อการดีที่ร่วมกันจัดตั้งกองทุนจิตอาสาพระราชัฐจังหวัดนนทบุรียังมีแนวคิดในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อขยายกองทุนฯ ให้เติบโตขึ้นในอนาคต เช่น การออมเงินวันละ 1 บาทจากสมาชิก การทำสายรัดข้อมือ (wristband) จิตอาสาพระราชัฐ การแสดงการกุศล การเล่นดนตรีเปิดหมวก ฯลฯ

ลักษณะของกิจกรรมระดมทุน สะท้อนว่ากองทุนฯ นี้เป็นกองทุนของชุมชน ที่แตกต่างจากกองทุนรัฐที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณเป็นรูปแบบของกองทุนที่จัดตั้งขึ้นโดยชาวบ้านเอง สอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของน้อยปรีชา (2546) และการที่คณะก่อการดีร่วมกันดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายในการระดมทุนเป็นกองทุนจิตอาสาพระราชัฐนั้น เมื่อพิจารณาแล้ว สอดคล้องกับหลักทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow, 1970)

6. แนวทางการบริหารกองทุนจิตอาสาพระราชัฐในจังหวัดนนทบุรีอย่างมีประสิทธิภาพ

1) EHC CoM Model: กำลังของกองทุนจิตอาสา

ในการช่วยเหลือนั้น คณะกรรมการกองทุนจิตอาสาพระราชัฐจังหวัดนนทบุรีได้ถอด

บทเรียน และเห็นว่าลักษณะการช่วยเหลือ อยู่ในรูปแบบของ EHC CoM Model ซึ่งเป็นการช่วยเหลือที่มีลำดับขั้น และแบ่งเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

(1) E-Emergency assistance เป็นการช่วยเหลือแบบปัจจุบันทันด่วนอย่างทันทีทันใด เป็นการขจัดปัญหาและบรรเทาทุกข์ให้เป็นการเฉพาะหน้า โดยมอบเงินหรือสิ่งของที่จำเป็นต้องใช้ให้ในเบื้องต้น

(2) H-Heart assistance เป็นการช่วยเหลือทางด้านจิตใจ ในการปลอบโยน ให้คำปรึกษา แสดงถึงการร่วมทุกข์ร่วมสุข รวมถึงรับฟังความทุกข์และข้อจำกัดอุปสรรครวมถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของผู้เปราะบาง การที่มีผู้รับฟังปัญหาและความทุกข์ ทำให้จิตใจของผู้เปราะบางได้รับการเยียวยา และมีพลังที่จะสู้ชีวิตอีกครั้งหนึ่ง โดยข้อนี้เป็นจุดเด่นของการดำเนินงานช่วยเหลือของกองทุนฯ เนื่องจากมีคณะกรรมการซึ่งเป็นจิตอาสา และยินดีที่จะช่วยเหลือผู้อื่น แม้จะไม่มีกำลังทรัพย์มาช่วยก็ตาม

(3) Co-operation assistance เป็นการช่วยเหลือการประสานหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาโดยตรง เช่น กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น เพื่อการส่งต่อปัญหาของผู้เปราะบาง และการช่วยเหลือในระยะยาวต่อไป

(4) Management หมายถึงกระบวนการบริหารจัดการของคณะกรรมการกองทุนฯ ตั้งแต่การสำรวจ การรับรู้ การประชุม การประสานงานจัดการการช่วยเหลือ การจัดการความรู้และการถอดบทเรียน

2) การจัดการความรู้

ในการดำเนินกิจกรรมกองทุนจิตอาสา ประชาธิปไตย ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีผู้เปราะบางซึ่งเป็นเป้าหมายของการให้ความช่วยเหลือเพื่อช่วยลดความเสี่ยง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการให้ความช่วยเหลือต่อผู้เปราะบางด้วยกำลังทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่ใช่วิธีการที่ยั่งยืน จึงควรมีการจัดการความรู้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายใน 4 ประการได้แก่ บรรลุเป้าหมายของงาน บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาคน บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และบรรลุสู่ความเป็นชุมชน โดยเป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน โดยมีโมเดลที่น่าสนใจคือ SECI Model ซึ่งหมายถึงการถ่ายทอดความรู้ฝังลึกจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง การนำความรู้กลับมาใช้ การผสมผสานความรู้ที่มืออยู่อย่างชัดเจนมาเชื่อมเป็นระบบอย่างมีบูรณาการ และการนำความรู้ที่ชัดเจนมาใช้งานให้เป็นความรู้ที่ฝังลึก ทั้งนี้ จิตอาสาและผู้เปราะบางควรจะมีจิตวิญญาณของการสร้างความรู้ในลักษณะร่วมด้วย

ช่วยกัน และสอดคล้องกับทฤษฎีแห่งการเรียนรู้ของ Senge (1990)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ควรมีกระบวนการพัฒนาจิตอาสาในด้านต่าง ๆ
2. ควรกำหนดคุณสมบัติของจิตอาสา และกระบวนการกลั่นกรองบุคคลที่เข้ามาเป็นจิตอาสา
3. ควรขยายผลกองทุนประชาธิปไตยเพื่อสังคมในระดับอำเภอและระดับตำบล
4. ขยายช่องทางและรูปแบบในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐควรให้ความสำคัญกับการทำงานในรูปแบบประชาธิปไตย โดยประชาชนเป็นกลไกสำคัญ
2. ยึดพื้นที่เป็นหลักในการกำหนดนโยบาย การพัฒนา และการแก้ไขปัญหา
3. สนับสนุนงบประมาณให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของประชาชน

References

- Leerapan, B. (2017, January 30). *The last mile of UHC in Thailand: Do we reach the vulnerable* [Paper presentation]. Mahidol Award International Academic Conference, Bangkok, Thailand.
- Noipreecha, K. (2546). *Readiness and ability to manage village funds in SuphanBuri Province* [Unpublished research report]. Faculty of Social Sciences, Thammasat University.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). Harpers and Row.
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.

- Ongkasing, C. (2550). *Community welfare: People don't leave each other* [Unpublished research report]. Community Organization Development Institute.
- Ouchi, W. G. (1981). *Theory Z*. Avon Books.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Century Press.

มาตรการนโยบายการใช้ก๊าซชีวภาพเป็นพลังงานทดแทน : กรณีศึกษา จังหวัดนครปฐม

ปารณีย์ ศรีแก้ว

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

E-mail : paranee.sr@ssru.ac.th

บุญเอื้อ บุญฤทธิ์

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

วรรณภา วามานนท์

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

ติดต่อผู้เขียนบทความ ปารณีย์ ศรีแก้ว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

E-mail : paranee.sr@ssru.ac.th

วันที่รับบทความ: 8 ตุลาคม 2564 วันที่แก้ไขบทความ: 25 พฤศจิกายน 2564 วันที่ตอบรับบทความ: 16 มกราคม 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาการนำก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นพลังงานทดแทน และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาการนำก๊าซชีวภาพมาเป็นพลังงานทดแทน **วิธีการวิจัย** การวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 20 คน **ผลการวิจัย** การผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลสุกรเป็น การลดน้ำเสีย ลดภาวะโลกร้อน ลดผลกระทบจากมลภาวะต่อชุมชน และส่วนกากตะกอนหลังการบำบัดใช้เป็นปุ๋ย การใช้เทคโนโลยีการบำบัดน้ำเสีย และการผลิตก๊าซที่มีความเหมาะสม มีค่าใช้จ่ายต่ำ และการบำรุงรักษาดูแลน้อย แนวทางในการนำก๊าซชีวภาพมาเป็นพลังงานทดแทนนั้น ประกอบไปด้วย การสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อให้ฟาร์มสุกรสามารถผลิตพลังงานทดแทนที่มีต้นทุนต่ำและสามารถพัฒนาให้เป็นพลังงานหลักในอนาคตได้โดยการกำหนดนโยบายพลังงานทดแทน **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** ควรใช้ก๊าซชีวภาพเป็นมาตรการทางด้านนโยบายในการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน

คำสำคัญ: มาตรการนโยบาย ก๊าซชีวภาพ พลังงานทดแทน

Biogas as an alternative energy policy measure : A case study of Nakhon Pathom province

Paranee Srikaew

Kasem Bundit University, 1761 Patanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

Email: paranee.sr@ssru.ac.th

Boonaue Boonrith

Kasem Bundit University, 1761 Patanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

Wannapa wamanon

Kasem Bundit University, 1761 Patanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

Correspondence concerning this article should be addressed to **Paranee Srikaew**, Kasem Bundit University, Patanakarn Road, SuanLuang, Bangkok, 10250
Email: paranee.sr@ssru.ac.th

Received date: October 8, 2021 Revised date: November 25, 2021 Accepted date: January 16, 2022

Abstract

PURPOSES: To study the problems and to provide guidelines for using biogas as an alternative energy policy measure. **METHODS:** It was a qualitative research employing documentary research and in-depth interviews of 20 experts for data collection. **RESULTS:** The research showed that biogas production could be a solution to the mitigation of wastewater, global warming, and the impact of pollution on the community. The sludge after treatment also has the proper nutritional value for the plant. In terms of production technology, and could be used as fertilizer. The use of appropriate wastewater treatment and gas production technologies could increase the efficiency of the treatment at a low cost and need little maintenance. Guidelines for the use of biogas as an alternative energy include support from the government to enable pig farms to produce alternative energy at a low cost. It could be developed to be the main energy in the future as alternative energy policy. **THEORY/POLICY IMPLICATIONS:** Biogas from pig farms could be a policy measure for an alternative source of energy.

Key words: Policy measure, biogas, alternative energy

บทนำ

ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตการณ์พลังงานที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้น (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2557) พลังงานจะหมดไปจากโลกภายในปี ค.ศ. 2050 โลกจะเข้าสู่ยุคขาดแคลนน้ำมัน เมื่อถึงเวลานั้นราคาพลังงานจะปรับตัวสูงมากโดยจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของประชากรทั่วโลก ดังนั้นหลายประเทศทั่วโลกจึงได้หันมาสนใจพลังงานทดแทนที่ได้จาก “ก๊าซชีวภาพ” ซึ่งเป็นทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนที่ดีที่สุดในเชิงเศรษฐศาสตร์ โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มีการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศจึงมีความจำเป็นต้องเร่งวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนเพื่อลดการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศเพื่อสร้างความมั่นคงด้านพลังงานให้มีเพียงพอและสามารถรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นในอนาคตได้ (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน, 2557)

ด้วยเหตุผลนี้ทำให้ทุกฝ่ายจึงได้พยายามเร่งที่จะใช้พลังงานทดแทนมาใช้เช่นจากก๊าซชีวภาพและยังสามารถช่วยลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดปัญหาภาวะโลกร้อนและไม่กระทบต่อพื้นที่หลักทางการเกษตรซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการผลิตอาหารของมนุษย์เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) (กระทรวงพลังงาน, 2558) ซึ่งนโยบายในการส่งเสริมพลังงานทดแทนที่ชัดเจนนั้นเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ที่ก่อนหน้านี้มีการใช้พลังงานทดแทนอยู่เพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น เนื่องจากมีแหล่งก๊าซธรรมชาติ จึงนำมาใช้ให้ได้มากที่สุดเพราะราคาถูกกว่าน้ำมัน เพราะนอกจากนำมาใช้เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงในการผลิต

ไฟฟ้าแล้ว ยังนำไปใช้เป็นวัตถุดิบป้อนในการผลิตอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่มีมูลค่าสูงกว่าด้วย

ในการกำหนดแผนพัฒนาพลังงานทดแทน พ.ศ. 2551 - 2565 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศไทยใช้เป็นพลังงานหลักแทนการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ ส่งเสริมการใช้พลังงานในรูปแบบชุมชนครบวงจร สนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตเทคโนโลยีพลังงานทดแทนในประเทศและการวิจัยพัฒนาส่งเสริมเทคโนโลยีพลังงานทดแทนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยรัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายภายในปี พ.ศ. 2565 ในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนทุกรูปแบบเป็นอัตราร้อยละ 20 ของการใช้พลังงานขั้นสุดท้ายของประเทศ (ศูนย์พยากรณ์และสารสนเทศพลังงาน, 2556) โดยปัจจุบันมีการใช้เพียงร้อยละ 5-8 ประหยัดเงินได้ 94,000 ล้านบาทต่อปี หากสามารถผลักดันได้สำเร็จเชื่อว่าจะช่วยลดการใช้พลังงานลง 22.5 ล้านตัน เทียบเท่าน้ำมันดิบหรือประหยัดการนำเข้าพลังงานได้ 320,000 ล้านบาทต่อปี และพัฒนาไปสู่สังคมการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำ (Low Carbon Society) ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำที่มีศักยภาพสูงด้านพลังงานทดแทนระดับแนวหน้าของเอเชีย และสนับสนุนให้เป็นศูนย์ส่งออกเชื้อเพลิงชีวภาพและเทคโนโลยีพลังงานทดแทนในภูมิภาคเอเชียอีกด้วย (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2557)

จากการที่ประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหามลพิษทางน้ำจากกิจกรรมการเกษตร โดยเฉพาะการเลี้ยงสุกรซึ่งมีปริมาณของเสียสูงมาก เมื่อมีการระบายลงสู่แหล่งน้ำตามธรรมชาติ โดยไม่ได้ผ่านการบำบัดก่อให้เกิดปัญหามลพิษขั้นรุนแรง โดยเฉพาะหากเป็นแหล่งน้ำขนาดเล็ก จึงได้มีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการขอความ

ร่วมมือจากรัฐบาลและเอกชน ให้มีทั้งการพัฒนา ระบบการจัดการฟาร์มสุกร ให้มีการใช้เทคโนโลยี ที่เหมาะสมในการบำบัดน้ำเสีย สอดคล้องกับการ เลี้ยงสุกรที่มีเป็นจำนวนมากแบบอุตสาหกรรม จำนวนสุกรหลายแสนตัว ที่มีการจัดการน้ำเสีย หรือของเสียก่อนระบายหรือทิ้งออกสู่สิ่งแวดล้อม โดยฟาร์มสุกรบางแห่งก็ไม่มีจัดการใดเลย (อายุวัฒน์ และคณะ, 2548) ประกอบกับรัฐบาล ก็ยังไม่มียุทธศาสตร์และกฎหมายที่ดีพอที่จะบังคับ หรือควบคุมผู้ประกอบการซึ่งการลดปริมาณของ เสียที่จะระบายลงสู่แหล่งน้ำ จะคำนึงถึง ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ให้เป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมถึงยังช่วยให้ฟาร์มสุกรมีการจัดการที่ดีมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการเลี้ยงสุกรให้มีการ พัฒนาแบบยั่งยืนได้หากขาดการจัดการที่ถูกต้อง จะก่อให้เกิดปัญหากลิ่นเหม็นและการเกิดโรค สำหรับการแก้ไขเพื่อทำให้เกิดผลประโยชน์มากที่สุดคือการนำของเสียทั้งหมดมาผลิตเป็น พลังงานทดแทนประเภทก๊าซชีวภาพ (กรม พัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2557)

การผลิตก๊าซชีวภาพเป็นพลังงาน ทดแทนในฟาร์มสุกรในประเทศไทย สามารถ ผลิตก๊าซชีวภาพได้ 25,000 ลบ.ม./วัน หรือ 9,125,000 ลบ.ม./ปี และเมื่อมีอายุโครงการ 15 ปีจะได้ก๊าซชีวภาพ 136,875,000 ลบ.ม. โดย สามารถทดแทนการใช้ก๊าซ LPG ได้ 62,962,500 กก./15 ปี หรือสามารถทดแทน พลังงานไฟฟ้า 164,250,000 กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ 15 ปี จากผลการประเมินโครงการส่งเสริมก๊าซ ชีวภาพจากมูลสัตว์เพื่อเป็นพลังงานทดแทนและ ปรับปรุงสิ่งแวดล้อม การใช้ประโยชน์จากก๊าซ ชีวภาพในฟาร์มสุกรในประเทศไทย พบว่า

ลักษณะการนำก๊าซชีวภาพไปใช้ประโยชน์ โดย เน้นไปที่การนำไปผลิตไฟฟ้าเนื่องจากปริมาณ ก๊าซชีวภาพที่ผลิตได้มีปริมาณมากพอ โดย สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าตั้งแต่ 20,000- 120,000 บาท/เดือน นอกจากนี้ยังมีบางฟาร์มที่ ใช้ก๊าซเป็นแหล่งความร้อนโดยตรงโดยใช้กับ เครื่องกกสุกร ทำให้ไม่ต้องซื้อก๊าซ LPG ประหยัดเงินได้ถึง 60,000 บาท/เดือน แต่ อย่างไรก็ตามการนำก๊าซไปใช้ยังมีปัญหาในเรื่อง การสึกกร่อนของเครื่องยนต์ อุปกรณ์ เสี่ยง เครื่องยนต์รบกวนชาวบ้านข้างเคียง เป็นต้น (สวนจันทร์ และเอกฉัตร, 2552)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า ปัญหาด้านพลังงาน และปัญหาด้านมลภาวะ สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการปศุสัตว์เป็นปัญหาที่ ควรหาแนวทางในการแก้ไข ซึ่งการนำของเสีย จากการปศุสัตว์มาใช้ในการผลิตพลังงานทดแทน ถือเป็นทางเลือกที่ดี ทดแทน ซึ่งนอกจากจะเป็น การลดต้นทุนในการผลิตแล้ว ยังเป็นการลดการ นำเข้าพลังงานจากฟอสซิลของประเทศไทยอีก ด้วย นอกจากนั้นแล้วยังช่วยในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ไม่ให้เกิดสภาวะโลกร้อน อันเกิดจาก การใช้พลังงานที่สิ้นเปลืองเกินกว่าความจำเป็น รวมทั้งการผลิตพลังงานไฟฟ้าที่หลีกเลี่ยงความ ต้องการนั้นยังอาจนำไปจำหน่ายให้กับประชาชน ในละแวกใกล้เคียง ซึ่งจะนำมาซึ่งประโยชน์กับผู้ ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมทั้งเพิ่มองค์ความรู้ให้กับ สาขาศึกษา สร้างความมั่นคงให้กับสังคมและ ประเทศชาติ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการนำก๊าซชีวภาพ มาใช้เป็นพลังงานทดแทน

2. เพื่อนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหา
การนำก๊าซชีวภาพมาเป็นพลังงานทดแทน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “มาตรการนโยบายการ
ใช้ก๊าซชีวภาพเป็นพลังงานทดแทน: กรณีศึกษา
จังหวัดนครปฐม” ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาการนำก๊าซชีวภาพมาเป็น
พลังงานทดแทน
2. แนวทางการนำก๊าซธรรมชาติมาใช้
เป็นพลังงานทดแทน

วิธีการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพประเภทการ
วิจัยเชิงเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-
depth interview)

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบไปด้วย
ผู้ประกอบการ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร
รัฐบาลจากกระทรวงพลังงาน กรมพัฒนา
พลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน สำนักงาน
นโยบายและแผนพลังงาน นักวิชาการ สมาคม
สถาบัน องค์กรที่ไม่แสวงหากำไรและเอกชนที่
เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพลังงานทดแทน จำนวน
20 คน โดยมีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงที่
เป็นไปตามคุณสมบัติที่เป็นเป้าหมายของการวิจัย

2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth
Interview)

3.การเก็บรวบรวม การสัมภาษณ์ที่
ศึกษาโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงร่วมกับการจด
บันทึก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์
ข้อมูลเพื่อการสร้างข้อสรุป น้ำหนักของประเด็น
ต่าง ๆ พร้อมทั้งพิจารณาว่ามีน้ำหนักความสำคัญ

มากน้อยเพียงใดและสรุปประเด็นสำคัญ
ตามลำดับ

ผลการวิจัย

**ปัญหาการนำก๊าซชีวภาพมาเป็น
พลังงานทดแทน**

1. ปัญหาและอุปสรรค ในด้านการ
ส่งเสริมการพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงาน
ทางเลือกนั้น รัฐบาลต้องขอความร่วมมือกับทุก
ฝ่าย โดยต้องมีการประชาสัมพันธ์และสร้าง
ความรู้ความเข้าใจกับประชาชน เพราะถือว่าเป็น
ผู้ที่มีส่วนได้เสียมากที่สุด

2. กฎหมายและกฎระเบียบที่ยังไม่เอื้อ
ต่อการพัฒนาพลังงานทดแทน เช่น เงินอุดหนุน
เพื่อการจูงใจให้ผู้ประกอบการหรือประชาชนหัน
มาใช้กันมากขึ้น

3. คุณภาพและปริมาณ ในช่วงแรกจะ
ยังไม่สามารถทำได้เหมือนระบบการผลิตทั่วไป
และการลงทุนจะขาดทุนในช่วงแรกซึ่งจะต้องมี
มาตรการจูงใจ ให้ผู้บริหารฟาร์มสุจริตตัดสินใจ
ลงทุน

4. ขาดมาตรการจูงใจสำหรับการลงทุน
จากภาคเอกชนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ไม่ว่า
จะเป็นการส่งเสริมการลงทุน มาตรการลดหย่อน
ภาษี การพัฒนาความร่วมมือกันระหว่างประเทศ
โดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียน หรือการแลกเปลี่ยน
เทคโนโลยี เพื่อความสำเร็จในโครงการที่รวดเร็ว

5. ก๊าซชีวภาพมีสถานะอยู่ในรูปของ
ก๊าซจึงทำให้เสียพื้นที่มากในการกักเก็บ แต่ถ้ามี
การแยกให้ได้ก๊าซมีเทนบริสุทธิ์หรือเปลี่ยน
สถานะจากก๊าซให้เป็นของเหลวหรือของแข็งได้
พื้นที่ในการกักเก็บจะน้อยลงและจะทำให้การใช้
ประโยชน์จากก๊าซชีวภาพในรูปของพลังงาน
กว้างขวางมากขึ้น

6. ยังไม่มีกฎหมายที่จะบังคับหรือควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการพัฒนาพลังงานทดแทนอย่างยั่งยืน ผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ

7. ไม่กล้าลงทุนในระบบก๊าซชีวภาพ เพราะเงินลงทุนที่ใช้สร้างค่อนข้างมาก พื้นที่ที่ต้องใช้สร้างระบบก๊าซชีวภาพมาก และความกังวลต่อความสามารถในการดูแลระบบหากใช้แล้วเกิดปัญหา ผู้บริหารมีความกังวลว่าจะไม่สามารถดูแลรักษาได้เอง

8. แรงงานในฟาร์มจำเป็นต้องแบ่งเวลาดูแลเอาใจใส่และปฏิบัติอย่างถูกต้องตามขั้นตอนของระบบที่ระบุไว้เพื่อให้การทำงานของระบบมีประสิทธิภาพตามที่ได้ระบุไว้ในทางเทคนิค ดังนั้นจึงเป็นการเพิ่มภาระการทำงานของแรงงานในฟาร์มให้มากขึ้น

9. การปรับปรุงสภาพแวดล้อม ในระบบก๊าซชีวภาพ จะต้องให้การส่งเสริมด้านความรู้ความเข้าใจและให้ความมั่นใจต่อประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ฟาร์มเลี้ยงสุกรเพื่อให้การลงทุนเป็นรูปธรรมและมีความยั่งยืน

10. ระบบก๊าซชีวภาพที่สร้างขึ้น ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้จัดการ เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์ ทำให้เงินที่ลงทุนไปแล้วจะสร้างประโยชน์แก่ผู้ลงทุนไม่คุ้มค่า

11. ด้านความปลอดภัย เพราะถ้าเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงก็อาจนำมาซึ่งความเสียหาย เพราะก๊าซชีวภาพเป็นเชื้อเพลิงไวไฟมากที่สุดประเภทหนึ่ง ถ้ามีการผลิตและเก็บกักไว้เป็นจำนวนมากและขาดการควบคุมดูแลที่ดีแล้วอาจเกิดอันตรายขึ้นได้

12. ก๊าซมีเทน (CH_4) ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) และก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์ (H_2S) ถ้าหายใจเข้าไปมากจะ

ทำให้มีอาการปวดศีรษะ วิงเวียน และหมดสติ และเมื่อมีการสูดดมเป็นประจำอาจเป็นมะเร็งได้

แนวทางการนำก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นพลังงานทดแทน มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ด้านรัฐบาล

1. นโยบายพลังงานทดแทน จัดเป็นนโยบายสาธารณะที่รัฐบาลกำหนดขึ้น เพื่อที่จะแก้วิกฤตการณ์การขาดแคลนพลังงานซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ แม้ว่าจะเกิดความเปลี่ยนแปลงทางการเมือง แต่การจัดหาพลังงานทดแทนก็ยังคงเป็นประเด็นปัญหาที่สำคัญของทุกรัฐบาล

2. นโยบายและแผนพัฒนาพลังงานจะเป็นการเสริมสร้างให้มีพลังงานใช้อย่างพอเพียงทั่วถึงเป็นธรรม และสร้างจิตสำนึกด้านการประหยัดพลังงาน ให้ประชาชนใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

3. นโยบายและแผนการบริหารและพัฒนาพลังงานของประเทศเป็นไปเพื่อความมั่นคงด้านพลังงาน ให้สามารถพึ่งตนเองได้ มีเสถียรภาพ ลดความเสี่ยงในด้านการจัดหา ความผันผวนทางด้านราคาและลดต้นทุนของพลังงานให้มีความเหมาะสม

4. ต้องเร่งวิจัยและพัฒนาให้ผลิตก๊าซชีวภาพได้ในเชิงพาณิชย์ มีปริมาณเพียงพอและสามารถรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นในอนาคตได้

5. การจัดทำมาตรฐานก๊าซชีวภาพสำหรับรถยนต์ ลดภาษีให้รถยนต์ขนส่งเชิงพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซชีวภาพ สนับสนุนเงินลงทุนสำหรับเจ้าของรถยนต์ที่ต้องการดัดแปลงลดภาษี 40 %

6. การวิจัยและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดประโยชน์จากการนำก๊าซ

ชีวภาพมาใช้ให้มากที่สุดซึ่งตามสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (สพช.) มีเป้าหมายในการก่อสร้างระบบก๊าซ เพื่อนำมาใช้เป็นพลังงานทดแทนอย่างเป็นระบบและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

7. การรณรงค์สร้างจิตสำนึกสร้างวินัยให้ร่วมมือกันใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าและประหยัด เพราะพลังงานของประเทศไทยมีมูลค่ากว่า 8.5 ล้านล้านบาท

8. นโยบายการพัฒนาพลังงานทดแทนที่มาจากฟาร์มสุกรไม่เพียงแต่หน่วยงานภาครัฐเท่านั้น แม้แต่ภาคเอกชนหลายแห่งจากทั่วโลก ก็กำลังดำเนินการในส่วนนี้ด้วย

9. นโยบายด้านพลังงานทดแทนเป็นวาระแห่งชาติ โดยสนับสนุนการผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพจากมูลสัตว์ เพื่อลดภาวะมลพิษและเป็นประโยชน์ของเกษตรกรโดยสนับสนุนให้ใช้เป็นพลังงานในระดับชุมชนหมู่บ้าน มีการกำกับดูแลราคาให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม มีเสถียรภาพ และเป็นธรรมต่อประชาชน โดยกำหนดโครงสร้างราคาที่เหมาะสมต้นทุนที่แท้จริงมากที่สุด และบริหารจัดการผ่านกลไกตลาดเพื่อให้มีการใช้พลังงานอย่างประหยัด

10. ภาครัฐควรมีแผนการพัฒนาพลังงานชีวภาพและเพิ่มสัดส่วนให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของภาครัฐ และให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อสร้างความสำเร็จและสามารถให้ผลผลิตมาทดแทนพลังงานแบบเดิมได้จริงในอนาคต

11. สร้างสถานบริการก๊าซชีวภาพสำหรับรถยนต์ที่มีระยะทางไม่ไกลจากโรงผลิตก๊าซชีวภาพจากฟาร์มสุกร เพื่อช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งก๊าซให้เพียงพอเพื่อใช้สำหรับรถยนต์ โดยอาจแปลงสภาพเป็นก๊าซเหลว เพื่อให้ขนส่งไปยัง

สถานบริการในจังหวัดต่าง ๆ ได้คราวละมาก ๆ

12. รัฐบาลควรสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพราะจะทำให้มีการลงทุนในโรงงานต่าง ๆ เกิดขึ้นทั่วประเทศหลังได้มีการวิเคราะห์การลงทุนแล้วและเห็นถึงความเป็นไปได้ที่น่าลงทุนอย่างชัดเจน ว่าผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุน รวมทั้งผลประโยชน์ที่รับสูงกว่าการลงทุนด้านอื่น ๆ

ด้านเศรษฐกิจ

1. ก๊าซชีวภาพมีศักยภาพเพราะมีค่าความร้อนที่สูง สามารถผลิตพลังงานทดแทนได้อย่างจริงจัง มีมูลค่าและคุ้มค่าในเชิงเศรษฐศาสตร์ สำหรับการขยายผลเพื่อการผลิตในเชิงพาณิชย์และการขยายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทำได้ไม่ยากจะทำให้เกษตรกรสร้างรายได้ในอนาคต

2. ความคุ้มค่าจากการลงทุน นอกจากการขายพลังงานไฟฟ้า และยังไม่ต้องใช้เงินลงทุนสร้างระบบบำบัดน้ำเสียเหมือนในอดีตอีกด้วย ที่มีค่าใช้จ่ายในการบำบัดสูงมาก ระยะเวลาคืนทุนเร็ว โอกาสเสี่ยงต่อการขาดทุนมีน้อย

3. ฟาร์มสุกรมักเป็นโรงงานอุตสาหกรรมแบบครบวงจรและมีการเลี้ยงสุกรเป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อมอย่างรุนแรงทำให้ส่งผลกระทบต่อทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวม

4. พฤติกรรมโดยทั่วไปของการผลิตก๊าซชีวภาพและนำมาผลิตเป็นพลังงานทดแทนในฟาร์มสุกรต้นทุนและผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจากกระแสไฟฟ้าที่เสนอขายไฟฟ้าให้การไฟฟ้าที่รับซื้อไฟฟ้า

5. การใช้เป็นเชื้อเพลิงยังสามารถลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากฟอสซิล ซึ่งเป็นการ

ควบคุมปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่ถูกปล่อยสู่บรรยากาศซึ่งจะช่วยให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายลงได้

6. ก๊าซชีวภาพสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นเชื้อเพลิงสำหรับหุงต้มอาหารได้อย่างดีและใช้เป็นเชื้อเพลิงในเครื่องยนต์หรือแทรกเตอร์สำหรับการเกษตร ใช้ทดแทนเป็นพลังงานความร้อน พลังงานไฟฟ้าหรือใช้แทนน้ำมัน

7. การผลิตก๊าซชีวภาพจากฟาร์มสุกรในเชิงพาณิชย์จะส่งผลดีทางเศรษฐศาสตร์จากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก อัตราดอกเบี้ยและภาวะเงินเฟ้อ

ด้านการเมือง

1. พลังงานมักก่อให้เกิดปัญหาการเมือง การส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนโดยการกำหนดโครงสร้างราคาพลังงานทดแทนแต่ละประเภทที่เหมาะสม มีการแข่งขันที่เป็นธรรม กำกับดูแลและสร้างกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. กระทรวงพลังงาน สนับสนุนอย่างเป็นทางการกับรถบัส CBG จากมูลสัตว์ ซึ่งเป็นยานยนต์พลังงานทางเลือกที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพด้านเทคโนโลยีและความปลอดภัย เพื่อพัฒนาระบบขนส่งมวลชนด้วยการใช้พลังงานสะอาดและได้จัดทำแผนบูรณาการพลังงานระยะยาว 21 ปี

3. การบริหารจัดการภาคพลังงานของประเทศให้มีความยั่งยืน คือ พัฒนาแผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก โดยมีการศึกษาวิจัยโดยนำมูลสัตว์และน้ำเสียของฟาร์มสุกร มาแปรรูปเป็นพลังงานทดแทนในรูปแบบก๊าซ หรือก๊าซไบโอมีเทนอัดเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับสาธารณะเป็นหลัก

สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศและลดการใช้พลังงานที่มีประสิทธิภาพ

4. นักการเมืองที่บริหารจัดการขนส่งมวลชนได้พยายามพัฒนาต้นแบบทางความคิดในการสร้างแหล่งพลังงานเพื่อให้แนวทางในการบริหารพลังงานของประเทศได้อย่างยั่งยืน เช่น นโยบายของกระทรวงพลังงานที่กำหนดสัดส่วนการใช้การผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพคิดเป็นร้อยละ 25 โดยมีแนวทางการดำเนินงานสำคัญ เช่น การส่งเสริมการผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพเพื่อลดต้นทุน ซึ่งในส่วนนี้มีเป้าหมายสนับสนุนการใช้ก๊าซ CBG ในยานพาหนะหรือโรงงานอุตสาหกรรมที่มีกลุ่มรถบรรทุกที่ใช้งานในปริมาณ 4,800 คันต่อวัน ให้ได้ภายในปี พ.ศ. 2579

5. นโยบายทางการเมืองที่มีการพยายามลดความต้องการการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล โดยหันไปใช้พลังงานสะอาดทดแทน จะทำให้มีการพัฒนาไปสู่การเป็นสังคมคาร์บอนต่ำ ใช้พลังงานทดแทน พลังงานสีเขียวที่สะอาด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนการสร้างงาน ช่วยเหลือคนยากคนจนในชนบท ทั้งยังบรรเทาการอพยพมาอยู่ในเมือง ลดความแออัด เพราะประชาชนหวนคืนกลับไปทำการเกษตร

6. กระทรวงพลังงาน โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน ได้จัดทำโครงการวิสาหกิจชุมชนพลังงานทดแทน โดยส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันเป็นวิสาหกิจชุมชนหรือสหกรณ์การเกษตร โดยก๊าซชีวภาพที่ได้นำไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ เช่น คือ ผลิตไฟฟ้า หรือนำไปผลิตเป็นก๊าซชีวภาพที่นำไปใช้แทนก๊าซแอลพีจี ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคง ผู้ประกอบการมีรายได้จากการนำก๊าซชีวภาพไป

ใช้ประโยชน์ และประเทศเกิดความมั่นคงทางด้านพลังงาน

7. นโยบายการเมืองที่ให้การสนับสนุนก๊าซชีวภาพเพื่อการพาณิชย์ เช่น ก๊าซมีเทนจากฟาร์มสุกรเป็นต้น ใช้เป็นเชื้อเพลิงโดยตรง ทดแทนน้ำมันเบนซินและน้ำมันดีเซล และจะช่วยพัฒนาสภาพแวดล้อม เนื่องจากเป็นเชื้อเพลิงที่ไร้สารมลพิษ เมื่อนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในรถยนต์จึงเกิดการเผาไหม้ที่สมบูรณ์กว่าเชื้อเพลิงทั่วไป ระบบเครื่องยนต์จึงสะอาดกว่าเครื่องยนต์ที่ใช้น้ำมันเบนซินหรือน้ำมันดีเซล ซึ่งจะทำให้เกิดผลงานในเชิงประจักษ์ในวงกว้างที่มีผลต่อคะแนนเสียงในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

8. นักการเมืองได้กำหนดนโยบายพลังงานที่จะทำการส่งเสริมการผลิต การใช้ ตลอดจนการวิจัยพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก โดยตั้งเป้าหมายให้สามารถทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิลได้อย่างน้อยร้อยละ 25 ภายใน 10 ปี

ด้านสังคม

1. ลดผลกระทบทางสังคมจากมลภาวะจากฟาร์มสุกรต่อชุมชนใกล้เคียง และการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการสร้างบ่อหมักก๊าซชีวภาพในฟาร์มสุกรเพื่อลดผลกระทบต่อชุมชน

2. ประเทศไทยมีของเสียจากมูลสัตว์ต่าง ๆ เช่น สุกร โค ไก่ ในปริมาณมาก มีการปล่อยทิ้งของเสียลงสู่แม่น้ำ ลำคลอง สาธารณะ ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม การบำบัดโดยใช้วิธีการเติมอากาศต้องใช้พลังงานไฟฟ้าทำให้ต้องสิ้นเปลือง ดังนั้นระบบการผลิตก๊าซชีวภาพ จึงมีประโยชน์ในการช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยน้ำเสียลงสู่แม่น้ำ สาธารณะ ลดกลิ่นเหม็น ได้ปุ๋ยชีวภาพไปใช้ใน

การเกษตร ได้พลังงานทดแทน และยังช่วยลดภาวะโลกร้อนได้อีกด้วย

3. เกษตรกรที่เลี้ยงสุกรในฟาร์ม และประสบปัญหามลพิษจากของเสียที่เกิดจากมูลสัตว์ โดยกระทรวงพลังงานส่งเสริมให้เกษตรกรสร้างบ่อก๊าซชีวภาพเพื่อสร้างพลังงาน และแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือมลพิษต่าง ๆ

4. การใช้ประโยชน์จากก๊าซชีวภาพที่เกิดขึ้นอย่างคุ้มค่าต่อการลงทุนและการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ให้มีปริมาณตามกำหนดได้อย่างสม่ำเสมอ โดยตลอด

5. ทำให้สามารถบริหารจัดการของเสียจากการเลี้ยงสุกรได้อย่างเป็นระบบ ช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากปัญหามลภาวะทางอากาศ ลดกลิ่นเหม็น และแมลงวัน ส่วนภาคเอกชนหลังการบำบัด ยังมีคุณค่าทางอาหารที่เหมาะสมสำหรับพืชเป็นอย่างมาก

6. ปัจจุบันงานด้านการวิจัยในการผลิตและการใช้ก๊าซชีวภาพ ระบบพลังงานไฟฟ้าที่ได้ การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ตลอดจนการจัดการด้านการใช้น้ำของฟาร์มอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพสูงสุด หลังจากเริ่มต้นเดินระบบเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม โดยรวมโดยเฉพาะประเทศไทย ประชาชนที่เป็นเกษตรกร

7. ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ทำให้มีวัตถุดิบที่สามารถนำมาผลิตก๊าซชีวภาพได้เป็นจำนวนมาก เช่น ภาคชุมชนและฟาร์มเลี้ยงสัตว์และพัฒนาพลังงานทดแทนและนำก๊าซชีวภาพที่ได้ไปใช้เป็นพลังงานทดแทนในการผลิตพลังงานความร้อนและไฟฟ้า ปัจจุบันฟาร์มสุกรในชุมชนต่าง ๆ ติดตั้งระบบผลิตและใช้ก๊าซชีวภาพเป็นพลังงานทดแทนเป็นจำนวนมาก

กระจายอยู่ทั่วประเทศและใช้งานระบบก๊าซชีวภาพทุกแห่ง

8. การพัฒนาระบบก๊าซชีวภาพจากฟาร์มสุกร เป็นการตอบสนองต่อกระแสการอนุรักษ์พลังงานที่แผ่กระจายไปทั่วโลกเป็นการเตรียมรองรับการแข่งขันจากการเปิดเสรีทางการค้าในอนาคต

9. ฟาร์มสุกรสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้ ถือเป็นการจัดการทรัพยากรไปสู่การพัฒนาพลังงานชุมชน โดยเฉพาะการนำมูลสัตว์จากฟาร์มสุกร มาใช้ประโยชน์และพัฒนาจนได้เชื้อเพลิงมาใช้กันภายในชุมชน ลดมลภาวะ ลดรายจ่ายของคนในชุมชน และสร้างความสามัคคีให้กับชุมชนต่าง ๆ ได้อย่างดี

ด้านเทคโนโลยี

1. การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตมีความสำคัญมากเพราะมีความแตกต่างกันไป และฟาร์มสุกรทุกแห่งไม่เคยมีใครเผยแพร่ข่าวสารที่ออกมาเพื่อผลทางด้านการตลาด

2. เทคโนโลยีของฟาร์มสุกรจะบูรณาการร่วมกัน ตั้งแต่การใช้เทคโนโลยีการบำบัดน้ำเสีย การก่อสร้าง การผลิตก๊าซให้เป็นระบบที่มีความเหมาะสมเพราะใช้ที่ดินน้อยและการนำก๊าซชีวภาพกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด

3. การนำก๊าซชีวภาพมาเป็นเชื้อเพลิงรถยนต์ โดยทำให้ได้มีองค์ประกอบหลักเป็นก๊าซมีเทนหรือไบโอมีเทนและต้องนำมาผ่านกระบวนการปรับปรุงคุณภาพเพื่อกำจัดสารปนเปื้อน แล้วเพิ่มความดันก๊าซกลายเป็น ก๊าซชีวภาพอัด นำมาผลิตไฟฟ้า เพื่อช่วยส่งเสริมการผลิตพลังงานหมุนเวียนในประเทศ

4. ก๊าซชีวภาพในการผลิตไฟฟ้าโดยผ่านเครื่องกำเนิดไฟฟ้าที่มีเทคโนโลยีทันสมัยที่

เหมาะสมอันเป็นเทคโนโลยีและกลไกการพัฒนาสะอาด จะส่งผลให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน ลดภาระการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงของภาครัฐ

5. ในการคัดเลือกระบบบำบัดน้ำเสียที่เหมาะสมสำหรับฟาร์มสุกรจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของระบบในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ขนาดของฟาร์ม ตำแหน่งที่ตั้งของฟาร์มสุกร คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในบริเวณใกล้เคียง เป็นต้น

6. การลงทุนในการผลิตก๊าซชีวภาพของแต่ละฟาร์มจะต้องพิจารณาจากความเหมาะสมทางด้านเทคนิค ถึงคุณสมบัติของระบบในด้านต่าง ๆ เช่น ประสิทธิภาพของระบบและปริมาณก๊าซที่ได้ ความยากง่ายในการดำเนินการบำรุงรักษา และจำนวนบุคลากรที่ต้องการ

7. เทคโนโลยีก๊าซชีวภาพจะเปลี่ยนของเสียให้เป็นพลังงานและช่วยแก้ปัญหาการปล่อยของเสียสู่สภาพแวดล้อมและช่วยลดมลพิษ

8. รัฐบาลควรให้การสนับสนุนการผลิตก๊าซชีวภาพในระดับครัวเรือน ซึ่งจะลดค่าครองชีพ ลดภาระพลังงานของชาติด้วยมีผลผลิตพลอยได้ เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นต้นพร้อมทั้งปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีก๊าซชีวภาพให้มีความเหมาะสมในการประยุกต์ใช้กับฟาร์มเลี้ยงสุกรในชุมชนมากขึ้น

10. เทคโนโลยีก๊าซชีวภาพมีการพัฒนาขึ้นเพื่อประโยชน์ในการจัดการของเสียจากฟาร์มสุกรโดยได้เริ่มต้นจากระบบขนาดเล็กในภาคเกษตรกรรม จนมีความเหมาะสมสามารถนำมาประยุกต์ใช้และยังสามารถที่จะพัฒนาไปใช้ในการจัดการของเสียและน้ำเสียที่ปนเปื้อนสารอินทรีย์จากแหล่งผลิตน้ำจากแหล่งชุมชน เป็นต้น

ด้านประชาชน

1. ก๊าซชีวภาพจากฟาร์มสุกรเพื่อผลกระทบของชุมชนที่อาศัยอยู่ใกล้ฟาร์มสุกรในระยะ 2 กิโลเมตร ทำให้ชาวบ้านที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงได้รับผลกระทบ

2. ประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม จากการกำจัดของเสียที่เกิดขึ้นลดกลิ่นเน่าเหม็น ลดแหล่งเพาะเชื้อโรค และลดปัญหาสังคมที่เกิดจากชุมชนลดปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์เรือนกระจก

3. กากมูลสัตว์ที่ย่อยสลายแล้วจะสามารถนำไปเป็นปุ๋ยใช้กับพืชได้ทันทีหรืออาจจะตากให้แห้งแล้วบรรจุใส่ถุงเพื่อการจำหน่ายก็ได้

4. กลิ่นจากฟาร์มสุกรทำให้ประชาชนมีอาการของโรค เช่น ไมเกรนหรือเมื่อได้รับผลกระทบทางกลิ่นทำให้รู้สึกปวดศีรษะรุนแรงถึงขั้นอาเจียน เป็นต้น และมีปัญหาทางด้านสุขอนามัย เนื่องจากผลกระทบจากแมลงวันรบกวน ที่เกิดจากฟาร์มสุกร เกิดความขัดแย้งในชุมชน แต่การจัดทำระบบก๊าซชีวภาพช่วยลดผลกระทบต่อชาวบ้าน

5. การแก้ปัญหาเหม็นพิษจากฟาร์มสุกรหลังมีการจัดทำระบบก๊าซชีวภาพ ผลกระทบที่ได้รับลดลงอย่างเห็นได้ชัด

6. การจัดทำระบบก๊าซชีวภาพนี้ให้ประสบผลสำเร็จ ต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชน

7. ผลพลอยได้จากการก่อสร้างระบบก๊าซชีวภาพจะสามารถก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

8. ควรมีการสัมมนาและสนทนากลุ่มกับประชาชนชุมชนในใกล้โรงงาน สนับสนุนการเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนจากผลกระทบทางด้านกลิ่นและแมลงรบกวนที่ทำให้

ประชาชนได้รับความเดือดร้อน การได้บ่ชีวภาพมูลสุกร ซึ่งมีราคาถูกสามารถนำไปใช้ในการปลูกพืช

9. ชุมชนได้ใช้ก๊าซชีวภาพที่ผลิตจากระบบก๊าซชีวภาพในฟาร์มสุกร

ข้อเสนอแนะ

1. รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุน ให้ทุกฟาร์มสุกร มีการผลิตก๊าซชีวภาพ โดยการสนับสนุนแหล่งเงินทุน และสนับสนุนให้มีการวิจัยเกี่ยวกับก๊าซชีวภาพ ทั้งในด้านการทำงาน การผลิต ให้กับฟาร์มสุกรและอาจขยายไปถึงฟาร์มปศุสัตว์ประเภทอื่น ๆ ด้วย

2. สนับสนุน ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับฟาร์มสุกร ซึ่งผู้ประกอบการอื่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับฟาร์มชนิดอื่นได้

3. การผลิตก๊าซชีวภาพเพื่อเป็นพลังงานทดแทนมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม สามารถเพิ่มสวัสดิการให้กับสังคมได้

4. รัฐบาลควรมีกฎหมายออกมาบังคับให้ฟาร์มสุกร ต้องมีการจัดทำระบบก๊าซชีวภาพจากฟาร์มสุกรซึ่งจะแก้ปัญหาในชุมชนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากชุมชนจะได้รับผลกระทบทางสังคมด้านมลภาวะจากฟาร์มสุกรต่อชุมชนใกล้เคียงอันเนื่องมาจากกลิ่นเหม็น โดยเฉพาะในช่วงหลังการชะล้างลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ทำให้ชาวบ้านได้รับผลกระทบตามไปด้วย

5. รัฐบาลควรสนับสนุนการใช้ก๊าซชีวภาพเพื่อเป็นพลังงานทดแทนก๊าซหุงต้มและเป็นพลังงานในการผลิตกระแสไฟฟ้า เพื่อใช้ในฟาร์มและแจกจ่ายแก่ชุมชนข้างเคียง

6. รัฐควรมีนโยบายให้เงินอุดหนุนอัตราซื้อไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานก๊าซชีวภาพใน

อัตราที่สูงกว่าค่าไฟปกติ เพื่อจูงใจให้เจ้าของ
ฟาร์มหันมาผลิตก๊าซชีวภาพใช้เองภายใน และยัง

จูงใจให้ส่งกระแสไฟฟ้าไปจำหน่ายให้ภาครัฐอีกด้วย

References

- Aryuwat, K. (2548). *Biogas project for electricity generation* [Unpublished research report]. Kasetsart University Research and Development Institute.
- Department of Alternative Energy Development and Energy Conservation. (2557). *Project for energy use guidelines in the residential areas of the country. generation* [Unpublished research report]. Ministry of Energy
- Energy Forecast and Information Center. (2556). *Energy situation 2012 and trends in 2013*. [http://www.eppo.go.th/info/2010/energyforecast 2014 12.html](http://www.eppo.go.th/info/2010/energyforecast%2014%2012.html)
- Energy Policy and Planning Office, Ministry of Energy. (2557). *Oil prices today*. http://www.eppo.go.th/retail_prices.html
- Ministry of Energy. (2558). *Strategy of energy*. <http://www.energy.go.th/energy-strategic.html>
- Suanchan, K., & Ekchart, R. (2552). *Biogas* [Unpublished research report]. Ministry of Energy.

นวัตกรรมการสื่อสารชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ชุมชนอำเภอลำลูก จังหวัดจันทบุรี

นิสากร ยินดีจันทร์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี 22000

E-mail : nisakorn.y@rbru.ac.th

ติดต่อผู้เขียนบทความ: นิสากร ยินดีจันทร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี 22000

E-mail : nisakorn.y@rbru.ac.th

วันที่รับบทความ: 13 กรกฎาคม 2563 วันที่แก้ไขบทความ: 25 พฤศจิกายน 2563 วันที่ตอบรับบทความ: 16 มกราคม 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินสถานะพื้นฐานชุมชนและแนวทางการนวัตกรรมการสื่อสารชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน **วิธีการวิจัย** ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในกลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐ/องค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการชุมชน ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวและการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย **ผลการวิจัย** ปัจจุบันการสื่อสารในส่วนของชุมชนมีการสื่อสารแบบผสมผสานระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ คือ สื่อสารมวลชน สื่อออนไลน์และสื่อเฉพาะกิจ ส่วนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนบริบทจากผู้รับสารเป็นผู้ส่งสาร มีการสื่อสารเรื่องราว แบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ชุมชนทั้งสองกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** การใช้สื่อใหม่ สามารถนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนโดยการผสมผสานกับการสื่อสารรูปแบบดั้งเดิม

คำสำคัญ: นวัตกรรมการสื่อสาร การเสริมสร้างศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

Community communication innovation for enhancing eco-tourism potential : A case study of communities in Khlung district, Chantaburi province

Nisakorn Yindeechan

Faculty of Mass Communication, Ramphibarni Rajaphat University, Amphur Muang, Chantaburi, 22000

E-mail : nisakorn.y@rbru.ac.th

Correspondence concerning this article should be addressed to **Nisakorn Yindeechan**, Faculty of Mass Communication, Ramphibarni Rajaphat University, Amphur Muang, Chantaburi, 22000

E-mail : nisakorn.y@rbru.ac.th

Received date: July 13, 2020 Revised date: November 25, 2020 Accepted date: January 16, 2022

Abstract

PURPOSES: To evaluate basic conditions and to enhance the capacity of community eco-tourism. **METHODS:** The research adopted qualitative research methodology which collected data by in-depth interview of key informants from public sector/local organization, community operators, community leaders, villagers and tourists as well as observation by the researcher. **RESULTS:** At present, communication in the communities took place through the press and new media in various channels. Visitors changed from recipients to messengers, communicated the stories, and shared experiences through social media. The communities became a popular tourist attraction in the field of eco-tourism. **THEORY/POLICY IMPLICATIONS:** New media can be used to enhance the community's eco-tourism potential by integrating with traditional forms of communication.

Keywords: Innovative communication, potential enhancement, eco-tourism.

บทนำ

การท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ ไทย โดยในปี พ.ศ. 2559 รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างอาชีพ การจ้างงาน การพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่ง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตามการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม เช่น ปัญหาการทำลายทัศนียภาพ ปัญหามลภาวะสภาพทางสังคม เช่น ปัญหาค่าครองชีพ รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวให้เสื่อมโทรมลง ทำให้การจัดการแหล่งท่องเที่ยวมักประสบปัญหาที่สวนทางกันอยู่เสมอระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสังคมกับการพัฒนา

ความไม่สมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาดังกล่าว จึงได้ก่อให้เกิดรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ขึ้น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่าต่อการรักษาความสมดุลของระบบนิเวศและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนในท้องถิ่น (Chuchart, 2011)

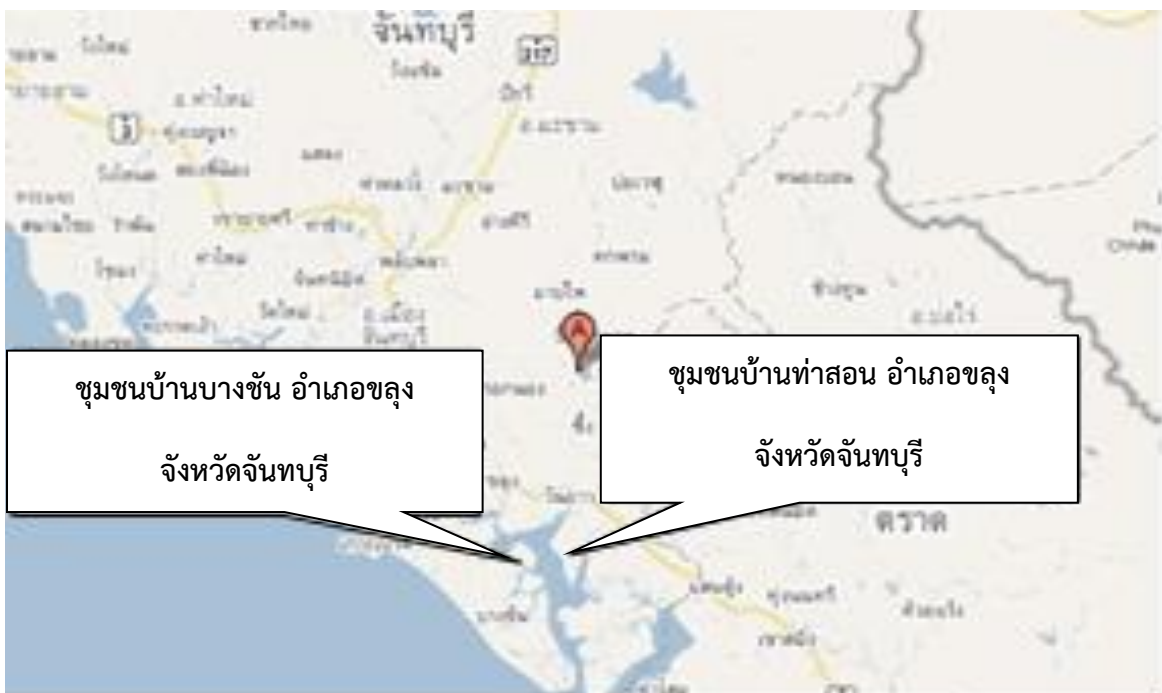
ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ คือการสื่อสารชุมชน ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายของคนในชุมชนในการสร้างความตระหนักให้กับคนในชุมชนโดยรวมและเป็นศูนย์กลางประสานส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ งานพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นงานส่วนรวมที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสื่อสารในระดับต่าง ๆ รวมทั้งการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างชุมชน การสร้างเอกลักษณ์และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวให้กับชุมชน การสื่อสารประสานงาน และขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานอื่น ๆ ตลอดจนจนถึงการสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ที่ถือว่าเป็นนวัตกรรมการสื่อสาร เพื่อสื่อสารข้อมูลให้บุคคลในชุมชน ตลอดจนคนภายนอกชุมชนให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับชุมชน ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน (ฐิตยาภรณ์, 2553)

นวัตกรรมการสื่อสารถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อยกระดับศักยภาพของบุคคลองค์กร สิ่งแวดล้อม รวมถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยนวัตกรรมการสื่อสารถูกใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและ

รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวในการนำมาใช้ในการค้นหาสิ่งต่าง ๆ ที่ เป็นความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจหาสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (แป้นสุข, 2555)

ชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชัน อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี เป็นชุมชนที่มีความน่าสนใจเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูงเพราะอยู่ในพื้นที่ป่าชายเลนริมแม่น้ำแควใหญ่ ชุมชนบ้านท่า

สอนอยู่บริเวณฝั่งขวาของแม่น้ำแควใหญ่และชุมชนบ้านบางชันตั้งอยู่บริเวณฝั่งซ้าย พื้นที่ตั้งของชุมชนเป็นป่าชายเลนขนาดใหญ่มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยสำคัญของสัตว์น้ำและสัตว์ป่าอื่น ๆ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติดังกล่าว ก่อให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพ มีทัศนียภาพที่สวยงามจึงน่าจะมีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว (องค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน, 2561)



ภาพที่ 1 พื้นที่ที่ทำการศึกษา (องค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน, 2561)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินสถานะพื้นฐานชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชัน อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี

2. เพื่อศึกษาแนวทางการนำนวัตกรรม การสื่อสารชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชัน อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี

วิธีการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยวิธีเจาะจง (Purposive sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วยผู้แทนภาครัฐ/องค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการชุมชนชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ร่วมกับการลงพื้นที่สังเกตการณ์ ผู้วิจัยได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนเพื่อสร้างสายสัมพันธ์ พูดคุยสอบถามพร้อมบันทึกเทป ทำให้ได้ข้อมูลที่ต้องการศึกษาโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นข้อสรุปในแต่ละประเด็นเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์และปัญหานำวิจัย และนำเสนอข้อมูลในแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

แนวความคิดทางทฤษฎี

นวัตกรรมการสื่อสาร เป็นแนวความคิดใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นกระบวนการภายใต้ความรู้ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ ที่นำมาสู่การปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดผลงานใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ได้จริง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม ช่วยในการลดต้นทุนเพิ่มผลกำไร และเกิดประโยชน์ต่อชีวิต สังคม และเศรษฐกิจมากขึ้นเช่นในกระบวนการสื่อสารแบบใหม่ที่ต้องมีลักษณะของความผันแปรอย่างไม่หยุดนิ่ง นวัตกรรมมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อเอาชนะคู่แข่ง เป็นการสร้างความแตกต่างที่ดีกว่าซึ่งในตลาดการค้าเสรี นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการจากใครก็ได้ ดังนั้นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมองเห็นถึงคุณค่าและประโยชน์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น นวัตกรรมการสื่อสารชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิง

นิเวศซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากขึ้น

การสื่อสารชุมชนเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ทำให้สถานะของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ตายตัวแต่จะมีการผลิตเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลาทิศทางการไหลของข่าวสารจะเป็นไปอย่างจำกัด คือมีการไหลจากเจ้าหน้าที่รัฐไปสู่ประชาชนเท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้นการหลั่งไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลาย มาจากทุกทิศทุกทางทั้งจากบนลงล่าง (top-down) และจากล่างสู่บน (bottom-up) รวมทั้งแบบแนวนอน ดังนั้นข่าวสารจึงอาจจะไหลจากแหล่งต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน เช่น จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชุมชนในเวลาเดียวกันประชาชนอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อส่งข่าวสารระหว่างกลุ่มประชาชนด้วยกันเรียกว่า การสร้างเครือข่ายชุมชนเป็นการศึกษาดูงานจากกลุ่มประชาชนด้วยกันเองซึ่งทิศทางการไหลของข่าวสารนอกจากจะใช้มิติเรื่องทิศทางเป็นเกณฑ์พิจารณาแล้ว ยังมีเกณฑ์เรื่องขอบเขตของชุมชนเป็นตัวแบ่งเป็นขอบเขตในชุมชนและขอบเขตภายนอกชุมชน จากเกณฑ์นี้ทำให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารใน 3 ทิศทาง ได้แก่ การไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเองเพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความ

ต้องการและการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของชุมชน

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีการกระจายรายได้ไปสู่คนในท้องถิ่นให้ได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการท่องเที่ยวโดยเปิดโอกาสให้เข้ามาช่วยในการให้บริการทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งการเป็นภาคีเครือข่ายท้องถิ่นด้วย องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีพื้นฐานอยู่บนธรรมชาติวัฒนธรรมและชุมชน มีการจัดการที่ยั่งยืน คำนึงถึงสังคมวัฒนธรรม ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ต้องได้รับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วม ที่สำคัญที่สุดคือนักท่องเที่ยวต้องมีความพึงพอใจ

Chandra (2003) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ด้านพื้นที่ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศของชุมชน

2. ด้านการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดการมลพิษและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขตไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติเพื่อสร้างเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ

3. ด้านกิจกรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความรู้ประสบการณ์ความประทับใจสร้างความ

ตระหนักปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวและมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว

4. ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และนโยบายในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาอนุรักษ์ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

การสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่ประสานส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เมื่อจำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น รูปแบบของการสื่อสารจึงมีความซับซ้อนมากขึ้น และการเรียนรู้ของมนุษย์ที่ได้สร้างเทคโนโลยีอันทันสมัย ก่อให้เกิดการสื่อสารในรูปแบบใหม่ มีความเข้ากันได้กับคนในสังคม และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในส่วนของ การท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าสอนกับบ้านบางชัน ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเปลี่ยนจากผู้รับสารกลายมาเป็นผู้ส่งสาร โดยใช้ช่องทางการสื่อสารคือสื่อใหม่ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ในการแบ่งปันและบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรม วิถีชีวิตชุมชนและความประทับใจด้านพื้นที่ ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว อาหารทะเลสดรสชาติดี บริการอาหารและเครื่องดื่มแบบไม่จำกัดปริมาณ การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การให้การต้อนรับ การบริการที่เป็นมิตร ผ่านสื่อออนไลน์จนทำให้การท่องเที่ยวชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้น

ผลการวิจัย

ชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชัน หรือเดิมเรียกว่า "บ้านโรงไม้" ภายหลัง

เปลี่ยนเป็น “หมู่บ้านไร่แผ่นดิน” เป็นชุมชนที่มีความเป็นมายาวนานประมาณ 135 ปีมาแล้ว โดยเริ่มมาตั้งแต่ก่อนปี พ.ศ. 2410 มีชาวจีนที่เดินทางอพยพเข้ามาในไทย ทำการค้าขายติดต่อไปถึงกรุงเทพฯ เมื่อผ่านมาถึงจันทบุรีได้นำเรือมาหลบหลุมในบริเวณลุ่มน้ำเวฬุ และเห็นว่าเป็นบริเวณที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทะเล มีสัตว์น้ำมากมาย จึงได้ทำการประมง จนกลายเป็นอาชีพ

ในส่วนของชุมชนบ้านท่าสอนเป็นศูนย์การเรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ โดยกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง เป็นพื้นที่ป่าชายเลนขนาดใหญ่ขยายผลจากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีความอุดมสมบูรณ์ของป่า สัตว์น้ำ และสัตว์ป่าอื่น ๆ นอกจากนี้ยังเป็นป่าที่ช่วยชะลอความแรงของลม และกระแสน้ำ ช่วยอนุบาลพันธุ์สัตว์น้ำนานาชนิด และเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์อีกหลายชนิด เช่น นก และแมลงต่าง ๆ ภายในลุ่มน้ำแห่งนี้ยังมีวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวประมงพื้นบ้านที่สืบทอดกันมานับร้อยปี บริเวณนี้จึงเป็นพื้นที่ที่มีความสมดุลในการอยู่ร่วมกันของระบบนิเวศ ทั้งคน สัตว์ และป่า

ลักษณะที่ตั้งบ้านเรือนทั้งสองชุมชนอยู่ในเขตลุ่มน้ำ แม่น้ำเวฬุไหลผ่าน สองฝั่งแม่น้ำเป็นพื้นที่ป่าชายเลนขนาดใหญ่ มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ บรรยากาศดี จุดเด่นของกิจกรรมท่องเที่ยวคือมีทะเลแหวก เป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีความสวยงามแปลกตา พาล่องแพชมเหยี่ยวแดง หิงห้อย เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ อาหารทะเลสด รสชาติอร่อย และราคาไม่แพง

ข้อมูลด้านการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน พบว่าผู้นำชุมชนคือนายสนั่น แก้วขาว นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน เป็นผู้ริเริ่มการจัดการท่องเที่ยวของ

ชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชันเริ่มจากการทำแพท่องเที่ยว โดยไปกู้เงิน ธกส.นักท่องเที่ยวคือเพื่อนสนิทที่ทำงานในเครือข่ายองค์กรส่วนท้องถิ่น คนรู้จักและญาติสนิท มาใช้บริการท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจเลยบอกต่อ “ปากต่อปาก” เมื่อนักท่องเที่ยวมากขึ้นจึงชักชวนชาวบ้านมาทำเรื่องการท่องเที่ยวจนถึงทุกวันนี้

การสื่อสารชุมชนในการเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนถือได้ว่าเป็นสื่อบุคคลที่มีความสำคัญและเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่มีบทบาทอย่างมากในการเป็นผู้คิดริเริ่มแนวทางเพื่อพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าการสื่อสารของชุมชนที่มีส่วนสนับสนุนการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนให้บรรลุวัตถุประสงค์ของชุมชนนั้นอาจแบ่งได้เป็นสามส่วนหลักได้แก่ รูปแบบการสื่อสารภายในเครือข่าย รูปแบบการสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยวและการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

1. รูปแบบการสื่อสารภายในเครือข่าย

รูปแบบการสื่อสารภายในเครือข่ายสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1) รูปแบบการสื่อสารทางเดียวภายในเครือข่ายพบว่า ปรากฏอยู่น้อยมาก มีเพียงการสื่อสารด้านกฎหมาย กฎข้อบังคับ นโยบายต่าง ๆ จากภาครัฐ รวมถึงป้ายประชาสัมพันธ์แพท่องเที่ยวและโฮมสเตย์ที่ผู้ประกอบการชุมชนจัดทำขึ้นเอง

2) รูปแบบการสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการภายในเครือข่ายพบว่า หน่วยงานภาครัฐคือเทศบาลตำบลบางชันมีการประชุมนัดหมายอย่างเป็นทางการ เพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชัน ซึ่งรูปแบบของ

การสื่อสารจะใช้จดหมายเชิญประชุมที่มีลาย
ลักษณ์อักษรเชิญประชุม และผู้มีอำนาจลงนาม
อย่างชัดเจน

3) รูปแบบการสื่อสารสองทางอย่างไม่เป็น
ทางการภายในเครือข่าย ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร
กันระหว่างเทศบาลตำบลบางชันเป็นการพูดคุย
นอกรอบเพื่อชี้แจงข้อมูลต่าง ๆ การติดต่อนัด
หมายด้วยโทรศัพท์ซึ่งอาศัยความสนิทสนมส่วนตัว
ด้านการคอยเป็นหูเป็นตาในการรักษา
ทรัพยากรธรรมชาติ และการกำหนดกฎเกณฑ์ การ
พูดคุยตักเตือนคนที่กระทำผิด ซึ่งจากการ
สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของผู้วิจัยพบว่า การ
พูดคุยแลกเปลี่ยนแนวความคิดและการแก้ปัญหา
ระหว่างองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชนและ
ชาวบ้านมีความเป็นกันเอง การช่วยเหลือกัน การ
คิดและวางแผนร่วมกัน ทำให้เห็นถึงการมีส่วนร่วม
ของทุกคนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

4) รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
ภายในเครือข่าย ในการจัดการท่องเที่ยว กิจกรรม
ท่องเที่ยว หรือประชุมแลกเปลี่ยนพูดคุยกัน การ
ประสานเครือข่ายความร่วมมือในชุมชนเพื่อให้
ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ นายก
เทศบาลตำบลบางชันและทุกภาคส่วนในชุมชนเข้า
มามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การคิด การ
วางแผนการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีความ
รับผิดชอบ ได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึง

2. รูปแบบการสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับ นักท่องเที่ยว

รูปแบบการสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับ
นักท่องเที่ยวที่ปรากฏสามารถแบ่งออกเป็น 3
รูปแบบ คือ

1) รูปแบบการสื่อสารทางเดียว ส่วนใหญ่
จะเป็นลักษณะการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการ

ท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว
กิจกรรมท่องเที่ยว ขององค์การบริหารส่วนตำบล
บางชัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและในส่วน
ของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากผู้รับเป็นผู้ส่งสาร
ผ่านสื่อเว็บไซต์ ส่วนชุมชนจะเป็นแผ่นพับ
โปสเตอร์ และป้าย เป็นต้น ในส่วนของสื่อมวลชน
คือการนำเสนอข้อมูลผ่านรายการโทรทัศน์ไปยัง
กลุ่มนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป

2) รูปแบบการสื่อสารสองทางระหว่าง
เครือข่ายกับนักท่องเที่ยว ปรากฏในรูปแบบการ
พูดคุยกับนักท่องเที่ยวทั้งในเรื่องการอนุรักษ์และ
การประชาสัมพันธ์ เช่น นักท่องเที่ยวมีการ
สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและบริการ
โดยผ่านทางโทรศัพท์ และทางสื่อออนไลน์ และยังมี
เรื่องของการพูดคุยถึงประเด็นการขอความ
ร่วมมือ และมีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวในเรื่อง
การจัดการขยะ เรื่องการรักษาทรัพยากร รวมทั้ง
การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนอย่างเช่น
ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนบ้านท่าสอน
กับชุมชนบ้านบางชัน อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี
และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

3) รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
ระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยว จากการสังเกต
แบบมีส่วนร่วมของผู้วิจัย ผลการวิจัยพบว่า การ
สื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับ
เครือข่ายส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปแบบกิจกรรม
การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
รวมถึงการมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา
ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ กิจกรรมด้าน
วิถีชีวิตของชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชัน
อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี

3. การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

การสื่อสารสามารถแบ่งตามสาระออกเป็น 4 ด้าน คือ

1) ด้านพื้นที่/ลักษณะทางกายภาพ ได้มีการรณรงค์ให้ชาวบ้านในพื้นที่ร่วมกันอนุรักษ์ดูแลรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชัน ให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติให้เสื่อมโทรม

2) ด้านการจัดการ ได้แก่ การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ เช่น การจัดการขยะของเน่าเสีย และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต เพื่อสร้างเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ

3) ด้านกิจกรรม ได้แก่ การแนะนำเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ป่าชายเลน และปลูกป่า พาเที่ยวหมู่บ้านไร่แผ่นดิน ไหว้พระ ชมวิถีชีวิตชุมชนและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากอาหารทะเล กิจกรรมล่องแพชมธรรมชาติ ดูเหยี่ยวแดงทะเลแหวก รับประทานอาหารทะเลสดแบบบุฟเฟต์โดยไม่จำกัดปริมาณ พร้อมคาราโอเกะ

4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน การบอกเล่าประวัติความเป็นมาของชุมชน เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว การให้การต้อนรับ การบริการที่เป็นมิตร เช่น ชาวบ้านที่มีเรือหางยาวจะคอยบริการรับส่งนักท่องเที่ยว หรือการเช่าเรือเพื่อพาชมความสวยงามของสองฝั่งแม่น้ำเวฬุ มีการดัดแปลงบ้านมาเป็นโฮมสเตย์สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการดูแลอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว

สื่อ/ช่องทางการสื่อสารที่ใช้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่ออินเทอร์เน็ต

อภิปรายผล

รูปแบบการสื่อสารชุมชนเพื่อการเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน มีรูปแบบการสื่อสาร 2 รูปแบบคือรูปแบบการสื่อสารภายในเครือข่ายและรูปแบบการสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยวโดยอภิปรายผลได้ดังนี้

รูปแบบการสื่อสารภายในเครือข่ายมีการติดต่อสื่อสารระหว่างภาครัฐผู้นำชุมชนผู้ประกอบการชุมชนและชาวบ้านสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบคือรูปแบบการสื่อสารทางเดียว รูปแบบการสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางอย่างไม่เป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนด้านรูปแบบการสื่อสารภายในเครือข่าย พบว่ามีรูปแบบการสื่อสารสองทางทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการที่นำไปใช้ในการเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างมีประสิทธิภาพเนื่องจากมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและมีการบริหารจัดการในประเด็นต่าง ๆ ของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนซึ่งสอดคล้องกับ แป้นสุข (2555) ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวนับแต่การก่อตั้ง การดำเนินการ การประสานงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวรวมถึงการกำหนดแผนการจัดการและกฎระเบียบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการดูแลและบริการนักท่องเที่ยวรวมทั้งการแก้ปัญหาแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาหรือบริหารจัดการต้องอาศัยการ

สื่อสารเป็นสำคัญ โดยเฉพาะผู้นำชุมชนถือเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการโน้มน้าวใจให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารได้อย่างดี สื่อที่ใช้มีหลากหลาย ซึ่งเป็นสื่อผสมระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ สอดคล้องกับ ฐิตียาภรณ์ (2553) พบว่า การสื่อสารของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและตอกย้ำการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นผลมาจากการใช้สื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารระดับต่าง ๆ และการใช้รูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

รูปแบบการสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายได้ว่าสื่อที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยวมีทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจ โดยรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือรูปแบบการสื่อสารทางเดียว รูปแบบการสื่อสารสองทาง และรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวมีการสื่อสารลักษณะผสมผสานระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของชุมชนบ้านท่าสอนกับชุมชนบ้านบางชันสอดคล้องกับ บัวบางพลู (2559) ที่กล่าวว่า การสงวนรักษาพื้นที่ ควบคุมดูแลทรัพยากรในระบบนิเวศให้คงสภาพไว้โดยทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความจำเป็นต้องได้รับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วยเพื่อสามารถเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้นานที่สุด ส่วนนวัตกรรมการสื่อสารที่ชักนำให้มาท่องเที่ยว คือสื่อบุคคลด้านเพื่อนร่วมงานและเพื่อนสนิท เป็นลักษณะปากต่อปาก

การแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, Weblog, Page โดยสลับจากผู้รับสารเป็นผู้ส่งสารสอดคล้องกับ เย็นจะบก (2552) ที่พบว่าสื่อที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เว็บไซต์ และป้ายโฆษณา โดยมีต้นทุนของพื้นที่ ได้แก่ วิถีชีวิตของชาวบ้านบริเวณป่าชายเลน รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ และยังสอดคล้องกับ สุทธิวรเศรษฐ์ (2557) ที่ระบุว่าการบริหารงานที่เป็นความร่วมมือกันระหว่างเจ้าของตลาด ผู้ค้าในตลาด ผู้นำชุมชนและพระ นำมาสู่เอกลักษณ์ของตลาดน้ำขวัญเรียมที่สร้างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างกระแสความสนใจในการมาท่องเที่ยวด้วยการทำการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการบอกต่อในสื่อสังคมออนไลน์ช่วยขยายเนื้อหาออกไปในพื้นที่สื่อมวลชนอื่น ๆ ที่นำมาสู่การมาท่องเที่ยว และท่องเที่ยวซ้ำ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีที่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนท้องถิ่นสามารถนำผลการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม พัฒนาการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดศักยภาพ และสร้างความพร้อมต่อการรองรับนโยบายในการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน การสร้างภาคีเครือข่ายระดับชุมชนโดยหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องกับภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนเข้ามา มีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ และให้โอกาสชุมชนท่องเที่ยว รวมถึงชาวบ้านได้ มีเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้วย นวัตกรรมสื่อต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะการ นำเสนอศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ยังให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารของชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่น ๆ ที่มีรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่าง เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นให้เกิดความโดดเด่น

และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากขึ้น โดยมีการศึกษาปฏิบัติด้วยตนเองเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการสื่อสารของชุมชน ให้ตื่นตัวต่อการแสวงหาความรู้จากภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับชุมชนท้องถิ่น และสังคมภายนอก รวมถึงนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถศักยภาพในการผลิตสื่อของชุมชนเอง เป็นการสื่อสารเชิงรุก เพื่อให้ชุมชนกำหนดรูปแบบและเนื้อหาในการสื่อสารไปยังผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวได้เอง และการประเมินศักยภาพตนเองอย่างสม่ำเสมอ อันจะส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

References

- Bang Chan Subdistrict Administration Organization. (2561). *Bang Chan Subdistrict*. <http://www.bangchan.go.th/> Search
- Buabangplu, P. (25 5 9). *Development of teaching and learning management system through higher education network system* [Unpublished master's thesis]. Srinakharinwirot University.
- Chandra, S. (2003). *Ecotourism and sustainable development*. Rajat Publications.
- Chuchart, C. (2011). *Tourism industry*. Lanna Printing.
- Pangsuk, A. (2555). *Comparative study of tourism industry development in Surat Thani and Nakhon Si Thammarat Provinces* [Unpublished master's thesis]. Krirk University.
- Suthiworaset, J. (2557). *Communication for promoting tourism in the floating market in the sustainable central basin* [Unpublished research report]. National Institute of Development Administration.
- Thitiyaporn, P. (2553). *Sustainable tourism community communication: A case study of Khlong Lat Mayom floating market* [Unpublished research report]. Thammasat University.

รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี

อภิวรรณ ศิรินันทนา

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

Email: apiwan.s@rbru.ac.th

สันดุสิตธี บรวิงษ์ตระกูล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

อังศุมารีน สุขชัยรัตน์โชค

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

จเร เกื้อนพวงแก้ว

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ อภิวรรณ ศิรินันทนา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

Email: apiwan.s@rbru.ac.th

วันที่รับบทความ: 4 สิงหาคม 2564 วันที่แก้ไขบทความ: 4 เมษายน 2565 วันที่ตอบรับบทความ: 1 พฤษภาคม 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ ศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร และรูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี **วิธีการวิจัย** เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยว จำนวน 384 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มทางวัฒนธรรมในชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านด้านวัฒนธรรม ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาในชุมชนและตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน **ผลการวิจัย** นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี โดยส่วนใหญ่ติดตามสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ โดยเปิดรับข่าวสาร 2-3 ครั้ง ต่อเดือน และระยะเวลาในการเปิดรับต่ำกว่า 15 นาที เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรีเป็นการท่องเที่ยวและพัฒนาการท่องเที่ยว บนฐานการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการใช้ทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยมีชุมชนเป็นกลไกในการสร้างเนื้อหา และมีเครือข่ายสนับสนุนในเรื่องดำเนินการสื่อสารให้แก่ชุมชน **นัยทางด้านทฤษฎี/นโยบาย** มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการใช้ตัวแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรีเป็นรูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ในจังหวัดอื่น ๆ

คำสำคัญ: การจัดการสื่อสาร การตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



Cultural tourism marketing communication management model, Chanthaburi province

Apiwan Sirinantana

Faculty of Communication Arts, Rambhaibarni Rajabhat University, Muang District, Chanthaburi 22000

Email: apiwan.s@rbru.ac.th

Sandusit Brorewongtrakhul

Faculty of Communication Arts, Rambhaibarni Rajabhat University Muang District, Chanthaburi 22000

Aungsumarin Suchairatanachoke

Faculty of Communication Arts, Rambhaibarni Rajabhat University , Muang District, Chanthaburi 22000

Jaray Thuenphuangkaew

Faculty of Communication Arts, Rambhaibarni Rajabhat University, Muang District, Chanthaburi 22000

Correspondence concerning this article should be addressed to **Apiwan Sirinantana** , Faculty of Communication Arts,
Rambhaibarni Rajabhat University, Muang District, Chanthaburi 22000
Email: apiwan.s@rbru.ac.th

Received date: August 4, 2021 Revised date: April 4, 2022 Accepted date: May 1, 2022

Abstract

PURPOSES: To study the behavior of receiving information and marketing communication management model for cultural tourism in Chanthaburi Province. **METHODS:** It was a mixed method approach of quantitative and qualitative research methods. The sample group consisted of 384 tourists. Key informants were community leaders, community cultural experts, representatives from educational institutions in the community, and representatives of community tourism group. The tools used were questionnaires and interviews. **RESULTS:** The majority of tourists received cultural tourism information in Chanthaburi Province from the Internet, such as the Google web site, 2-3 times a month for news, with less than 15 minutes each in their free time. The marketing communication management model for cultural tourism in Chanthaburi Province was based on managing cultural resources and promoting the deployment of cultural capital to achieve economic value with the community as a mechanism for creating content with a support network for communicating with the community. **THEORY/POLICY IMPLICATIONS:** The Rambhaibarni Rajabhat University and other organizations could promote the Model as a model for cultural tourism marketing management in other provinces.

Keywords: Communication management, marketing, cultural tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยในแง่เศรษฐกิจนั้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยในการปรับดุลการชำระเงินของประเทศ สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งนำมาสู่การจ้างงานและการสร้างอาชีพทั้งในภาคการท่องเที่ยวโดยตรง และการจ้างงานในภาคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งในภาพรวมแล้วจะนำไปสู่การสร้างเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและควมมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ในส่วนของภาคตะวันออก เมื่อปี พ.ศ. 2559 มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลักแสนล้าน โดยเป็นรายได้จากชาวต่างชาติร้อยละ 59 ส่วนใหญ่ที่นิยมมาเที่ยวในภาคตะวันออกคือชาวจีน รัสเซีย อินเดีย และยุโรป จากการที่รัฐบาลมีแผนจะพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเพื่อให้สอดคล้องกับระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ Eastern Economic Corridor (EEC) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคตะวันออก มีแผนการทำงานด้วยการรักษารายได้ในแต่ละเดือนให้อยู่ในระดับสม่ำเสมอ ด้วยการเจาะกลุ่มคนทำงานต่างชาติ กลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้สูง การขยายสินค้าและบริการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ ทั้งเรื่องอาหารอร่อย อาหารพื้นถิ่นและอาหารเพื่อสุขภาพ ไปพร้อม ๆ กัน

จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย เป็นเมืองที่อุดม

สมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติทั้งในดินและในน้ำ มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตร โดยเฉพาะการเพาะปลูกผลไม้ที่ขึ้นชื่อของจังหวัด ได้แก่ทุเรียน เงาะ มังคุด ลำไย และพืชผลทางการเกษตรอื่นๆ จังหวัดจันทบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น แหลมเสด็จ หาดเจ้าหลาว อ่าวคุ้งกระเบน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วและอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ (น้ำตกกระทิง)

2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น บ้านพระยาวิสุตโกษา (พิภพสาธิต) อาครพิก อาศัยและร้านค้าย่านท่าหลวง พระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ศาลากลางจังหวัดจันทบุรี (หลังเก่า) และอุตู่เรือสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชค่ายเนินวง

3. แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัดพระแม่ปฏิสนธิ์นิรมล (โบสถ์วัดคาทอลิก) วัดไผ่ล้อม (พระอารามหลวง) วัดจันทนาราม วัดใหม่เมืองจันทบุรีและวัดโบสถ์เมือง

4. แหล่งท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจและสังคม เช่นตลาดพลอยถนนอัญมณี บ้านบางสระและเมืองจันทน์ในฤดูผลไม้

5. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น โบราณสถานค่ายเนินวง ศาลากลางจังหวัดจันทบุรีหลังเก่า ถนนอัญมณี (ถ.ศรีจันทร์และตรอกกระจำ) ศาลหลักเมืองจันทบุรี (ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง) ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (จันทบุรี) แหล่งโบราณคดีบ้านคลองบอน แหล่งโบราณคดีบ้านคลองบอน พระพุทธบาทพลวง วัด

พลับ และบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์วัดเขาสุกิม พุทธอุทยานวัด
ชากใหญ่ วัดเขาพลอยแหวน วัดตะกาดเจ้า วังสวน
บ้านแก้ว ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี และ
อาสนวิหารแม่พระปฏิสนธินิรมล (วัดคาทอลิก)

จากแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดนี้แสดงให้เห็น
ว่าจันทบุรีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่ง
หนึ่งของประเทศในปัจจุบัน (จังหวัดจันทบุรี,
2560)

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัด
จันทบุรีมีมากมาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม ซึ่งคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”
ถูกกำหนดขึ้นมาอย่างชัดเจนในการประชุมสภา
การโบราณสถานระหว่างประเทศ (International
Council on Monuments and Sites:
ICOMOS) ที่เมืองออกซ์ฟอร์ด ใน พ.ศ. 2512 หรือ
ค.ศ. 1969 (รัตนสุวงศ์ชัย, 2554) นับจากนั้นมี
นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลายโดยมี
รูปแบบเดียวกันคือ เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจาก
ความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่จะ
เรียนรู้วิถีชีวิตของคน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาหาร และ
สินค้าท้องถิ่น จึงถือได้ว่าการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมนั้นเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบสาน
วัฒนธรรมของมนุษย์ให้คงอยู่ (ครูเอี่ยม, 2556)

สำหรับวังสวนบ้านแก้ว เป็นอีกหนึ่งสถานที่
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
ที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 41 หมู่ 5
ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในสมัยก่อน
เป็นที่ประทับของสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี
พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 7 ซึ่งประกอบไปด้วย
ตำหนักและอาคารหลายหลัง ปัจจุบันวังสวนบ้าน
แก้วอยู่ในความดูแลของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

รำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี และไม่เสีย
ค่าธรรมเนียมในการเข้าเยี่ยมชม แต่วังสวนบ้าน
แก้ว ยังไม่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวมากนักอาจ
เนื่องมาจากขาดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวที่
ชัดเจน หรือรูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาด
ท่องเที่ยวยังไม่เหมาะสม จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้จัก
วังสวนบ้านแก้ว ไม่มากเท่าที่ควร

คณะผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง
รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี เพื่อที่จะได้ทราบข้อมูล
เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และทราบรูปแบบ
สื่อสารการตลาดทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับ
สถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดจันทบุรี ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการสื่อสาร
การตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี

วิธีการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed
methods) ระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ
(Quantitative research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ
(Qualitative research) และซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1
พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ
รวบรวมข้อมูล โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม
(Questionnaires)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววังสวนบ้านแก้ว ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของคอดแรน (Cochran, 1977) ได้จำนวน 384 คน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือแบบสอบถามพฤติกรรมกรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี มีลักษณะเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์โดยวิธีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มทางวัฒนธรรมในชุมชน ประชาชนชาวบ้านด้านวัฒนธรรม ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาในชุมชน และตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คัดเลือกจากคุณสมบัติของบุคคลที่มีบทบาทเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมชุมชน ไม่ต่ำกว่า 3 ปี และมีบทบาทเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในการบริหารจัดการชุมชน วัฒนธรรมชุมชน และการท่องเที่ยวชุมชน

ผลการวิจัย

พฤติกรรมกรับข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี



ตารางที่ 1 พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามการสืบค้นข้อมูลข่าวสารจากสื่อ ความถี่ในการรับข่าวสาร ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร และเหตุผลในการเปิดรับสื่อ

รายการ	จำนวน	
	(n = 384)	ร้อยละ
1. การสืบค้นข้อมูลข่าวสารจากสื่อ		
สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น ยูทูบ	182	47.40
สื่อมวลชน	80	20.80
สื่อท้องถิ่น	122	31.80
รวม	384	100.00
2. ความถี่ในการรับข่าวสาร		
น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	108	28.00
2-3 ครั้งต่อเดือน	145	38.00
4-5 ครั้งต่อเดือน	101	26.00
6 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	30	8.00
รวม	384	100.00
3. ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร		
ต่ำกว่า 15 นาที	150	39.00
20 นาที	111	28.90
25 นาที	70	18.30
มากกว่า 25 นาที	53	13.80
รวม	384	100.00
4. เหตุผลในการเปิดรับสื่อ		
เพื่อความบันเทิง	83	21.60
เพื่อศึกษาข้อมูลที่สนใจ	100	26.00
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	136	35.40
เพื่อหาความรู้	65	17.00
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงว่า ข้อมูลพฤติกรรม การรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดจันทบุรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตาม ประเภทสื่อ สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ คิดเป็น ร้อยละ 47.40 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร 2-3 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีระยะเวลา ในการเปิดรับต่ำกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ

39.0 และส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเปิดรับสื่อ เพื่อ ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์คิดเป็นร้อยละ 35.40

รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยสรุป ความเนื้อหา จากการประชุมย่อย นำเสนอข้อมูล ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี

Source	Network	Message	Channel	Receiver
เจ้าของแหล่ง ท่องเที่ยว วังสวนบ้านแก้ว	เครือข่ายสื่อสาร การท่องเที่ยว 1. มหาวิทยาลัย ราชภัฏ รำไพพรรณี 2. เทศบาลเมือง ท่าช้าง 3. องค์การบริหาร ส่วนจังหวัด จันทบุรี 4. สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด จันทบุรี	สิ่งดึงดูดใจ วังสวนบ้านแก้ว 1. ป้ายบอกทาง 2. สถานที่จอดรถ 3. มัคคุเทศก์ 5. ความสะอาด 6. พิพิธภัณฑ์ 7. กิจกรรม	หน่วยงานด้านการสื่อสาร 1. สำนักงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัด 2. สื่อมวลชน 3. สื่อท้องถิ่น/สื่อชุมชน กลุ่มเอกชน บริษัท ทัวร์Media 1. วิทยุ หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น 2. สื่ออินเทอร์เน็ต 3. สื่อมวลชน	นักท่องเที่ยว ผู้สัญจร ผู้มาเยือน นักทัศนศึกษา
กำหนดเนื้อหาหลัก ของการสื่อสาร	ประสานงานไปยัง สื่อและองค์กรที่ เกี่ยวข้องเพื่อให้ เกิดการสื่อสาร อีกช่องทางการ สื่อสารหนึ่ง		สื่อมวลชน สื่อท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ช่วยเป็น ช่องทางการสื่อสารใน ลักษณะข่าวแจกหรือ การเป็นจุดวางสื่อ ประชาสัมพันธ์	ผู้รับสาร รับรู้ ข้อมูลข่าวสาร เกิดความรู้ ความเข้าใจ คิดตัดสินใจใน การท่องเที่ยว

จาดารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี เป็นเครื่องมือสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาการท่องเที่ยว บนฐานการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการปรับใช้ทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยมีชุมชนเป็นกลไกในการสร้างเนื้อหาและมีเครือข่ายสนับสนุนในเรื่องดำเนินการสื่อสารให้แก่ชุมชน

สรุปและอภิปรายผล

พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่ติดตามสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บยูทูป โดยเปิดรับข่าวสาร 2-3 ครั้ง ต่อเดือน ระยะเวลาในการเปิดรับต่ำกว่า 15 นาที เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ายุคปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อชนิดอื่น ๆ ดังนั้นจึงทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตสูงที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ กลางสาทร (2556) ได้กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นทั่วโลก สามารถค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ได้ เหมือนกับเราไปนั่งอยู่ที่ห้องสมุดขนาดใหญ่ได้ ข้อมูลมากมายจากทั่วทุกมุมโลก สามารถติดตามเคลื่อนไหวจากข่าวสารทั่วโลกอย่างรวดเร็ว

รูปแบบการจัดการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี เป็นเครื่องมือสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาการท่องเที่ยว บนฐานการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการปรับใช้ทุนทาง

วัฒนธรรม เพื่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยมีชุมชนเป็นกลไกในการสร้างเนื้อหา และมีเครือข่ายสนับสนุนในเรื่องดำเนินการสื่อสารให้แก่ชุมชน ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จำปาทอง (2556) ได้ศึกษาการสร้างสรรคงานประชาสัมพันธ์เพื่อประสิทธิผลด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การสร้างภาคีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งข้อมูลมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการดังต่อไปนี้

1. จัดสรรงบประมาณให้กับวังสวนบ้านแก้ว เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากขึ้นโดยไม่เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมไปจากเดิม
2. ส่งเสริมให้มีการจัดคณะนักท่องเที่ยวศึกษาดูงาน เพื่อเป็นการฝึกทักษะการท่องเที่ยวของชุมชน และเป็นการทำความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ผู้สนับสนุนและประสานงานไปยังหน่วยงานภาครัฐที่ทำงานด้านสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนและสื่อท้องถิ่นเพื่อรับช่วงต่อจากชุมชนในฐานะเครือข่ายการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

References

- Champhong, A. (2556). *Creation of public relations for the effectiveness of tourism promotion of Lampang Province* [Unpublished Master thesis]. Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.
- Chanthaburi Province. (2560). *Attractions in Chanthaburi - Travel in Chanthaburi Province*.
<http://www.bkkfly.com/travel/thailand/chanthaburi.html>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. Wiley Eastern.
- Klangsathorn, P. (2556). *Advantages and disadvantages of using the Internet*.
<http://phetnakhonusetointernet.blogspot.com/>
- Kruiam, P. (2556). *Cultural tourism*.
<http://tourism-dan1.blogspot.com>
- Rattanasuwongchai, N. (2554). Strategy for the development of cultural tourism. *Manutsayasat Wichakan Journal*, 18(1), 31-50.



ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการบริจาคโลหิตเป็นประจำที่ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ

นิชชา ไพรัตน์

งานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

Email: dr.nichcha.p@gmail.com

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ นิชชา ไพรัตน์ งานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี 12120

Email: dr.nichcha.p@gmail.com

วันที่รับบทความ: 10 เมษายน 2562 วันที่แก้ไขบทความ: 25 พฤศจิกายน 2563 วันที่ตอบรับบทความ: 15 ธันวาคม 2563

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของการบริหารทรัพยากร การรับรู้คุณค่าการบริจาคโลหิตและความเชื่อมั่นไว้วางใจในการบริจาคโลหิตต่อความตั้งใจในการบริจาคโลหิตเป็นประจำ **วิธีการวิจัย** การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้บริจาคโลหิตจำนวน 400 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเชิงชั้นภูมิแบบมีระบบที่ศูนย์บริการรับบริจาคงานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ **ผลการวิจัย** การบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มีผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิตและความเชื่อมั่นในการบริจาคโลหิต และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจในการบริจาคโลหิตเป็นประจำผ่านการรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิตและความเชื่อมั่นต่อการบริจาคโลหิตอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** งานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติควรพัฒนาและให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านการบริการ โดยมีการอบรม ให้ความรู้ และเพิ่มพูนจิตสำนึกแก่เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ให้มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้บริจาคโลหิต มีความพร้อมในการตอบข้อสงสัย นอกจากนี้ยังควรเน้นย้ำให้เจ้าหน้าที่ได้ฝึกฝนให้มีความเชี่ยวชาญในการเจาะเลือดและสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเกิดภาวะแทรกซ้อน

คำสำคัญ: การจัดการทรัพยากร การรับรู้คุณค่า ความไว้วางใจ การบริจาคโลหิต

Variables influencing regular blood donation at Thammasat University Hospital

Nichcha Pairatana

Blood Donation Section of Blood Bank Department, Thammasat University Hospital, 95/8, Khlongnueng, Khlongluang,
Pathumthani 12120

Email: dr.nichcha.p@gmail.com

Correspondence concerning this article should be addressed to **Nichcha Pairatana**, Blood Donation Section of Blood Bank
Department, Thammasat University Hospital, 95/8, Khlongnueng, Khlongluang, Pathumthani 12120
Email: dr.nichcha.p@gmail.com

Received date: April 10, 2019 Revised date: November 25, 2020 Accepted date: December 15, 2020

Abstract

PURPOSES: To look into the influences of resource management, perceived value of blood donation, and trust in blood donation on the intention to donate blood regularly. **METHODS:** It was a quantitative research, the empirical data being collected by questionnaires distributed to 400 blood donors at Blood Donation Section of Blood Bank Department in Thammasat University Hospital. **RESULTS:** The soft aspect of resource management directly affected both perceived value of blood donation and trust whereas it indirectly affected intention to donate blood regularly through the perceived value of blood donation and trust in blood donation significantly ($p < 0.01$). **THEORY/POLICY IMPLICATIONS:** Blood Bank Department at Thammasat University Hospital needs to develop and focus on service management by means of training to enhance knowledge and awareness of service personnel to understand the objectives of blood donors and ready to answer questions from them. The staff should also be trained to be proficient in blood collection and to be able to resolve immediate problems when complications arise.

Keywords: Resource management, perceived value, trust, blood donation

บทนำ

งานด้านการบริการโลหิตเป็นงานบริการเพื่อสำรองโลหิตและส่วนประกอบของโลหิตให้เพียงพอต่อการสนับสนุนในการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์จึงต้องสำรองไว้ให้เพียงพอ (Mathew et al., 2007) การมีประชากรจำนวนมากส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุเพิ่มขึ้น นอกจากนี้การมีผู้สูงอายุจำนวนมากรวมถึงเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าทางการแพทย์ส่งผลให้จะต้องมีการทำหัตถการที่เกี่ยวข้องทางการแพทย์ เช่น ศัลยกรรมการผ่าตัดเปลี่ยนหัวใจ และการปลูกถ่ายอวัยวะต่าง ๆ (Zou et al., 2008) จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ต้องมีการใช้โลหิตมากขึ้น ยิ่งส่งผลให้มีความต้องการในการสำรองโลหิตเพิ่มมากขึ้น

เมื่อพิจารณาปริมาณโลหิตรวมของงานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติใน พ.ศ. 2551-2562 พบว่า ตั้งแต่ใน พ.ศ. 2553 ยอดปริมาณโลหิตเริ่มเพิ่มขึ้น เนื่องจากการดำเนินการเชิงรุกโดยออกหน่วยรับบริจาคโลหิตเพิ่มขึ้นในวันเสาร์-อาทิตย์ ส่งผลให้ยอดผู้บริจาคโลหิตสูงขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2555-2558 จึงสามารถให้บริการโลหิตได้อย่างเพียงพอและเป็นเครือข่ายในการกระจายโลหิตให้แก่โรงพยาบาลข้างเคียงได้อย่างไรก็ตามมีการปรับเปลี่ยนนโยบายจากการสรรหาโลหิต จึงส่งผลให้ปริมาณโลหิตที่ได้ใน พ.ศ. 2560 ลดลงเหลือเพียง 8,273 ยูนิต ขณะที่ความต้องการโลหิตเพื่อใช้ในการรักษายังคงมีอย่างต่อเนื่อง งานธนาคารเลือดจึงจำเป็นต้องขอโลหิตจากศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ซึ่งก็ไม่ได้ตามปริมาณที่ต้องการ ส่งผลกระทบอย่างมากต่อการบริการโลหิตให้แก่ผู้ป่วย ใน พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2562 จึงได้มีการออกหน่วยนอกสถานที่ในวันหยุดสุดสัปดาห์อีกครั้งและมีโครงการบริจาคโลหิตโดยใช้โลหิตของญาติผู้ป่วยที่ใช้โลหิตมาบริจาคทดแทน ทำให้มี

ปริมาณโลหิตเพิ่มขึ้นเป็น 11,968 และ 10,013 ยูนิตตามลำดับ

ปัญหาการบริจาคโลหิตที่ไม่สม่ำเสมอนี้ยังคงเป็นความเสี่ยง (Risk) ในการบริหารจัดการคลังโลหิตเพื่อบริการประชาชนในประเทศ องค์การอนามัยโลกมีการกำหนดประมาณการณ์การใช้โลหิตแต่ละประเทศไว้ว่า จำนวนโลหิตที่ได้จากการบริจาคโลหิตควรจะต้องมีปริมาณร้อยละ 2 ถึง 4 ของประชากร จึงจะเพียงพอต่อทุกประเทศ (World Health Organization, 2013) ดังนั้น สำหรับประเทศไทยที่มีประชากรประมาณ 65 ล้านคนควรจะมีปริมาณการบริจาคโลหิตประมาณ 1.3 – 2.6 ล้านยูนิตต่อปีหรือคิดเป็นวันละ 3,560 – 7,120 ยูนิต แต่จากการสำรวจในประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2556-2557 พบว่าผู้บริจาคโลหิตโดยเฉลี่ยมีเพียงร้อยละ 1.6 ซึ่งน้อยกว่ามาตรฐานและปริมาณความต้องการของการใช้โลหิตของคนในประเทศ

ปัญหาดังกล่าวจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาตัวแปรที่จะส่งผลให้เกิดการบริจาคเป็นประจำ ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นปัญหานี้ พบว่าบุคคลที่บริจาคโลหิตจะเป็นผู้บริจาคเป็นประจำ โดยเกิดจากสองตัวแปรหลัก คือ 1) ตัวแปรภายใน (Internal Factor) อันเกิดจากความรู้ ความเชื่อทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายในตัวผู้บริจาค และ 2) ตัวแปรภายนอก (External Factor) อันเกิดจากแรงจูงใจทางด้านต่าง ๆ เช่น สังคม การสื่อสาร รวมถึงหน่วยงานรับบริจาคโลหิตที่สามารถจัดการคุณภาพการให้บริการทั้งในมิติด้านกายภาพ (Physical Aspect) และมิติด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) (Lin & Lin, 2011) ที่จะสร้างแรงดึงดูดให้ผู้รับบริการกลับมาบริจาคโลหิตเป็นประจำและต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้วิจัยประสงค์ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้บริจาคโลหิตประจำศูนย์บริการ

รับบริจาค งานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนแนวทางในการบริหารงานของหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

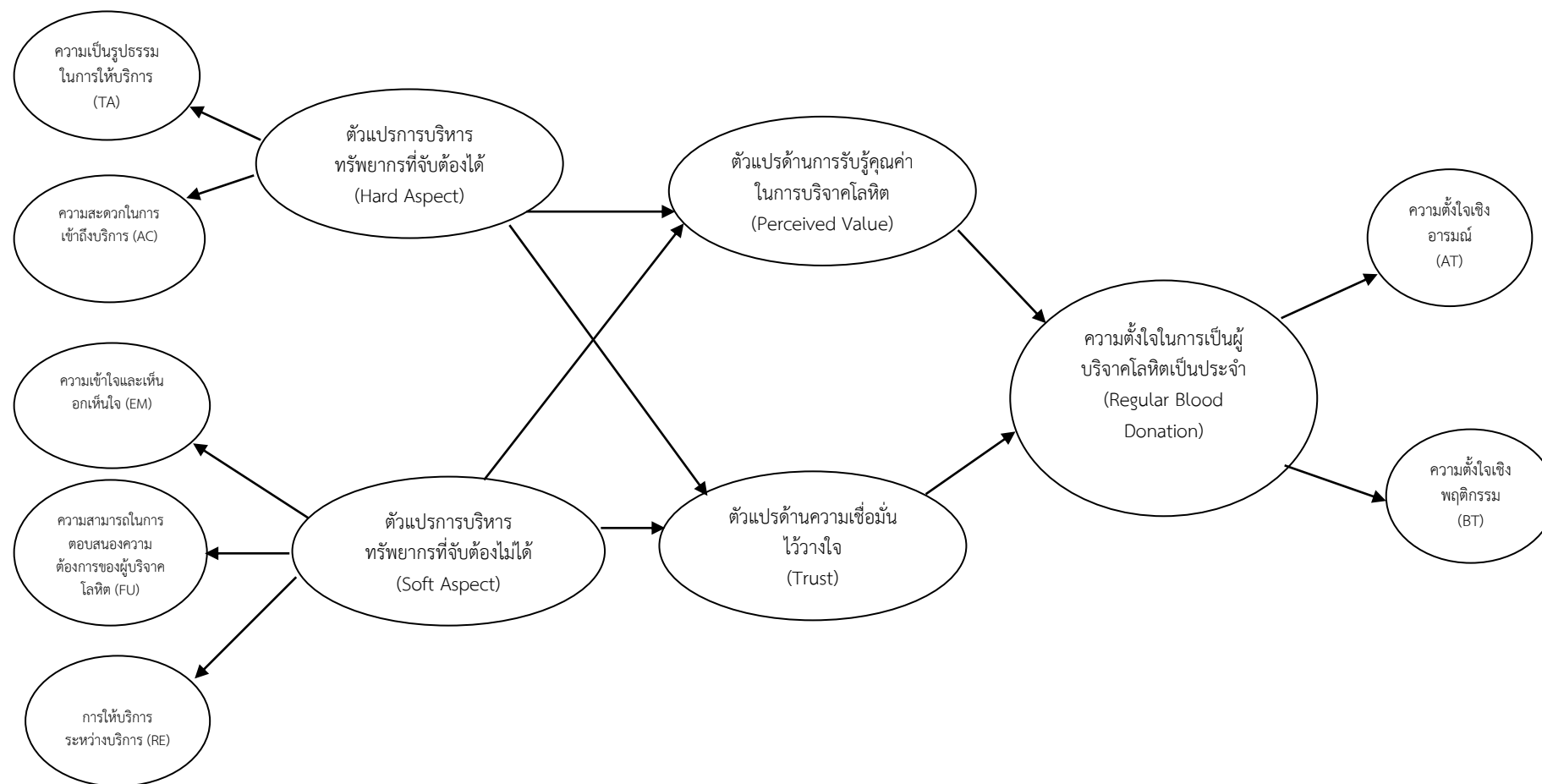
ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลของการบริหารทรัพยากร การรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิต และความเชื่อมั่นในการบริจาคโลหิตต่อความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตประจำศูนย์บริการรับบริจาคงานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ

แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ ของงานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ พบว่า มีตัวแปรการรับรู้การบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ และตัวแปรการบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ นั้น เป็นสิ่งที่ประกอบขึ้นเป็นคุณภาพการบริการสามารถวัดคุณภาพการบริการที่ดีส่งผลต่อการเกิดการรับรู้ถึงคุณค่าในการบริจาคโลหิต ความเชื่อมั่นนำไปสู่ความตั้งใจในการบริจาคโลหิตเป็นประจำได้ ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวความคิด

จากผลการสังเคราะห์วรรณกรรมเมื่อนำมาบูรณาการกับหน่วยงานการบริการรับบริจาคโลหิต จึงเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาในครั้งนี้โดยมีการพัฒนาตัวแบบจากพื้นฐานของ SERVQUAL โดยการแบ่งกลุ่มตัวแปรการบริหารออกเป็นสองตัวแปรหลักคือ ตัวแปรหลักที่ 1 การบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ (Hard Aspect) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรลำดับที่สอง 2 ตัวแปรย่อยคือ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมใน

การให้บริการ (Tangible: TA) และ 2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (Access & Convenience: AC) และตัวแปรหลักที่ 2 คือ การบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรลำดับที่สอง 3 ตัวแปรย่อยคือ 1) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (Empathy: EM) 2) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริจาคโลหิต (Fulfillment: FU) และ 3) การตอบสนองในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Responsiveness: RE) เหตุผลของการแบ่งตัวแปรดังกล่าวเพื่อให้เหมาะสมกับการแบ่งกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ โดยเทียบเคียงตัวแปรหลักด้านการบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้กับการจัดการทรัพยากรฝ่ายผลิตส่วนตัวแปรหลัก การบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ก็เทียบเคียงกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีลักษณะพิเศษในการให้บริการประเภทนี้ที่แตกต่างกับการให้บริการในธุรกิจทั่วไป คือ ต้องเข้าใจความต้องการเชิงอารมณ์ (Emotional need) ทั้งในเชิงส่วนตัวและสังคม โดยใช้ตัวแปรคั่นกลางประกอบด้วย การรับรู้คุณค่า (Perceived Value: PV) ซึ่งพัฒนามาจากของเดิม คือ การรับรู้การบริการ (Perceived Service) และความเชื่อมั่น (Trust: TR) ในด้านความปลอดภัยของกระบวนการเข้าไปด้วย ทั้งนี้จากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุและผล (Theory of Reason and Action) และทฤษฎีความผูกพันและความเชื่อมั่น (Commitment and Trust Theory) ส่วนตัวแปรตามที่เป็นผลจากการบริหารคือการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำซึ่งประกอบด้วยความตั้งใจเชิงอารมณ์ (Attitude Intention: AT) และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention: BT) ซึ่งกำหนดเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยดังปรากฏในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตัวแบบการวิเคราะห์ (Analysis Model)

คำจำกัดความเชิงปฏิบัติการของตัวแปร

ผู้วิจัยได้กำหนดชื่อตัวแปร และความหมายของตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

ตัวแปรการบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ (Hard Aspect) ประกอบด้วย

ความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ (TA) หมายถึง คุณลักษณะทางกายภาพของบริการที่ปรากฏให้เห็น เช่น ลักษณะของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ สถานที่พร้อมสำหรับบริการ ตลอดจนพนักงานและบุคลากร ซึ่งผู้รับบริการสามารถมองเห็นและสามารถประเมินได้ทันทีที่ได้รับบริการแล้ว

ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (AC) หมายถึง สิ่งภายนอก ได้แก่ สาธารณูปโภคภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การบริจาโคโลหิตทำได้สะดวก อาทิ สถานที่บริจาคมีย้ายบอกทางชัดเจน หรือ ตั้งอยู่ในสถานที่เข้าถึงได้ง่าย ระบบการรับบริการที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทั้งด้านระยะเวลา ระบบคิว รวดเร็ว การจัดช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงข้อมูล เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ และความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ เช่น การจองคิวทางโทรศัพท์

ตัวแปรการบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) ประกอบด้วย

ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (EM) หมายถึง การให้ความสนใจรวมถึงเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการอย่างเอาใจใส่เป็นอย่างดี และถือผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย การให้ความสนใจและเอาใจใส่ ผู้ให้บริการแต่ละคนของเจ้าหน้าที่ เวลาในการเปิดให้บริการขององค์กร โอกาสในการรับทราบข้อมูล

ข่าวสารต่าง ๆ ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริจาโคโลหิต (FU) หมายถึง การตอบสนองในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ทั้งการให้ข้อมูลก่อนและหลังบริการ

การให้บริการระหว่างบริการ (RE) หมายถึง ความตั้งใจที่จะแสดงถึงความพร้อม มีความยินดีให้บริการเสมอ สนองตอบบริการด้วยความรวดเร็วเมื่อผู้รับบริการมาติดต่อ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพให้บริการประกอบด้วยดังนี้ มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว มีความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ใช้บริการ ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทันทีที่ต้องการ

การรับรู้คุณค่าในการบริจาโคโลหิต Perceived Value (PREV) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่าการบริจาโคโลหิตของตนเองนั้นมีคุณค่าต่อสังคม มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งนอกจากทำให้ผู้ป่วยหายแล้ว ทำให้ท่านมีความสุข เปรียบเสมือนได้เป็นผู้ให้ที่ยิ่งใหญ่

ความเชื่อมั่นไว้วางใจ Trust (TR) หมายถึง ความเชื่อถือ ความเชื่อมั่นในบริษัท หรือผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการต่าง ๆ โดยที่ความไว้วางใจที่มาจากความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริโภคละหน่วยงาน หรือผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาโคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation, REGD) หมายถึง การแสดงออกของบุคคล โดยแสดงถึงความตั้งใจและมีการวางแผนในการบริจาโคโลหิตครั้งต่อไปซึ่งเป็นความตั้งใจเชิงอารมณ์ (AT) รวม

ไปถึงการชวนเพื่อนให้มาร่วมในการบริจาคโลหิตเป็นประจำ ซึ่งเป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (BT)

วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากประชากรอายุ 18-65 ปี ที่มีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานอ้างอิงจากคู่มือคุณสมบัติผู้บริจาคโลหิต ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ต้องมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ผ่านการคัดกรองทางด้านสุขภาพจากแพทย์แล้ว และมีความประสงค์ในการบริจาคโลหิตโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนซึ่งจะเป็นผู้บริจาคโลหิตที่มารับบริการด้านการบริจาคโลหิตของงานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติทั้งภายในและหน่วยรับบริจาคโลหิตเคลื่อนที่นอกสถานที่ เลือกขนาดกลุ่มตัวอย่าง และเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง แผนการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบเชิงชั้น ภูมิแบบมีระบบ (Stratified Systematic Sampling) โดยดำเนินการ ดังนี้ แบ่งประชากรเป็นสองชั้นภูมิ คือ กลุ่มที่มาใช้บริการในโรงพยาบาล และกลุ่มที่ใช้บริการศูนย์ภายนอกโดยจัดสรรกลุ่มละเท่า ๆ กัน คือ 200 ตัวอย่าง แล้วสุ่มลำดับเลขที่จากผู้เข้ารับบริการในแต่ละกลุ่มจนครบจำนวนตัวอย่างที่ต้องการ สำหรับงานวิจัยนี้มีขนาดประชากรมากกว่า 10,000 คน ด้วยความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ขนาดตัวอย่างคือ 400 คน ดังนั้น การเก็บตัวอย่างในงานวิจัยนี้จึงใช้ขนาด 400 คน ที่ครอบคลุมเงื่อนไขทั้งสองกรณี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 คือพฤติกรรมการบริจาคโลหิต และส่วนที่ 3

คือ คำถามวัดระดับตัวแปรการบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ (Hard Aspect) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร 2 ด้าน ได้แก่ ตัวแปรด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ (Tangible) และ 2) ตัวแปรด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (Access & Convenience) และคำถามวัดระดับตัวแปรการบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรด้านความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ตัวแปรด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริจาคโลหิต (Fulfillment) ตัวแปรด้านการให้บริการระหว่างบริการ (Responsiveness) และตัวแปรด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) ตัวแปรตามคือการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation Intention) เก็บข้อมูลด้วยแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ

ภายหลังการร่างแบบสอบถามได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบ (IOC) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยทุกตัวแปรต้องผ่านเกณฑ์สูงกว่า 0.5 หลังจากขั้นตอนนี้จะนำแบบสอบถามที่ปรับแล้วตามมาตรฐานไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คนแล้วทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของมาตรวัด (Measurement reliability) โดยการใช้ค่า Cronbach's alpha ที่เกณฑ์ตัดสินสูงกว่า 0.7 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติ เช่น การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เป็นต้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

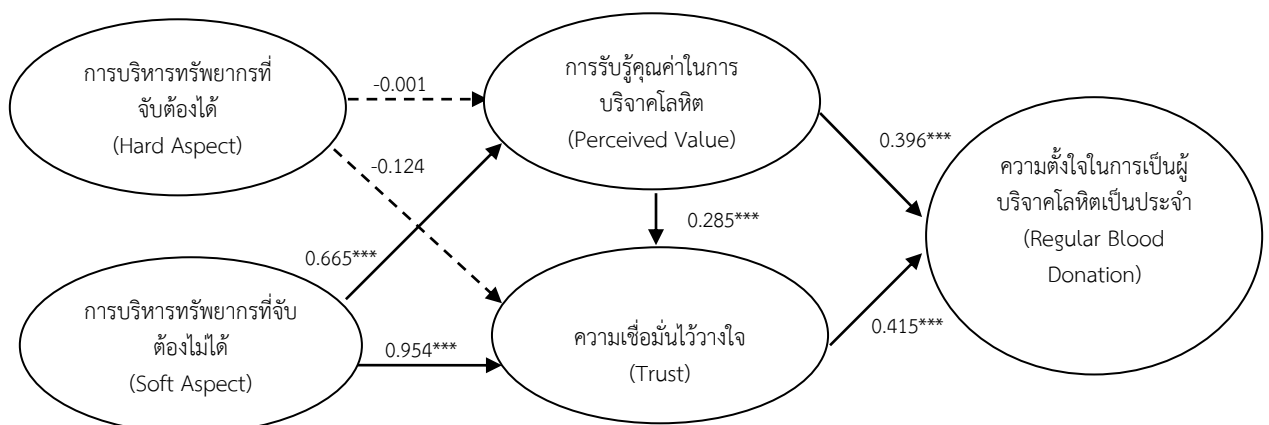
1. สถิติของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจผู้บริจาคโลหิต พบว่าพฤติกรรมการบริจาคโลหิตของกลุ่มตัวอย่างผู้

บริจาคโลหิตเคยบริจาคโลหิตมาแล้วร้อยละ 84 ซึ่งมีความถี่ในการบริจาคโลหิตจำนวน 2-3 ครั้ง/ปี มีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 39 สำหรับข้อคำถาม ด้านเหตุผลที่บริจาคโลหิตเป็นประจำไม่ได้ คือ ไม่มีเวลาไปบริจาค และไม่สะดวกในการเดินทาง มีจำนวนสูงสุดและรองลงมา ร้อยละ 48 และ 30 ตามลำดับ สถานที่กลุ่มตัวอย่างบริจาคโลหิตบ่อยที่สุด คือ หน่วยรับบริจาคเคลื่อนที่ตามศูนย์การค้า คิดเป็นร้อยละ 78 สำหรับการเดินทางไปบริจาคโลหิตจะไปคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนการไปกับเพื่อนหรือครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 44 ข้อคำถามโอกาสพิเศษในการบริจาคโลหิต กลุ่มตัวอย่างผู้บริจาคโลหิตส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ตอบว่า ขึ้นอยู่กับ “ตามความสะดวกของตัวท่านเอง” รองลงมาคือ “เมื่อทราบว่ามีเลือดขาดแคลน” จำนวนร้อยละ 18 ส่วนการบริจาคเนื่องใน “วันเกิด” คิดเป็นร้อยละ 15 และ “เมื่อมีการจัดโครงการรณรงค์” ร้อยละ 11 นั้นหมายความว่า เมื่อมีการจัดโครงการรณรงค์ว่า เลือดขาดแคลน กลุ่มตัวอย่างจะมาบริจาคคิดเป็นร้อยละประมาณ

30 สถิติจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริจาคโลหิตพบว่า การให้บริการในมิติของ Hard Aspect โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.249 แต่ค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรร้อยละ 16.5 แสดงว่ารายการข้อมูลนี้กลุ่มตัวอย่างมีค่าระดับการตอบกระจายไม่มากนัก ส่วนตัวแปรลำดับที่ 2 คือ ด้านภาพรวมด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ (Tangible) และด้านภาพรวมของความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (Access & Convenience) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ (Tangible) สูงกว่าโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากและมีค่า 4.457 ที่สูงกว่าในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์แห่งความผันแปรต่ำกว่าคือ ร้อยละ 12.3

2. ผลการวิเคราะห์ตามตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุผลโดยสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน (Standardized regression coefficients) ดังภาพที่ 2 ตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2



ภาพที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน



สมมติฐาน		ค่า สัมประสิทธิ์	t-test	สรุปผล
ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม			
การบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้	การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต	-0.001	-0.011	ไม่สนับสนุน
การบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้	ความเชื่อมั่นไว้วางใจ	-0.124	-1.732	ไม่สนับสนุน
การบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้	การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต	0.665***	7.784	สนับสนุน
การบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้	ความเชื่อมั่นไว้วางใจ	0.954***	8.657	สนับสนุน
การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต	ความเชื่อมั่นไว้วางใจ	0.285***	5.657	สนับสนุน
การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต	ความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ	0.396***	5.427	สนับสนุน
ความเชื่อมั่นไว้วางใจ	ความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ	0.415***	5.607	สนับสนุน

*p=.05, ** p=0.01, ***p=0.001

ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) (คิดจากค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน)

ผล	เหตุ			
	การบริหาร ทรัพยากรที่จับ ต้องได้ (Hard Aspect)	การบริหาร ทรัพยากรที่จับ ต้องไม่ได้ (Soft Aspect)	ด้านการรับรู้ คุณค่าในการ บริจาคโลหิต (Perceived Value)	ด้านความ เชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust)
การรับรู้คุณค่าในการ บริจาคโลหิต (Perceived Value)				
อิทธิพลทางตรง (DE)	-0.001	0.665***	NA	NA
อิทธิพลทางอ้อม (IE)	NA	NA	NA	NA
อิทธิพลรวม (TE)	-0.001	0.665***	NA	NA
ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust)				
อิทธิพลทางตรง (DE)	-0.124	0.954***	0.285***	NA
อิทธิพลทางอ้อม (IE)	-0.000	0.189	NA	NA
อิทธิพลรวม (TE)	-0.124	1.143***	0.285***	NA
ความตั้งใจในการเป็นผู้ บริจาคโลหิตเป็น ประจำ (Regular Blood Donation)				
อิทธิพลทางตรง (DE)	NA	NA	0.396***	0.415***
อิทธิพลทางอ้อม (IE)	-0.052	0.395***	0.118	NA
อิทธิพลรวม (TE)	-0.052	0.395***	0.514***	0.415***

ภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าตัวแปร การบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ (Hard Aspect) ไม่มีอิทธิพลรวมต่อการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) และความเชื่อมั่น

ไว้วางใจ (Trust) (มีค่าติดลบ) ส่วนการบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) มีอิทธิพลรวมต่อการรับรู้ค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ

(Trust) ส่วนตัวแปรคั่นกลางคือการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) มีอิทธิพลรวมที่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation)

จากตารางที่ 1 สรุปผลดังนี้

1. ตัวแปรการบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value)

2. การบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) มีอิทธิพลทางบวกต่อความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust)

3. ตัวแปรด้านการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) มีอิทธิพลทางบวกต่อ ตัวแปรด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust)

4. การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation)

5. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation)

ตารางที่ 2 สรุปอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ดังนี้ การบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) มีอิทธิพลรวมต่อความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation) คือ 0.395 โดยการบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ (Hard Aspect) ไม่มีอิทธิพล ส่วนตัวแปรคั่นกลางคือ การรับรู้คุณค่าในการบริจาค

โลหิต (Perceived Value) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) มีอิทธิพลรวมที่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation) ดังนี้ การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) มีอิทธิพลรวมต่อความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation) ขนาด 0.514 สูงกว่าความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) ประมาณ 0.1 หน่วย

สรุปและอภิปรายผล

ผู้บริจาคโลหิตส่วนใหญ่บริจาคโลหิตมาแล้วหลายครั้งโดยเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อปี โดยเข้ารับบริการ ณ หน่วยรับบริจาคโลหิตเคลื่อนที่ตามศูนย์การค้าเป็นหลัก รองลงมาบริจาค ณ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย โดยขึ้นอยู่กับความสะดวกและสถานการณ์ทางสังคม เช่น การขาดแคลนโลหิต หรือวันสำคัญต่าง ๆ

การรับรู้การบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ (Hard Aspect) ซึ่งแบ่งเป็นด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ (Tangible) และด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (Access & Convenience) ผู้บริจาคให้ความสำคัญด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม เครื่องมืออุปกรณ์ในการบริการ อาหารว่างและเครื่องดื่ม รวมถึงความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ และมีระยะเวลาในการรอรับบริจาค โดยมีคะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ที่ -3.92 – 4.32 ตัวแปรการบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) ส่วนมากผู้บริจาคให้ความสำคัญด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริจาคโลหิต (Fulfillment) และ การให้บริการ

ระหว่างบริการ (Responsiveness) โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงถึง 4.50 - 4.68 แต่ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ≤ 0.01 หมายความว่าตัวแปรด้านการบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect) มีอิทธิพลต่อตัวแปรด้านการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) ต่อกระบวนการบริจาคโลหิต

การวิเคราะห์ศึกษาตัวแปรคั่นกลางด้านการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) พบว่า ผู้บริจาคโลหิตทราบถึงคุณค่าของการบริจาคโลหิตถือว่าการให้ที่ยิ่งใหญ่ มีบุญกุศลมาก มีคุณค่าต่อร่างกาย จิตใจ และสังคม ส่วนผลการวิเคราะห์ศึกษาตัวแปรคั่นกลางด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) ผู้บริจาคมีความเชื่อมั่นว่ากระบวนการในการบริจาคโลหิตมีความปลอดภัย มีความเชื่อมั่นต่อความสามารถของบุคลากรและมีความไว้วางใจในการจัดการโลหิตของหน่วยบริการว่าจะถูกนำไปใช้อย่างคุ้มค่า โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงมากถึง 4.50 - 4.93

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ≤ 0.01 กล่าวคือ การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value) มีอิทธิพลทางบวกต่อความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) และความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ (Regular Blood Donation Intention) นอกจากนั้น ความเชื่อมั่นต่อกระบวนการบริจาคโลหิต (Trust) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้บริจาคโลหิต

เป็นประจำ (Regular Blood Donation Intention) เช่นเดียวกัน

ส่วนผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการกลับมาเป็นผู้บริจาคโลหิตประจำสม่ำเสมอ (Regular Blood Donation) ผู้บริจาคส่วนใหญ่มีความคิดว่าจะบริจาคสม่ำเสมอหรือ 3 เดือนครั้ง โดยตั้งใจและจะชวนเพื่อนให้มาร่วมในการบริจาคโลหิตเป็นประจำ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดโดยเฉลี่ย 4.518-4.77

การวิเคราะห์สรุปได้ว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเป็นผู้บริจาคโลหิตเป็นประจำ คือ ตัวแปรด้านการบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Soft Aspect)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. งานธนาคารเลือด โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติจำเป็นต้องพัฒนาและให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านการบริการ โดยต้องมีการอบรม ให้ความรู้ และเพิ่มพูนจิตสำนึกแก่เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ให้มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้บริจาคโลหิต มีความพร้อมในการตอบข้อสงสัย ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ และสามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ของผู้บริจาค รวมถึงสร้างความรู้สึกเชิงบวกเพื่อให้ผู้บริจาคเกิดความภาคภูมิใจ และให้ข้อมูลสิทธิประโยชน์อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังต้องเน้นย้ำให้เจ้าหน้าที่ได้ฝึกฝนให้มีความเชี่ยวชาญในด้านการเจาะเลือดและสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเกิดภาวะแทรกซ้อนได้

2. สำหรับตัวผู้บริจาคโลหิต ทางโรงพยาบาลต้องส่งเสริมให้มีการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นเตือนเป็นประจำถึงการบริจาคโลหิตนั้นมีคุณค่าต่อการช่วยเหลือสังคม มี

คุณค่าต่อร่างกายผู้บริจาคเอง เป็นการให้ที่ยิ่งใหญ่ รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นในการบริจาคโลหิตและพร้อมที่จะเป็นผู้บริจาคโลหิตประจำต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ศึกษาในองค์กรไม่แสวงหากำไร กล่าวคือ เป็นศูนย์รับบริจาคโลหิตควรมีการศึกษาตัวแปรในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาเป็นผู้บริจาคประจำ เช่น การศึกษาทางด้านจิตวิทยามนุษย์ ตัวแปรการดำเนินชีวิต แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ตัวแปรด้านสังคม และพฤติกรรมกรรมกรมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงพัฒนาความต้องการของผู้บริจาคโลหิตต่อไป

2. ควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างขวาง และครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้ทราบ

ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริจาคที่มีความหลากหลาย

3. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ด้านคุณภาพโลหิตที่รับบริจาคมา เนื่องจากในอนาคตสังคมไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ โลหิตควรมีคุณภาพเหมาะสม ควรมีการมุ่งเน้นด้านการรณรงค์เรื่องการดูแลสุขภาพเพื่อให้ได้โลหิตที่ดี

4. ควรมีการศึกษาผู้ให้บริการซึ่งอาจส่งผลต่อความเครียดในการทำงาน ทั้งเรื่อง Organization Commitment รวมถึง Work Life Balance อีกด้วย เพื่อส่งผลให้เกิดการมีระบบบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

References

- Lin, J. S. C. & Lin, C. Y. (2011), What makes service employees and customers smile, *Journal of Service Management*, 22(2), 183-201
- Mathew, S. M., King, M. R., Glynn, S. K., Dietz, S.K., Caswell, S. L.& Schreiber, G. B. (2007). Opinions about donating blood among those who never gave and those who stopped: A focus group assessment. *Transfusion*, 47(1), 729-735.
- World Health Organization. (2013). *World health report 2013: Research for universal health coverage*.
<https://www.who.int/publications/i/item/9789240690837>.
- Zou, S., Musavi, F., Notari, E.P. & Fang, C.T. (2008). Changing age distribution of the blood donor population in the United States. *Transfusion*, 48(2), 251-257.

บทวิจารณ์บทความ

Richter, N. F., Sinkovics, R. R., Ringle, C. M., and Schlager, C. (2014). A Critical look at the use of SEM in international business research. *International Marketing Reviews*, 33(3), 376 – 404.

ณัฐพล ชันธไชย

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

E-mail: nkhanthachai@gmail.com

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ **ณัฐพล ชันธไชย** มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

E-mail: nkhanthachai@gmail.com

วันที่รับบทความ: 29 พฤศจิกายน 2564 วันที่แก้ไขบทความ: 11 มกราคม 2565 วันที่ตอบรับบทความ: 8 มีนาคม 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างโดยสรุปและวิจารณ์การประยุกต์เทคนิคการวิเคราะห์ดังกล่าวในการวิจัยธุรกิจระหว่างประเทศ **วิธีการ** การวิจัยจากเอกสารเชิงวิพากษ์สาระจากบทความทางวิชาการซึ่งตีพิมพ์เป็นบทความในวารสาร **ผลการวิจัย** เทคนิคการสร้างตัวแบบสมการโครงสร้างจำแนกเป็น 2 แบบ คือ ตัวแบบสมการโครงสร้างแบบการแปรผันร่วม (Covariance Based-SEM) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares-SEM) การวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในปัจจุบันเนื่องจากมีข้อจำกัดในการประยุกต์น้อยกว่า เช่น ขนาดตัวอย่าง ลักษณะของการกระจายข้อมูล และความยืดหยุ่นของวัตถุประสงค์ของการประยุกต์ เป็นต้น **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** นักวิจัยควรเลือกใช้เทคนิคการวิเคราะห์สมการโครงสร้างระหว่าง CB-SEM และ PLS-SEM ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

คำสำคัญ: ตัวแบบสมการโครงสร้างแบบการแปรผันร่วม ตัวแบบสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน

Article review

Richter, N. F., Sinkovics, R. R., Ringle, C. M., and Schlagel, C. (2014). A Critical look at the use of SEM in international business research. *International Marketing Reviews*, 33(3), 376 – 404.

Nathabhol Khanthachai

Kasem Bundit University, Pattanakarn Road, Suan Luang, Bangkok 10250

E-mail: nkhanthachai@gmail.com

Correspondence concerning this article should be addressed to **Nathabhol Khanthachai**,

Kasem Bundit University, Pattanakarn Road, SuanLuang, Bangkok 10250

E-mail: nkhanthachai@gmail.com

Received date: November 29, 2021 Revised date: January 11, 2022 Accepted date: March 8, 2022

Abstract

PURPOSES: To briefly present and assess the applications of Structural Equation Modeling (SEM) between Covariance Based–SEM (CB-SEM) and Partial Least Squares–SEM (PLS-SEM) in international business research. **METHODS:** A documentary research and critical assessment of an article published on an academic journal. **RESULTS:** Structural Equation Modeling may be classified into 2 main types, i. e. Covariance Based-SEM and Partial Least Squares-SEM. PLS-SEM has received a rising popularity in research application in recent years as compared to the CB-SEM. The main reasons are due to the facts that PLS-SEM requires a smaller sample size, less restriction on multivariate normal distribution of data and a more flexible research objectives, **THEORY/ POLICY IMPLICATIONS:** Researchers are advised to apply either CB-SEM or PLS-SEM to suit their research objectives.

Keywords: Covariance based-SEM, partial least squares-SEM

I

การสร้างตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling, SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติรุ่นใหม่ ที่พัฒนาต่อเนื่องจากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis, MRA) ปัจจุบันนิยมจำแนกออกเป็น 2 ตัวแบบ ได้แก่ การสร้างตัวแบบสมการโครงสร้างแบบการแปรผันร่วม (Covariance Based-SEM, CB-SEM) และการสร้างตัวแบบสมการโครงสร้างบนพื้นฐานของการแปรผันสูงสุด (Variance Based-SEM) หรือ การสร้างสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares-SEM, PLS-SEM)

การประยุกต์การสร้างตัวแบบสมการโครงสร้าง (CB-SEM) ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในระยะแรก ประมาณศตวรรษ 1970's (Joreskog, 1978) เพราะเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติที่พัฒนาขึ้นใหม่และเชื่อว่ามีประสิทธิภาพสูงกว่าการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (MRA) ต่อมาเมื่อมีการพัฒนา PLS-SEM เป็นเทคนิคการวิเคราะห์แบบสมการโครงสร้าง (Hair et al., 2011) ก็เป็นเทคนิคที่นิยมใช้ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์อย่างแพร่หลายเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตั้งแต่ ค.ศ. 2010 เป็นต้นมา

II

ผู้นำเสนอบทความเรื่อง A Critical Look at the Use of SEM in International Business Research ได้แก่ Nicole Franziska Richter เป็นศาสตราจารย์สาขาวิชา International Management and Marketing ที่ Nordakademie, Elmshorn, Germany. Rudolf R. Sinkovics เป็นศาสตราจารย์สาขาวิชา International Business ที่ Alliance Manchester Business School (AMBS), UK. Christian M. Ringle เป็นศาสตราจารย์ประจำในสาขาวิชา Management ที่ Hamburg University of Technology และศาสตราจารย์พิเศษที่ University of Newcastle, UK และ Christopher Schlagel เป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ที่ School of Economics and Management ที่ Otto von Guericke University, Magdeburg, Germany.

กล่าวโดยสรุป ผู้เขียนบทความเป็นนักวิชาการและนักวิจัยในสาขา Management, Marketing, Business และ Economics บทความที่เขียนจึงเป็นทัศนะที่มีต่อการประยุกต์ SEM ในการวิจัยในสาขาวิชาดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง International Business.

สาระสำคัญของบทความเรื่อง A Critical Look at the Use of SEM in International Business Research แบ่งเป็น 6 ส่วนหลัก ดังนี้

1. Introduction
2. The nature of research on international business.
3. SEM in international business
4. Do researchers follow PLS-SEM application guidelines?

5. Do researchers tap PLS-SEM's full potential?

6. Discussion and recommendations for future research

III

Richter และคณะ จำแนก SEM เป็น 2 รูปแบบสำคัญคือ Factor-based covariance-based SEM หรือ CB-SEM กับ Composite-based partial least squares SEM หรือ PLS-SEM ทั้งสองเทคนิคการวิเคราะห์เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยที่ใช้เสริมกัน (Complementary SEM methods) แต่อย่างไรก็ดี PLS-SEM ก็เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ซึ่งมีลักษณะเฉพาะในการประมาณค่าตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลที่ซับซ้อนเป็นของตนเอง โดยเฉพาะ (Rigdon, 2012, 2014)

Richter และคณะพิจารณาบทความในวารสารทางด้าน International Business จำนวน 424 บทความ ตีพิมพ์ตั้งแต่ ค.ศ. 1990-2013 และได้พบว่าในช่วงระยะเวลาดังกล่าว มีบทความซึ่งประยุกต์ CB-SEM จำนวนรวม 379 บทความ และประยุกต์ PLS-SEM จำนวน 45 บทความ โดยช่วงเวลาหลังสุดคือ ค.ศ. 2005-

2009 และ ค.ศ. 2010-2013 สถิติการประยุกต์ CB-SEM จาก 131-148 หรือเพิ่มขึ้น 7 บทความ สำหรับ PLS-SEM จำนวน 8-31 หรือ 23 บทความ

เหตุผลสำคัญในการประยุกต์ CB-SEM หรือ PLS-SEM มีดังนี้

สำหรับ CB-SEM ไม่ระบุเหตุผลจำนวนร้อยละ 64 เพื่อวิเคราะห์ Measurement และ Structural Models ร้อยละ 63 และเพื่อวิเคราะห์ Measurement Model (CFA) อย่างเดียวร้อยละ 38 เป็นต้น

ส่วนเหตุผลสำคัญในการประยุกต์ PLS-SEM ในการวิจัย ได้แก่ ตัวอย่างขนาดเล็กร้อยละ 56 ลักษณะการกระจายของข้อมูล ร้อยละ 47 การวิจัยเชิงสำรวจและการพัฒนาทฤษฎี ร้อยละ 40 การใช้ตัวชี้แสดงแบบรวม (Formative indicators) ร้อยละ 35 และอำนาจทางการสำรวจและการพยากรณ์ ร้อยละ 30 เป็นต้น

IV

ถึงแม้ว่าบทความเรื่อง A Critical Look at the Use of SEM in International Business จะพิจารณาการประยุกต์ทั้ง CB-SEM และ PLS-SEM แต่ Richter และคณะให้ความสนใจแก่ PLS-SEM เป็นพิเศษ โดยได้พิจารณาว่านักวิจัยทำตามคำแนะนำ (Guidelines) ในการประยุกต์และประยุกต์ PLS-SEM ได้เต็มตามขีดความสามารถหรือไม่

ในประเด็นแรก ได้พิจารณาคำแนะนำเกี่ยวกับลักษณะของข้อมูล (Data characteristics) ตัวแบบการวัด (Measurement models) และการประเมินผล (Evaluation of result) ในส่วนที่เกี่ยวกับขนาดของตัวอย่าง คำแนะนำได้แก่ จำนวนขนาดตัวอย่างอย่างต่ำประมาณ 10 เท่าของจำนวนเส้นทางความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล ระหว่างตัวแปร

ชี้แสดง (ตัวแปรสังเกตได้) ไปยังตัวแปร Latent variable แบบ Formative ตัวใดตัวหนึ่ง ที่มีจำนวนเส้นทางความสัมพันธ์สูงสุดในตัวแบบสมการโครงสร้าง ปรากฏว่าบทความที่พิจารณา มีขนาดตัวอย่างโดยเฉลี่ย 354 ตัวอย่าง ซึ่งสูงกว่าขั้นต่ำที่แนะนำ และ จำนวน 20 ใน 43 บทความที่พิจารณา ซึ่งประยุกต์ PLS-SEM ระบุเหตุผลของการกระจายแบบไม่ปกติของข้อมูล (Nonnormal data distribution)

ตัวแบบการวัด (Measurement models) ใน PLS-SEM มีทั้งแบบ Formative และ Reflective models โดยมีการประเมินผลในเชิง Validity และ Reliability ต่างกัน เช่น Formative model มีการพิจารณาปัญหา Multicollinearity โดยค่า VIF <5 ส่วน Reflective measurement model พิจารณาประเมินตัวแบบจาก Composite Reliability หรือ CR, Cronbach's α และ Average Variance Extraction หรือ AVE

ในด้านศักยภาพของ PLS-SEM ในการพยากรณ์ (Prediction) การปรับปรุงตัวแบบที่มีอยู่ (Improve existing models) การค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใหม่ (Uncover new relationships) และค้นพบลักษณะความแตกต่าง (Uncover heterogeneity) Richter และคณะมีความเห็นว่ายังมีการประยุกต์ PLS-SEM ได้ไม่เต็มศักยภาพ

ในบทสรุป Richter และคณะมีความเห็นว่า PLS-SEM เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการระบุและทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Constructs) และในการพัฒนาความสามารถเชิงอธิบาย (Explanations) ของความสัมพันธ์ในการพัฒนาทฤษฎี (Theory development) โดยช่วยลดปัญหาข้อจำกัดของ CB-SEM ในด้าน Sample size, data distribution และการวิเคราะห์ Similarities หรือ Differences ระหว่างกลุ่มย่อย

V

บทความเรื่อง A Critical Look at the Use of SEM in International Business Research เป็นบทความที่นักวิจัยทางสังคมศาสตร์ควรอ่านโดยละเอียด เพื่อใช้เป็นแนวทางพิจารณาในการเลือกใช้ระหว่าง CB-SEM และ PLS-SEM ในการวิเคราะห์ตัวแบบ

สมการโครงสร้าง (SEM) ในการวิจัย โดยพิจารณาทั้งประโยชน์ ข้อจำกัดและคำแนะนำในการประยุกต์ให้ถูกต้อง และควรศึกษาเพิ่มเติมจากบทความโดย Hair et al. (2011), Rigdon (2012) และ Rigdon (2014) และจากตำรา Hair et al. (2017) และ Hair et al. (2018)

References

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed, a silver bullet. *Journal of Marketing Theory & Practice*, 19(2), 139-152.
- Hair, J. F. Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed., Sage.
- Hair, J. F.Jr., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. Sage.
- Joreskog. K. G. (1978). Structural analysis of covariance and correlation matrices. *Psychometric*, 43(4), 443-477.
- Rigdon, E. E.(2012). Rethinking partial least squares path modeling: In praise of simple methods. *Long Range Planning*, 47(3), 341-358.
- Rigdon, E. E. (2014). Rethinking partial least squares path modeling: Breaking chains and forging a head. *Long Range Planning*, 47(3), 161-167.



**แบบฟอร์มนำส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือเพื่อพิมพ์เผยแพร่ใน
วารสารเกษมบัณฑิต**
(ส่งพร้อมกับบทความ/บทวิจารณ์หนังสือ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรียน บรรณาธิการวารสารเกษมบัณฑิต

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....
(Mr./Mrs./Ms.).....

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี)

ชื่อหน่วยงาน/สถาบันที่ทำงาน.....

ขอส่ง ☐ บทความจากงานวิจัย ☐ บทความวิชาการ
☐ บทความปริทัศน์ (review article) ☐ บทวิจารณ์หนังสือ (book review)

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

คำสำคัญ (ภาษาไทย)

Keyword (ภาษาอังกฤษ).....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก.....หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....

ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....โทรสาร.....

E-mail.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้

- ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าเพียงผู้เดียว (ไม่ต้องกรอกแบบ JKBU-2)
- ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่จะระบุชื่อในบทความ (กรอกแบบJKBU-2 ด้วย)

บทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และจะไม่นำส่งไปเพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ อีก นับจากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งบทความฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการวารสารเกษมบัณฑิต

ลงนาม.....
(.....)



ข้อมูลผู้ร่วมเขียนบทความ
(ส่งแนบพร้อมกับบทความ/บทวิจารณ์หนังสือ)

ผู้ร่วมเขียนบทความคนที่ 1

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

(Mr./Mrs./Ms.).....

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี)

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก..... หมู่ที่..... ซอย..... ถนน.....

ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์..... โทรศัพท์มือถือ..... โทรสาร..... E-mail.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้

- ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าในฐานะผู้ร่วมวิจัยและร่วมเขียนบทความ
จากงานวิจัย (กรณีที่เป็นบทความจากงานวิจัย)
- ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าในฐานะผู้ร่วมเขียนบทความ

ผู้ร่วมเขียนบทความคนที่ 2

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

(Mr./Mrs./Ms.).....

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี)

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก..... หมู่ที่..... ซอย..... ถนน.....

ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์..... โทรศัพท์มือถือ..... โทรสาร.....

E-mail.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้

- ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าในฐานะผู้ร่วมวิจัยและร่วมเขียนบทความ
จากงานวิจัย (กรณีที่เป็นบทความจากงานวิจัย)
- ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าในฐานะผู้ร่วมเขียนบทความ

หมายเหตุ : ถ้ามีผู้เขียนบทความมากกว่า 2 ท่าน กรุณากรอกรายละเอียดของผู้เขียนบทความร่วม
ท่าน อื่น ๆ ด้วย

รูปแบบการพิมพ์และการนำเสนอบทความ/บทวิจารณ์หนังสือ

1. การพิมพ์

พิมพ์ต้นฉบับบทความ/บทวิจารณ์หนังสือด้วย ThsarabanPSK พิมพ์บนกระดาษขนาด A4 ขนาดของตัวอักษรเท่ากับ 16 ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และใส่เลขหน้าตั้งแต่ต้นฉบับจนจบบทความ ยกเว้นหน้าแรกโดยจัดพิมพ์เป็น 2 คอลัมน์ สำหรับสาระของบทความ ยกเว้นบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นแบบคอลัมน์

2. การนำเสนอบทความ

2.1 บทความทุกประเภททั้งที่เป็นบทความจากงานวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ (Article review) มีความยาวประมาณ 12 – 15 หน้า A4 (รวมบทคัดย่อ)

2.2 ชื่อบทความให้ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.3 ให้ระบุชื่อของผู้เขียนบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ได้ชื่อบทความ และระบุตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ตำแหน่งงาน สถานที่ทำงานและที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ และe-mail ของผู้เขียนตามรูปแบบ

2.4 การนำเสนอบทความให้นำเสนอ โดยมีองค์ประกอบดังนี้

- **บทคัดย่อ** ต้องมีบทคัดย่อภาษาไทยและบทคัดย่อภาษาอังกฤษ โดยแต่ละบทคัดย่อมีความยาวไม่เกิน 1/3 ของกระดาษ A4 (ประมาณ 18 บรรทัด หรือไม่เกิน 250 คำ) และให้ระบุคำสำคัญ (Keywords) ในบรรทัดสุดท้ายของบทคัดย่อทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- **1 : บทนำ** ระบุปัญหา/ความเป็นมา ความสำคัญของปัญหา/ประเด็นที่จะนำเสนอในบทความ และวัตถุประสงค์ในการวิจัย/การเสนอบทความ
- **2 : เนื้อหาสาระ** นำเสนอประเด็นเนื้อหาต่าง ๆ ซึ่งอาจประกอบด้วยหลายย่อหน้า และในกรณีของบทความจากงานวิจัย การนำเสนอในส่วนนี้ควรมีส่วนประกอบ ดังนี้ วัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) ขอบเขตของการวิจัย แนวคิดทฤษฎี และกรอบความคิดในการวิจัย การทบทวนเอกสาร วิธีการดำเนินการวิจัยและผลการวิจัย
- **3 : สรุป** สรุปผลการวิจัย/บทความและข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)
- **4 : เอกสารอ้างอิง** นำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ (**เรียงลำดับอักษร**) โดยนำเสนอตามตัวอย่าง 3
- **ภาคผนวก** (ถ้ามี)

(ตัวอย่าง 1)

การนำเสนอบทความจากงานวิจัย (Research Article)

ชื่อเรื่อง.....

ชื่อผู้เขียน

ที่อยู่.....

Email: aaaaaaa@aaaaaa.aaaa

ชื่อผู้เขียน

ที่อยู่.....

Email: aaaaaaa@aaaaaa.aaaa

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ ชื่อผู้เขียน ที่อยู่.....

Email: aaaaaaa@aaaaaa.aaaa

บทคัดย่อ

.....
.....
.....
.....
.....
.....

คำสำคัญ :

Title:.....

Name.....

Address.....

E-mail: aaaaaaa@aaaaa.aaa

Name.....

Address.....

E-mail: aaaaaaa@aaaaa.aaa

Correspondence concerning this article should be addressed to **Name**,

Adress.....

E-mail: aaaaaaa@aaaaa.aaa

Abstract

.....
.....
.....
.....
.....

Keywords:

บทนำ (ส่วนที่1ของบทความ) ระบุประเด็นปัญหาของการวิจัยให้ชัดเจนและปรากฏการณ์โดยสังเขป
ในส่วนท้ายของบทนำให้ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัย(เฉพาะการนำเสนอเป็นบทความวิจัยมีใช้ใน
วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เนื้อหา (ส่วนที่ 2 ของบทความ)

- การทบทวนเอกสาร/งานวิจัย (โดยสังเขป)
- แนวคิดทฤษฎี/งานวิจัย กรอบความคิดในการวิจัย และสมมติฐาน (ถ้ามี)
- คำจำกัดความของศัพท์/ตัวแปร
- ระเบียบวิธีวิจัย (ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/วิธีการสร้างเครื่องมือ/วิธีการรวบรวมและ
วิเคราะห์ข้อมูล)
- ผลการวิจัย
 - ข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางที่นำเสนออย่าง
กะทัดรัด (Concise)
- ผู้เขียนอาจปรับชื่อหัวข้อในเนื้อหาสาระของการนำเสนอได้ตามความเหมาะสม เมื่อขึ้นย่อ
หน้าใหม่ ไม่ควรเขียนเป็นข้อ ๆ

สรุปและเสนอแนะ (ส่วนที่ 3 ของบทความ)

References (เอกสารอ้างอิง) (ส่วนที่ 4 ของบทความ)

(เขียนเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด).....

.....

.....

ภาคผนวก (ถ้ามี)

.....

.....

(ตัวอย่าง 2)

การนำเสนอบทความทางวิชาการ (Academic Article) /บทความปริทรรศน์ (Article Review)

บทนำ (ระบุประเด็นสำคัญ ความเป็นมา และวัตถุประสงค์ของการนำเสนอ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เนื้อหา (สรุปสาระสำคัญแต่ละบท/ตอน โดยนำเสนอเป็นย่อหน้าได้มากกว่า 1 ย่อหน้า)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สรุปและเสนอแนะ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

References (เอกสารอ้างอิง) (กรณีเป็นบทความปริทรรศน์ ควรมีเอกสารอ้างอิงตามสมควร)

(เขียนเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด).....

.....

.....

ภาคผนวก (ถ้ามี)

.....

(ตัวอย่าง 3)

การอ้างอิง (References) ตามระบบ American Psychological Association.

1. ตัวอย่างการอ้างอิงในตัวบทความ (In-Text Citation)

ภาษาไทย

Mullanc (2006) รายงานว่า.....

ประสิทธิผล หมายความว่า ความสามารถดำเนินการให้บรรลุ (Mullane).

ผลการวิจัยได้พบว่า..... (Smith, 2000, 2004)

Khanthachai (2000) รายงานว่า.....

ผลการวิจัยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชันธไชย (2000) และธรรมาวาส (2001) ซึ่งสรุปว่า
....

ภาษาอังกฤษ

Mullane (2006) conducted research into the effect of ...

The research conclusively proved a correlation between the results (Mullane & Goldburg, 2006).

Mullance (2006) referred to this condition as statistical anomaly.

Jones (as cited in Smith, 2009) agreed that...

Copstead and Banasik (2005) stated that...

It is stated that...(Copstead&Banasik, 2005).

2. การอ้างอิงท้ายบทความ (References)

- รายการเอกสารอ้างอิง (Reference list) ควรแยกตีพิมพ์ บนหน้าต่างหากท้ายบทความ
- รายการอ้างอิงในตัวบทความต้องอยู่ในรายการอ้างอิงท้ายเล่มเสมอ รายการอ้างอิงเรียงตามลำดับตัวอักษร โดยใช้ ชื่อสกุล (Surname) นำหน้าชื่อรองซึ่งควรเป็นอักษรย่อ
- จัดทำรายการเอกสารอ้างอิง (References) เป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด ตามระเบียบของ Asian Citation Index (ACI)
- ใช้ References ไม่ใช่ บรรณานุกรม (Bibliography) เพราะระบุเฉพาะรายการเอกสารที่มีการอ้างอิงในตัวบทความ (In-Text Citation) เท่านั้น
- รายการเอกสารอ้างอิงแต่ละรายการ ควรตีพิมพ์ Double spaced และย่อหน้าประมาณ 1.3 ซม. หรือ 5 spaces ถ้าต้องขึ้นบรรทัดใหม่
- ใช้อักษรตัวเอียง (Italics) สำหรับชื่อหนังสือ วารสาร และวิดีโอ เลขลำดับ (Volume numbers) ของวารสารใช้ตัวเอน แต่ไม่ใช่สำหรับฉบับของวารสาร (Issue number)

3. การใช้อักษรตัวใหญ่ (Capitalization)

- อักษรตัวแรกของชื่อหนังสือ (Book title) และอักษรตัวแรกหลังเครื่องหมาย colon (:)
เช่น
○ Ageing and aged care in Australia

- Brave new brain : Conquering mental illness in the era of the genome
- อักษรตัวแรกของชื่อ บทความ (Article) บท (Chapter) หรือตอน (Section) และอักษรตัวแรกหลังเครื่องหมาย colon (:)
- สรรพนาม (Pronouns) นามแฝง (Acronyms) และอักษรย่อ (Abbreviations) ควรนำหน้าด้วยตัวใหญ่ (Capital letter)

ตัวอย่างการจัดทำรายการเอกสารอ้างอิง

References

1 book

- Andreasen, N. C. (2001). *Brave new brain: Conquering mental illness in the era of the genome*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Copstead, L., & Banasik, J. (2005). *Pathophysiology* (3rd ed.). PA: Saunders.
- De vau, D.A. (2014). *Surveys in social research*. Sydney, Allen & Unwin.

2 Article in Journal

- Potente, S., Anderson, C., & Karim, M. (2011). Environmental sun protection and supportive policies and practices: An audit of outdoor recreational settings in NSE coastal towns. *Health Promotion Journal of Australia*, 22, 97-101.
- Woolley, T., & Raasch, B. (2005). Predictors of sunburn in North Queensland recreational boat users. *Health Promotion Journal of Australia*, 16(1), 26-31.

3 Article in Journal from website

- Wheeler, D.P., & Bragin, M. (2007). Bringing it all back home: Social work and the challenge of returning veterans. *Health and Social Work*, 32, 297-300. <http://www.naswpressonline.org>.

4 Article in e-journal doi

- Cheung, J.M.Y., Bartlett, D.J., Armour, C.L., Laba, T. L., & Saini, B. (2018). To drug or not to drug: A Qualitative study of patients' decision-making processes for managing insomnia. *Behavioral Sleep Medicine*, 16(1), 1-26. doi: 10.1080/15402002.2016.1163702

- Gilbert, D.G., McClernon, J.F., Rabinovich, N.E., Sugai, C., Plath, L.C., Asgaard, G., ...Botros, N. (2004). Effects of Quitting smoking on EEG activation and attention last for more than 31 days and are more severe with stress, dependence, DRD2 A1 allele, and depressive traits. *Nicotine and Tobacco Research*, 6, 249-267. doi:10.1080/14622200410001676305
- Jackson, D., Firtko, A., & Edenborough, M. (2007). Personal resilience as a strategy for surviving and thriving in the face of workplace adversity: A literature review. *Journal of Advanced Nursing*, 60(1), 1-9. doi:10.1111/j.1365-2648.2007.04412.x
- van Heugten, K. (2013). Resilience as an underexplored outcome of workplace bullying. *Qualitative Health Research*, 23(3), 291-301. doi: 10.1177/1049732312468251

5 Newspaper from internet

- Atkin, M. (Reporter). (2008, November 13). Bermagui forest disputed turf. *The Hack Half Hour*.
<http://www.abc.net.au/triplej/hack/notes/>

6 TV. Programme

- Hall, B. (Writer), & Bender, J.(director). (1991). The rules of the game [Television series episode]. In J. Sander (producer), *I'll fly away*. New York Broadcasting Company.

7 Thesis

- Fayahd, K.H. (2015). The legal regulation of assisted procreative technology in Iraq: Lenoms form the Australian approach. [Unpublished master thesis]
<http://www.edu.au:801/1957.7/uws:32383>

3. การเขียนบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

3.1 ต้องระบุข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือที่วิจารณ์ ดังนี้

- ชื่อหนังสือ
- ชื่อผู้เขียน/ผู้แต่ง
- ปีที่พิมพ์
- สำนักพิมพ์/โรงพิมพ์
- จำนวนหน้า

3.2 การนำเสนอบทวิจารณ์หนังสือควรมีส่วนนำ ส่วนเนื้อหา และส่วนสรุป ในทำนองเดียวกับการนำเสนอบทความ (โปรดพิจารณาตัวอย่างที่ 2)

3.3 การนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละบทโดยสรุปและวิจารณ์แยกแต่ละบทหรือแต่ละบทความ (กรณีเป็นหนังสือที่รวบรวมบทความ)

3.4 ความเห็นโดยสรุป (Concluding remarks)

4. การนำเสนอตารางและภาพประกอบ

ในกรณีที่มีตารางและภาพประกอบในบทความ ให้นำเสนอดังนี้

1. การนำเสนอตาราง

(ตัวอย่าง)

ตารางที่..... :(ชื่อตาราง).....

ที่มา : (แหล่งที่มา และปี).....

2. การนำเสนอภาพประกอบ

ภาพกราฟ หรือแผนภูมิต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ตาราง ให้เรียกว่า ภาพประกอบ โดยเขียนกำกับได้ ภาพประกอบและเป็นภาษาอังกฤษ ดังนี้

(ตัวอย่าง)

รูปภาพ

Figure..... :(Title).....

Source :(Reference)

**การพิจารณาคัดเลือกบทความ/บทวิจารณ์หนังสือเพื่อพิมพ์เผยแพร่
ในวารสารเกษมบัณฑิต**

1. บรรณาธิการจะมีหนังสือแจ้งให้ทราบว่าได้รับบทความเพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์
2. บรรณาธิการจะพิจารณากลับกรองบทความ/บทวิจารณ์หนังสือว่ามีรูปแบบการนำเสนอเป็นไปตามรูปแบบ แบบ JKBU-3 หรือไม่ และสงวนสิทธิ์ที่จะไม่พิจารณาบทความ/บทวิจารณ์หนังสือ ที่การนำเสนอไม่เป็นไปตามรูปแบบ JKBU-3 (โดยไม่ส่งคืนต้นฉบับให้แก่ผู้เขียน)
3. บรรณาธิการจะนำบทความ/บทวิจารณ์หนังสือที่ผู้เขียนส่งมาเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินคุณภาพและความเหมาะสมของบทความ/บทวิจารณ์หนังสือ โดยใช้เวลาประมาณ 20-30 วัน โดยมีเงินสมนาคุณผู้ทรงคุณวุฒิ บทความละ 8,000- บาท (สำหรับผู้เขียนที่มีได้เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต)
4. บทความ/บทวิจารณ์หนังสือที่จะได้พิมพ์เผยแพร่ในวารสารเกษมบัณฑิต จะต้องได้รับการประเมินให้พิมพ์เผยแพร่ได้จากกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละสาขาวิชา
5. ในกรณีที่ผลการประเมินระบุให้ต้องปรับปรุงหรือแก้ไขก่อนพิมพ์เผยแพร่ ผู้เขียนจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จ และส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปยังบรรณาธิการวารสารฯ ภายใน 15 วัน (หรือตามที่บรรณาธิการกำหนด) นับจากวันที่ได้รับทราบผลการประเมิน ในกรณีท่านส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือฉบับแก้ไขช้ากว่ากำหนด บรรณาธิการจะนำไปพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฉบับต่อไป (โดยผู้เขียนจะต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบว่าประสงค์จะส่งซ้ำ)
6. บทความภาษาอังกฤษ จะมีค่าตรวจสอบความถูกต้องทางด้านไวยากรณ์อังกฤษ จากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านภาษาอังกฤษ เรื่องละ 3,000.- (บทความไม่เกิน 10 หน้า).

การส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือเพื่อพิมพ์เผยแพร่ในวารสารเกษมบัณฑิต

1. กรอกข้อมูลในแบบฟอร์มนำส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือฯ (แบบ JKBU-1)
2. กรณีมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน ให้ระบุข้อมูลของผู้ร่วมเขียนทุกคนเพิ่มเติมในแบบ JKBU-2
3. การส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือ กระทำได้ 2 วิธีดังนี้
 - วิธีที่ 1 : ส่งผ่านระบบ online : www.tci-thaijo.org/index.php/jkbu
 - วิธีที่ 2 : ส่งผ่าน E-mail journal@kbu.ac.th
 - วิธีที่ 3 : ส่งทางไปรษณีย์ไปยังอยู่ข้างล่างนี้

บรรณาธิการวารสารเกษมบัณฑิต สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เลขที่ 1761 ถนนพัฒนาการ แขวง/เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
--

กรณีส่งทางไปรษณีย์ให้ส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือ จำนวน 1 ฉบับ พร้อมบันทึกข้อมูลลงแผ่น CD จำนวน 1 แผ่น โดยนำส่งพร้อมแบบ JKBU-1 และแบบ JKBU-2 (ถ้ามี)

4. เมื่อส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือด้วยวิธีที่ 3 กรุณาโทรศัพท์แจ้งให้บรรณาธิการทราบด้วยวาจา โดยโทรศัพท์ไปที่ 02-3202777 ต่อ 1129