



วารสาร

รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Journal of Political Science Suan Sunandha Rajabhat University

ISSN: 2730-3551 (Online)

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2565

Vol. 5 No. 2 July-December 2022



วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Journal of Political Science Suan Sunandha Rajabhat University

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

Vol. 5 No. 2 (July - December 2022)

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

วัตถุประสงค์

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

ขอบเขตของวารสาร

1. ขอบเขตของวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ การศึกษาเชิงประยุกต์และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับรัฐศาสตร์
2. เนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้องไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. การส่งบทความวิชาการและบทความวิจัยนั้น สามารถส่งโดยตรงไปที่กองบรรณาธิการวารสารผ่านระบบ online Submission ที่เว็บไซต์ บทความทั้ง 2 ประเภท ซึ่งบทความที่ส่งมานั้นจะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทำการประเมินแบบ Double-Blinded Review ก่อนที่จะพิจารณาจัดพิมพ์ในขั้นต่อไป
4. การรับบทความของวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ในทางวิชาการที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา

รศ.ดร.ชุตินาฏกุล

ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บรรณาธิการ

ดร.ณัฐชัย

เอกนราจินดาวรรณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.จำนงค์

อดิวิวัฒนสิทธิ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

รศ.ดร.ธนสุวิทย์

ทับทิมวิรัช

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รศ.ดร.วิทยา

เมฆา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รศ.สิทธิพันธ์

พุทธรักษา

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดร.ทักษิณา

แสนเย็น

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น

ดร.จิตาภา

รุ่งมีศรีสุข

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ดร.สมพงษ์

เกษานุช

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ดร.พงศ์สุภา

เฉลิมกลิ่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ดร.ธีรพัฒน์

กัปโก

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ดร.กาญจนา

โพธิ์วิชานนท์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พิมพ์เผยแพร่ 2 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่

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

ติดต่อกองบรรณาธิการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

707 ม.3 ถ.เลี้ยวเมืองอุดรธานี-สามพร้าว ต.สามพร้าว อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-129556, 097-9359356 โทรสาร: 042-129662

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

E-mail: touch_life@outlook.co.th

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน
ทัศนะและข้อคิดเห็นของบทความในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2565 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และจากการที่วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการรับรองมาตรฐานจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) ให้อยู่ในกลุ่มที่ 2 ดังนั้น ในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 10 บทความ

กองบรรณาธิการวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ดร.ณัฐชัย เอกนราจินดาวัฒน์

บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	IV
การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี Motivation for the Performance of Cha-am Municipal Personnel Phetchaburi Province	82
ทฤษฎี ธนาบริบูรณ์ <i>Tissadee Tanaboriboon</i>	
กระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 Policy Formulation Process of Cannabis Liberalization in Thailand from B.E. 2562 to B.E. 2565	96
สกุลรัตน์ ทิพย์วรรณงาม, ศุภชัย ศุภผล, สุรพล ราชภักษ์ และ จักรี ไชยพินิจ <i>Sakulrat Tipwanngam, Suphachai Suphaphol, Suraphol Rajbhandaraks and Chakkri Chaipinit</i>	
ความดึงดูดใจของไทยต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2562 Thailand's Attractiveness for FDI from Japan from 2013 – 2019	113
ศลิษฐ์ แพร้วพัฒนะสุข, ทิพรัตน์ บุปผะศิริ, จักรี ไชยพินิจ และ เกรียงชัย ปึงประวัต <i>Salis Praewattanasuk, Tipparat Bubpasiri, Chakkri Chaipinit and Kiangchai Pungprawat</i>	
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด Factors affecting the decision to use resort accommodation in Trat Province	133
ณัฐนันท์ ปรียวิศว์ธนะ และ มณีเนตร วรชนะนันท์ <i>Natthanan Pariyawishthana and Maneenate Worrachananun</i>	
พฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี Organic Rice Consumption Behavior of Consumers in Min Buri Area	148
ชัยเดช ช่างเพียร <i>Chaidet Changpian</i>	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในจังหวัดชุมพร Factors influencing the decision to purchase products from traditional retail stores (Sho Huay) in Chumphon Province	160
รดา ช่างเพียร Rada Changpian	

ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ Administrative Efficiency of Sub-District Administration Administrators in Phra Pradaeng District, Samut Prakan Province	174
<i>อภิวรรณ ปานเนตรแก้ว และ ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์</i> <i>Apiwan Pannatekave and Natnaporn Aeknarajindawat</i>	
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา Participation of People in Preparation of Local Development Plan of Bang Pa-In Subdistrict Municipality, Bang Pa-in District, Ayutthaya Province	189
<i>ธนกฤต ธนาธำรงฤทธิ์ และ ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์</i> <i>Thanakrit Thanathamrongrit and Natnaporn Aeknarajindawat</i>	
รูปแบบบุพปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ Antecedents Model for the Success of Entrepreneurs in the Fruit Export Business	202
<i>อรรณพ ปานพวง, ธนพล ก่อฐานะ และ บัณฑิต ผังนิรันดร์</i> <i>Unnop Panpuang, Tanapol Kortana and Bundit Pungnirund</i>	
การพัฒนาศักยภาพกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาของจังหวัดตาก พ.ศ. 2566 – 2570 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 Potential Development of Development Planning Process of Tak Province, 2023 – 2027 Fiscal Year 2023	222
<i>ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์, ดำเกิง อัสวสุนทรางกูร และ ศุภวรรณ ทองแท้</i> <i>Natnaporn Aeknarajindawat, Damkeng Aswasuntrangkul and Suphawan Thongtae</i>	

การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

Motivation for the Performance of Cha-am Municipal Personnel

Phetchaburi Province

ทฤษฎี ธนาบิรุณ

Tissadee Tanaboriboon

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

Email: nidta@thaimail.com

Received: October 22, 2022

Revised: December 15, 2022

Accepted: December 16, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และ 2) เปรียบเทียบการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 95 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ ตามปัจจัยจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านความรับผิดชอบตามลำดับ ส่วนตามปัจจัยอื่น ๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในหน่วยงาน ด้านรายได้และค่าตอบแทน ด้านนโยบายและการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในการทำงานตามลำดับ 2) การเปรียบเทียบแรงจูงใจ พบว่า บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ ที่มีเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ส่วนบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, การปฏิบัติงาน, บุคลากร



Abstract

The objectives of this study were to: 1) study the level of motivation in working of Cha-am municipal personnel Phetchaburi Province, and 2) compare the motivation for the performance of Cha-am municipal personnel Phetchaburi Province, classified by gender, age, educational level, and income. This research is a quantitative research. The sample group used in this research was 95 samples from Cha-am Municipality personnel Phetchaburi Province. The research instrument was a questionnaire. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and one-way ANOVA.

The results showed that: 1) Motivation for the performance of Cha-am municipal personnel according to the motivation factor in overall, it is at a high level. When considering each aspect, it was found that the nature of the work performed with the highest average, followed by recognition and respect the success of a person's work in terms of progress in work and responsibility, respectively. According to the hygiene factor in overall, it is at a high level. When considering each aspect working environment with the highest average, followed by interpersonal relations in department, income and compensation, policy and administration and the stability of work, respectively. 2) When comparing with motivation it was found that Cha-am municipal personnel with different gender, age and average monthly income had different motivation for working with statistical significance at the .05 level, therefore, it was in accordance with the established assumptions. Personnel of Cha-am Municipality with different educational levels, the motivation for work was not different. The statistical significance of the .05 level was therefore not in accordance with the assumptions set.

Keywords: Motivation, Performance, Personnel

บทนำ

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีศักยภาพในการจัดบริการสาธารณะให้กับประชาชน จึงได้ดำเนินการศึกษาและสำรวจข้อสังเกตในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเพื่อสะท้อนถึงข้อขัดข้องในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่าสาเหตุที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระบุว่าเป็นปัญหา อุปสรรคมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากร (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2559) กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจึงได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาด้านบุคลากร โดยการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาประสิทธิภาพบุคลากร ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งฝ่ายข้าราชการประจำและฝ่ายการเมือง สร้างความรู้ความเข้าใจ ที่ถูกต้องในการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ หนังสือสั่งการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสร้างทัศนคติ ค่านิยมที่ดีในการ



ทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ผ่านสถาบันพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น และยังมีหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพบุคลากรของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น โดยเฉพาะบุคลากรที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัด/ อำเภอเพื่อให้มีทักษะความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ ในงานที่ต้องปฏิบัติสามารถให้คำปรึกษา แนะนำและช่วยเหลือการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควบคู่กันไปด้วย (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2559)

การสร้างแรงจูงใจในหน่วยงานเป็นภาระสำคัญประการหนึ่งสำหรับผู้บริหารจำเป็นจะต้องคำนึงถึง โดยการศึกษากระบวนการ และเทคนิคต่าง ๆ ในการสร้างแรงจูงใจ และอาศัยแรงจูงใจเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคลากรมีความพอใจในงานที่ปฏิบัติในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายด้วยความยินดี เต็มใจ และศรัทธา เพื่อผลสำเร็จของงาน แรงจูงใจเปรียบเทียบกับแรงขับ หรือแรงผลักดัน และเป็นความพยายามในการที่จะทำให้ความต้องการหรือเป้าหมายขององค์กรได้รับการตอบสนองจน เป็นที่พอใจตามที่รัฐบาลมีนโยบายเกี่ยวกับการให้ความอิสระแก่ท้องถิ่น โดยการกระจายอำนาจ ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 รัฐบาลจึงได้เร่งรัดจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งในองค์กรดังกล่าว มีทั้งบุคลากรที่เป็นข้าราชการ พนักงานส่วนท้องถิ่น และบุคลากรที่มาจากการเลือกตั้งเพื่อมาทำหน้าที่ในการบริหารจัดการ และดำเนินงานในชุมชนท้องถิ่น บุคลากรที่เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวมีความแตกต่างกันทั้งแนวคิด ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ ในการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชน และท้องถิ่นอาจทำให้เกิดปัญหา และอุปสรรคในการปฏิบัติ การพัฒนางาน การประสานงาน กฎระเบียบ ประชาชนอาจขาดความเชื่อมั่นต่อเจ้าหน้าที่บุคลากร ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรเพื่อให้บริการ ซึ่งอาจส่งผลให้เจตนารมณ์ของการจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตอบสนอง และแก้ไขปัญหาท้องถิ่นไม่สามารถบรรลุผลได้เท่าที่ควร การที่จะให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ได้ก็ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายในหน่วยงาน และการที่บุคคลจะอุทิศตัวเพื่อหน่วยงานนั้นจะต้องมีสิ่งที่มาจูงใจให้บุคลากรยอมปฏิบัติตามเป้าหมายและโน้มน้าวจิตใจให้เกิดพลังร่วมกันปฏิบัติภารกิจ นั่นคือ การสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร การที่บุคคลจะยินยอมทำงานที่ได้รับมอบหมายก็เนื่องจากบุคคลนั้นมีความยินดีและพอใจ ในงานที่ได้รับการมอบหมายหรือปฏิบัติ ซึ่งความพอใจในงานเป็นที่ยอมรับกันว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก การทำงานที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้อย่างดีที่สุด ประหยัดมากที่สุดและเกิด ประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะบุคคลนั้นจะปฏิบัติงานด้วยความขยันหมั่นเพียรให้เวลาในการปฏิบัติงานมากขึ้นและตั้งใจทำงานด้วยความกระตือรือร้นทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานสูง ในทางตรงข้ามหากบุคคลไม่มีความพอใจในการทำงาน งานที่ปฏิบัติลดต่ำลงความรับผิดชอบต่อความสำเร็จของงานจะหมดไป การปฏิบัติหน้าที่จะเฉื่อยชาลงทุกทีและจะทำให้ประสิทธิภาพของงานด้อยลงในที่สุด (โกวิทย์ พวงงาม, 2554)

การจูงใจ (Motivation) เป็นการนำเอาปัจจัยต่าง ๆ มาเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงออก มาอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งปัจจัยที่ใช้เป็นแรงผลักดัน ได้แก่ การทำให้ตื่นตัว การคาดหวัง การให้รางวัลจูงใจ ปัจจัยดังกล่าวจะเป็นสภาวะที่ก่อให้เกิดแรงกระตุ้นที่ทำให้ บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา การสร้างแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริหารองค์กรซึ่งเป็นสิ่งช่วยบำบัดความต้องการ ความจำเป็นและความเดือดร้อนของบุคลากรในการปฏิบัติงาน เพราะการจูงใจเป็นรางวัลที่มีค่าและทุกคนสามารถทำได้สำเร็จโดยไม่มีขอบเขต



ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารควรได้รับทราบว่าแรงจูงใจหรือความต้องการ (Motive or wants) ของพนักงานในองค์กร นั้นมีรูปแบบอย่างไรบ้าง (ณัฐฐา กริทธิธัญ, 2550)

บุคลากรผู้ปฏิบัติงานจะเกิดความพึงพอใจในการทำงานมากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับ แรงจูงใจที่มีอยู่ในการทำงานหรือในหน่วยงานนั้น ๆ ถ้าหน่วยงานใดมีปัจจัยที่เป็นเครื่องจูงใจใน การทำงานนั้นเป็นส่วนประกอบในการทำงานเพื่อโน้มน้าวจิตใจผู้ปฏิบัติงานให้มีความผูกพันกับงาน อยากทุ่มเทความสามารถเพื่องาน มีความเต็มใจที่จะใช้พลังในการทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายถ้าหน่วยงานใดสามารถจัดบริการต่าง ๆ สนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงานได้ แต่ถ้าไม่สามารถสนองความต้องการได้ผลงานย่อมตกต่ำผู้ปฏิบัติงานจะเกิดความเบื่อหน่าย ทำให้ขาดประสิทธิภาพได้ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์กรที่ประสบความสำเร็จเจริญเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการวางแผน มีการปรับเปลี่ยนองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (ธัญชนก ธิติพงศ์วิวัฒน์, 2552)

ดังนั้น เทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นองค์กรหนึ่งที่มีอำนาจหน้าที่ในการปกครองตนเอง และมีอิสระในการบริหารงานตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดไว้โดยที่เทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็นหน่วยงานท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด ดังนั้นในการบริหารงานของเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จึงถูกคาดหวังจากหลายฝ่ายว่าจะพัฒนาท้องถิ่น และให้บริการกับประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง โดยคำนึงถึงความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเน้นการให้บริการประชาชนเป็นหัวใจสำคัญและสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg) เพื่อนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลในการพัฒนาบุคลากรของเทศบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ของบุคลากรเทศบาลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประโยชน์สูงสุด และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงด้านการบริการงานด้านบุคคล และพัฒนาศักยภาพของบุคลากร บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

สมมติฐานการวิจัย

1. บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่มีเพศแตกต่างกันมีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่างกัน
2. บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่มีอายุแตกต่างกันมีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่างกัน



3. บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่างกัน

4. บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

อรพินทร์ ชูชม (2555) แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง แรงผลักดันหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีอยู่ภายในและภายนอกตัวบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการทำงาน ทิศทางในการกระทำความเข้มข้นและระยะเวลาในการกระทำ ดังนั้น แรงจูงใจจึงเป็นกระบวนการทางจิตใจที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อม

ณัฐพงศ์ ชูทัย (2559) แรงจูงใจ (Motives) คือ แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการมากระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมาย แรงจูงใจมีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. เป็นพลังงานที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม
2. เป็นตัวกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรม
3. เป็นตัวกำหนดระดับของความพยายามในการแสดงพฤติกรรม

องค์ประกอบสำคัญของแรงจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม คือ ความต้องการ (Needs) และแรงขับ (Drives)

จากความหมายของแรงจูงใจที่กล่าวมานี้ จึงอาจสรุปได้ว่า แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง ตัวผลักดันที่ทำให้เกิดการกระตุ้นหรือการปลุกเร้าให้คนมีพฤติกรรมแสดงออกมา โดยมาผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทาง ปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมานั้นอาจจะเป็นรางวัล โบนัส ตำแหน่ง และการลงโทษ ซึ่งเป็นการทำให้เกิดการตื่นตัว อีกทั้งการทำให้เกิดความคาดหวัง ดังนั้น แรงจูงใจจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ต้องนำมาใช้ในชีวิตประจำวันในการปฏิบัติงาน การบริหารคนในองค์กร การอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ ผลของความสำเร็จ ความเจริญก้าวหน้าในอาชีพการงานและองค์กรแรงจูงใจนับว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ผู้บริหารหรือผู้นำองค์กรสามารถนำไปใช้กับบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตามความเหมาะสมขององค์กรนั้น ๆ

ม็องตาญ (Montagu, 1984) อธิบายว่า การปกครองท้องถิ่น หมายถึง ลักษณะการปกครองที่หน่วยการปกครองท้องถิ่นมีการเลือกตั้งโดยอิสระ เพื่อเลือกบุคคลให้เข้ามาทำหน้าที่บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีอำนาจอิสระและความรับผิดชอบ โดยปราศจากการควบคุมของหน่วยการบริหารราชการส่วนกลางหรือภูมิภาค แต่ทั้งนี้หน่วยการปกครองท้องถิ่นยังต้องอยู่ภายใต้บังคับว่าด้วยอำนาจสูงสุดของประเทศ ไม่ได้กลายเป็นรัฐอิสระใหม่แต่อย่างใด

โกวิท พวงงาม (2554) สรุปว่า การปกครองท้องถิ่น หมายถึง การที่องค์กรหนึ่งมีพื้นที่อาณาเขตของตนเองมีประชากรและมีรายได้ตามที่หลักเกณฑ์กำหนด โดยมีอำนาจและมีอิสระในการปกครองตนเอง มีการบริหารการคลังของตนเอง รวมทั้งมีอำนาจหน้าที่ให้บริการในด้านต่าง ๆ แก่ประชาชน ซึ่งประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวจะมีส่วนร่วมในการบริหารและปกครองตนเอง อาทิ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาในชุมชน



หรือการมีส่วนร่วมในการบริหารและปกครองตนเอง โดยผ่านตัวแทนที่มาจากการเลือกตั้ง เช่น การมีสภาท้องถิ่น เป็นต้น

จากนิยามข้างต้นสรุปได้ว่า การปกครองท้องถิ่น หมายถึง การจัดตั้งรูปแบบการปกครองในระดับท้องถิ่น ซึ่งเกิดขึ้นจากการกระจายอำนาจของรัฐบาลกลาง โดยมีผลให้องค์กรที่จัดตั้งนี้มีฐานะเป็นนิติบุคคลที่มีอำนาจอิสระ บางส่วนในการบริหารงาน เพื่อทำหน้าที่และรับผิดชอบต่อการกิจต่าง ๆ ภายในขอบเขตพื้นที่ตามที่รัฐบาลกลาง กำหนด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 125 คน (เทศบาลเมืองชะอำ, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 95 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้น นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิเคราะห์คุณภาพของ เครื่องมือโดยหาค่า IOC (Item-objective congruence Index) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ดัชนีความสอดคล้องที่ 0.7 ขึ้นไป โดยค่า IOC ที่ได้เท่ากับ 1 เพื่อคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ (IOC) ผลการคำนวณค่าดัชนีมีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามในภาพรวมได้ค่า (IOC) = 0.95 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไขแล้วและนำไปทดลอง (Try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำแบบทดสอบไปทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามสูตรของ Cronbach เท่ากับ 0.89 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 95 ชุด เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แจกแบบสอบถามและชี้แจงพร้อมอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ รวมถึงชี้แจงให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองทั้งหมดในเดือนกรกฎาคม – เดือนกันยายน 2564
3. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบดูความถูกต้องและนับจำนวนให้เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง กรณีแบบสอบถามไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน
4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของบุคลากรมาประมวลผลวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติคอมพิวเตอร์ มาประมวลผลวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) การเปรียบเทียบค่าที่ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อนำไปวิเคราะห์กับแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพื้นฐานหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับปัจจัยที่มีจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าที่ (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับปัจจัยที่มีจำนวนมากกว่า 2 กลุ่ม

ผลการวิจัย

1. ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 1 พบว่า การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรีตามปัจจัยจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D.= 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.04$, S.D.=0.61) รองลงมา ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ($\bar{X} = 3.89$, S.D.=0.64) ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\bar{X} = 3.82$, S.D.=0.69) และด้านความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.73$, S.D.=0.70) ตามลำดับ ปัจจัยรองลงมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D.=0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.98$, S.D.=0.90) รองลงมา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในหน่วยงาน ($\bar{X} = 3.94$, S.D.=0.51) ด้านรายได้ และค่าตอบแทน ($\bar{X} = 3.82$, S.D.=0.83) ด้านนโยบาย และการบริหารงาน ($\bar{X} = 3.79$, S.D.=0.66) และด้านความมั่นคงในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.76$, S.D.=0.68) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน
ของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวม

รายการ	ระดับการสร้างแรงจูงใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ปัจจัยจูงใจ			
1. ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล	3.82	0.69	มาก
2. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	3.89	0.64	มาก
3. ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	4.04	0.61	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบ	3.73	0.70	มาก
5. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	3.82	0.45	มาก
รวม	3.86	0.42	มาก
ปัจจัยอนามัย			
1. ด้านนโยบาย และการบริหารงาน	3.79	0.66	มาก
2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในหน่วยงาน	3.94	0.51	มาก
3. ด้านความมั่นคงในการทำงาน	3.76	0.68	มาก
4. ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.98	0.90	มาก
5. ด้านรายได้ และค่าตอบแทน	3.82	0.83	มาก
รวม	3.85	0.43	มาก

2. เปรียบเทียบการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร
เทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

เพศ	n	Mean	df	t	P
ชาย	34	4.01	93.00	3.52	.001*
หญิง	61	3.78			

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้



ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

อายุ	df	SS	Ms	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	1.843	.614	6.916	.000*
ภายในกลุ่ม	91	8.082	.089		

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ระดับการศึกษา	df	SS	Ms	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	.501	.251	2.447	.092
ภายในกลุ่ม	92	9.423	.102		

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	df	SS	Ms	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	1.951	.488	5.504	.001*
ภายในกลุ่ม	90	7.974	.089		

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

อภิปรายผล

1. การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จากการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริวัจ ภูญาณวิภาส (2561) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานบุคลากรเทศบาลตำบลอรุณญิก อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลอรุณญิก อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรุณ พาทิติน (2559) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้สามารถอภิปรายผลการค้นพบในแต่ละด้าน ได้ดังนี้



ปัจจัยจูงใจ

1) ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล พบว่า ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เบญญพร สุวรรณแจ่ม (2557) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร ด้านความสำเร็จในการทำงาน อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธรรมบุญ ศิริเจริญธรรม (2556) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลฉนวน อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ด้านความสำเร็จในการทำงานอยู่ในระดับมาก

2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ พบว่า ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรนุช พาทีทิน (2559) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด ด้านการได้รับการยอมรับนับถืออยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริวัจ ปฏิญาณวิลาส (2561) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานบุคลากรเทศบาลตำบลอรุณภูมิ อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการได้รับการยอมรับนับถืออยู่ในระดับมาก

3) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ พบว่า ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ กิจสวัสดิ์ โอสถ (2561) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก และซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมวงศ์ สีหาเสนา (2557) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

4) ด้านความรับผิดชอบ ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปฐมวงศ์ สีหาเสนา (2557) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของเบญญพร สุวรรณแจ่ม (2557) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร ด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก

5) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริวัจ ปฏิญาณวิลาส (2561) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานบุคลากรเทศบาลตำบลอรุณภูมิ อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของเบญญพร สุวรรณแจ่ม (2557) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน อยู่ในระดับมาก



ปัจจัยอนามัย

1) ด้านนโยบาย และการบริหารงาน ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมณู ศิริเจริญธรรม (2556) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลมณีน อำเภอเมษาม จังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบาย และการบริหารงานอยู่ในระดับมาก และซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกนกวรรณ กิจสวัสดิ์โอสถ (2561) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา ด้านนโยบายการบริหาร อยู่ในระดับมาก

2) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในหน่วยงาน ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมวิง สีสานนา (2557) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน อยู่ในระดับมาก และซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรนุช พาทีทิน (2559) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก

3) ด้านความมั่นคงในการทำงาน ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนงคณุช ขาวงาม (2557) ศึกษาเรื่อง ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลแม่ปืม อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ด้านความมั่นคงในการทำงานอยู่ในระดับมาก และซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของประจักษ์ เฉยชัยภูมิ (2555) ศึกษาเรื่อง ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) จังหวัดระยอง ด้านความมั่นคงในการทำงานอยู่ในระดับมาก

4) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาไลตา อาษาศรี (2557) ศึกษาเรื่อง ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลในจังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานอยู่ในระดับมาก และซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรนุช พาทีทิน (2559) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน อยู่ในระดับมาก

5) ด้านรายได้ และค่าตอบแทน ระดับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิภา แสงศิริ (2556) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขต อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านรายได้ และค่าตอบแทนอยู่ในระดับมาก และซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมวงศ์ สีสานนา (2557) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ด้านรายได้ และค่าตอบแทน อยู่ในระดับมาก



2. เพื่อเปรียบเทียบการสร้างความแรงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ และรายได้ เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริวัจ ภูญาณวิภาส (2561) ศึกษาเรื่อง แรงใจในการปฏิบัติงานบุคลากรเทศบาลตำบลอรุณภูมิ อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีแรงใจในการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิภา แสงศิริ (2556) ศึกษาเรื่องแรงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขต อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ ที่ผลการวิจัยพบว่า เพศ ระดับการศึกษา อายุราชการ และรายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างไม่มีผลต่อแรงใจในการปฏิบัติงานจากปัจจัยแรงใจ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นรวิชัย สมฤทธิ์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากการศึกษาพบว่า การสร้างความแรงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ตามปัจจัยแรงใจ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ผู้บริหารควรให้คำปรึกษาเพื่อแก้ไขปัญหาการทำงาน ควรจัดสรรงบประมาณสนับสนุนการทำงานอย่างเพียงพอ และควรให้กำลังใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

1.2 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ผู้บริหารควรให้การยอมรับและเชื่อถือในความสามารถของบุคลากร และควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในโอกาสต่าง ๆ

1.3 ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ผู้บริหารควรแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และขอบเขตของงานให้ชัดเจนเพื่อต่อการปฏิบัติ

1.4 ด้านความรับผิดชอบ ผู้บริหารควรมอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถของแต่ละบุคคล และควรมีการกระจายงานให้บุคลากรรับผิดชอบอย่างทั่วถึง

1.5 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรเข้ารับการอบรมและศึกษาดูงาน และควรพิจารณาความดีความชอบของบุคลากรให้เท่าเทียมกัน

2. จากการศึกษาพบว่า แรงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ตามปัจจัยค่าจ้าง มีข้อเสนอแนะดังนี้

2.1 ด้านนโยบายและการบริหารงาน ผู้บริหารควรมีความชัดเจนในเรื่องของการสั่งการ การมอบหมายงาน และควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการประชุมวางแผนงานต่าง ๆ เพื่อที่จะได้เห็นภาพรวมและทิศทางในการปฏิบัติงาน

2.2 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในหน่วยงาน ผู้บริหารควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในหมู่พนักงาน



2.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน ผู้บริหารควรมีการจัดระบบสวัสดิการสำหรับบุคลากรที่ดี และงานที่ปฏิบัติขณะนี้มีความปลอดภัยและมั่นคง

2.4 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ควรจัดสภาพแวดล้อมห้องทำงานให้เป็นสัดส่วนของแต่ละงาน และควรจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

2.5 ด้านรายได้และค่าตอบแทน ควรจัดให้มีสวัสดิการในด้านต่าง ๆ อย่างเพียงพอ เช่น จัดให้มีบ้านพักอาศัยแก่บุคลากร และควรอำนวยความสะดวกในการเบิกจ่ายเงินสวัสดิการต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรวิจัยเรื่อง การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในเชิงคุณภาพ

2. เทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ควรสนับสนุนให้บุคลากร ได้รับการฝึกอบรมพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ กิจสวัสดิ์โอสธ. (2561). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2559). คลังความรู้. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2564, จาก <http://www.dla.go.th/servlet/EbookServlet?ebookGroup=5>
- โกวิทย์ พวงงาม. (2554). การปกครองท้องถิ่นไทย: เอกสารตำราหลัก ประกอบการเรียนการสอนหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาการปกครองท้องถิ่น วิชาการเมืองการปกครองส่วนท้องถิ่นไทย. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ณัฐพงษ์ ชูทัย. (2559). การจูงใจและแรงจูงใจ. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2564 จาก <https://nuttapong.wikispaces.com>
- ณัฏฐา กริทธิบุญ. (2550). การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธรรมบุญ ศิริเจริญธรรม. (2556). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลแม่ป๋ม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธัญชนก อิตติพงศ์วิวัฒน์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นงคินุช ขาวงาม. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลแม่ป๋ม อำเภอมะขาม จังหวัดพะเยา (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา.



- นรวิชัย สมฤทธิ์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบล เชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา.
- นิภา แสงศิริ. (2556). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- เบญญพร สุวรรณแจ่ม. (2557). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- ปฐมวงศ์ สีหาเสนา. (2557). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประจักษ์ เฉยชัยภูมิ. (2555). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) จังหวัดระยอง (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปาลิตา อาษาศรี. (2557). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลในจังหวัดกาฬสินธุ์ (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ศิริวัจ ปฏิญาณวิภาส. (2561). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานบุคลากรเทศบาลตำบลอรัญญิก อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรนุช พาทีทิน. (2559). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรพินท์ ชูชม. (2555). แรงจูงใจในการทำงาน: ทฤษฎีและการประยุกต์. วารสารจิตวิทยามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 2(2), 52-61.
- Montagu, H. G. (1984). *Comparative local government*. London: William Brendon and Son.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.



กระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565

Policy Formulation Process of Cannabis Liberalization in Thailand

from B.E. 2562 to B.E. 2565

สกุรัตน์ ทิพย์วรรณงาม¹, ศุภชัย ศุภผล², สุรพล ราชภัณฑารักษ์³ และจักรี ไชยพินิจ⁴

Sakulrat Tipwanngam¹, Suphachai Suphaphol², Suraphol Rajbhandaraks³ and Chakkri Chaipinit⁴

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{1,2,3,4}

Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: Sakulrat.t@framelessdesign.com¹

Received: December 3, 2022

Revised: December 22, 2022

Accepted: December 23, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระแสปัญหาที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรี 2) เพื่อศึกษากระแสการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรี และ 3) เพื่อศึกษากระแสนโยบาย กิจกรรม และข้อเรียกร้องเชิงนโยบายแบบใดที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีโดยใช้รูปแบบการวิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ทั้งจากตำราวิชาการ บทความที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า กระแสปัญหาที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย เริ่มต้นจากความต้องการใช้กัญชาทางการแพทย์และความสำเร็จของการรักษาผู้ป่วยมะเร็งที่ใช้กัญชาประกอบการรักษา รวมถึงต้นแบบของต่างประเทศที่มีการเปิดให้ใช้กัญชาในหลายรูปแบบ ทำให้เกิดกระแสการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรี ที่เริ่มจากพรรคภูมิใจไทยได้ประกาศนโยบาย “กัญชาเสรี” ขึ้น ซึ่งในขณะนั้นมีทั้งกระแสการยอมรับ และกระแสการต่อต้านที่เกิดขึ้น จากกระแสปัญหาและกระแสการเมืองส่งผลให้เกิดกระแสนโยบายที่ผลักดันให้เกิดการแก้ไขพระราชบัญญัติยาเสพติด (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 เมื่อ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 เป็นจุดเริ่มต้นของ “นโยบายกัญชาเสรี” โดยระหว่างทางมีกระบวนการผลักดันที่ส่งเสริมให้ประชาชนได้ปลูกกัญชาได้บ้านละ 6 ต้น และสามารถใช้กัญชาเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากสามกระแสนี้ได้สะท้อนหน้าตาต่างปัญหา หน้าตาการเมือง ก่อให้เกิดกระแสนโยบายที่ส่งผลต่อตัวแบบหน้าต่างนโยบาย (Steam and Window Model) ที่สะท้อน “นโยบายกัญชาเสรี” ที่ถูกผลักดันให้เกิดข้อกฎหมายและการผลักดันสู่การบังคับใช้จริง

คำสำคัญ: กัญชาเสรี, นโยบายสาธารณะ, ตัวแบบหน้าต่างนโยบาย



Abstract

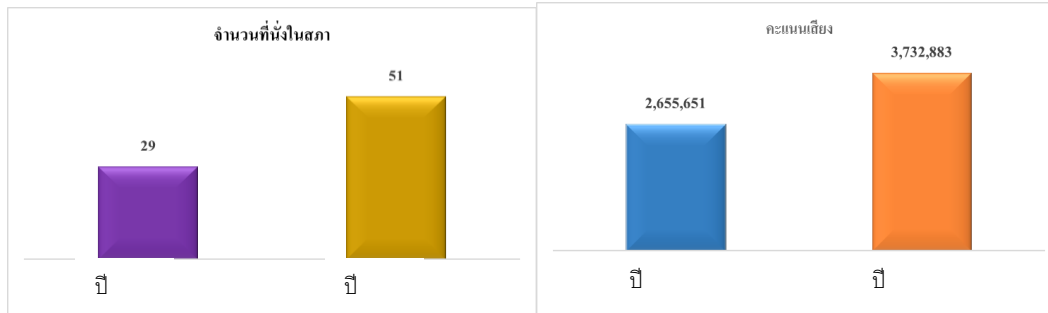
This research has the objectives of this research 1) to study the current problems affecting the policy of liberal marijuana policy, 2) to study the political currents affecting the liberal cannabis policy advocacy process, and 3) to study the policy flow. What types of policy activities and claims affect the process of advocating for liberal cannabis policy using a qualitative research model based on in-depth interviews and documentary research, both textbooks? academic Related articles. The results showed that Current problems affecting the process of advocating the liberal cannabis policy in Thailand It started with the demand for medical marijuana. and the success of treating cancer patients who use cannabis as a treatment including foreign prototypes that are open to the use of marijuana in many forms causing political currents that affect the process of advocating for the liberal cannabis policy Starting from the Bhumjaithai Party has announced a policy of "free marijuana", which at that time was both accepted. and the current resistance from the currents of problems and political currents, resulting in policy trends that drive solutions. The Narcotics Act (No. 7) B.E. 2562 on 18 February 2019 is the beginning of the "free cannabis policy", along the way, is a process that encourages people to grow up to six cannabis plants per household and to use cannabis as a component of products from these three trends, reflecting the problem window. political window This creates a policy trend that affects the Steam and Window model that reflects the "free cannabis policy" that is driven by legislation and push into action.

Keywords: Free Marijuana, Public Policy, Policy Window Model

บทนำ

ประเทศไทยได้มีการประกาศนโยบาย “กัญชาเสรี” มาเป็นนโยบายของพรรคในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งแรกโดยพรรคภูมิใจไทย ส่งผลให้พรรคภูมิใจไทยได้คะแนนเสียงในการเลือกตั้งกว่า 3,732,883 เสียง และมีที่นั่งในสภา 29 ที่นั่ง (ไทยรัฐ, 2562) และปี พ.ศ. 2562 ได้รับที่นั่งในสภา 51 ที่นั่งจากผลการเลือกตั้งในครั้งนี้แสดงถึงกระแสของประชาชนที่มีความต้องการส่งเสริมนโยบายดังกล่าว และภายหลังเลือกตั้งได้ส่งผลทำให้เกิดนโยบายใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศ ทั้งภาคเศรษฐกิจ ภาคประชาชน ส่งผลกระทบทางด้านวิชาการทั้งการศึกษาวิจัยและการพัฒนาทางการแพทย์ในวงกว้าง ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้จะศึกษากระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 เพื่อให้เห็นถึงมุมมอง และกระแสปัญหา กระแสการเมืองที่ส่งผลต่อกระแสนโยบาย ในการผลักดันนโยบายกัญชาเสรี (Thaipublica, 2562) ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปได้ ดังแสดงในภาพ 1





ภาพที่ 1 ภาพเปรียบเทียบจำนวนคะแนนเสียง และที่นั่งในสภา

นโยบายกัญชาถูกกฎหมายได้ถูกนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งแรกในสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 201 ซึ่งผู้สมัครชิงตำแหน่งประธานาธิบดีสหรัฐได้ประกาศบนเวทีดีเบตหาเสียงว่าสนับสนุนให้กัญชาถูกกฎหมาย โดย Bernie Sanders ผู้สมัครจากพรรค Democratic (เดโมแครต) ผลสำรวจชี้ว่าประชาชนชาวอเมริกันสนับสนุนให้กัญชาถูกกฎหมายกว่า 53% ทำให้ Hillary Clinton ทำให้กัญชาถูกกฎหมายน่าจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในนโยบายหาเสียง และเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญของการเลือกตั้งประธานาธิบดีคนที่ 58 ของสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 2016 (First Democratic Presidential Debate, 2016) สำหรับประเทศไทย การผลักดันนโยบายกัญชาเสรีได้เริ่มต้นขึ้นหลังจากการเลือกตั้งทั่วไปในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 รัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาในเดือนกรกฎาคมปีเดียวกันนั้น ต่อมา นายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ได้แถลงนโยบายเกี่ยวกับกัญชาในการประชุมผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงสาธารณสุข ภายใต้แนวนโยบายที่ว่า “ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ร้างกายแข็งแรง ทำให้เศรษฐกิจประเทศแข็งแรง” (ณัฐธัญญา พัฒนะวานิชนันท์, 2563)

จากการหาเสียงตามนโยบายที่ดังกล่าวได้เกิดพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 ลงวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ขึ้น ซึ่งเจตนารมณ์ของการประกาศ เพื่อแก้ไขพระราชบัญญัติในการใช้ประโยชน์จากการวิจัยสารสกัดจากกัญชา และการอนุญาตให้ประชาชนใช้กัญชาในการรักษาโรค รวมไปถึงการศึกษาวิจัยเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์และส่งผลกระทบต่อการรักษาโรคนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ประเทศไทยได้นำพืชที่จัดได้ว่าเป็นสิ่งผิดกฎหมายมาอย่างยาวนาน ภายใต้การรอคอยของผู้ป่วยที่ต้องการใช้ยาจากสารสกัดกัญชาเพื่อการรักษา และการศึกษาวิจัยเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าทางการแพทย์ และสามารถใช้อย่างสมุนไพรรักษาโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ (จุฬาพัฒน์ ช่างเกตุ, 2562) จากการผลักดันนโยบายดังกล่าวย่อมมีเสียงสะท้อนทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งข้อดีคือ การใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ และการศึกษาวิจัยที่จะส่งเสริมการแก้ไขปัญหาทางสุขภาพ สามารถลดการซื้อขายแบบผิดกฎหมายเพื่อนำมาใช้เพื่อสุขภาพ ภาครัฐทราบปริมาณการใช้สามารถกำหนดแนวทางการกำกับดูแลและเก็บภาษีได้ สำหรับภาคประชาชนถือว่าได้ประโยชน์ทั้งในส่วนของการรักษาพยาบาล การได้รับสินค้าที่ได้คุณภาพ ไม่ต้องลักลอบซื้อขาย (ธีระ วรรณรัตน์, 2563) สำหรับข้อเสียคือ หากกัญชาไม่ได้ถูกนำมาใช้เพียงเพื่อการใช้ทางการแพทย์ แต่มีการนำมาใช้ในเชิงสันตนาการเพิ่มมากขึ้น รวมถึงผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีส่วนผสมของกัญชา จะส่งผลต่อการควบคุมที่เข้มงวดขึ้นเมื่อคนไทยมีการเดินทางออกไปยังประเทศที่ไม่กำหนดให้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ถูกกฎหมาย



ในช่วงของการเลือกตั้งไม่มีพรรคการเมืองพรรคใดคัดค้านนโยบายกัญชาเสรี อีกทั้งยังมีพรรคการเมืองบางพรรคมีนโยบายกัญชาในลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น พรรคประชาธิปัตย์ ได้แสดงทิศทางการใช้กัญชาเพื่อการแพทย์เท่านั้น พรรคอนาคตใหม่ เสนอการใช้เพื่อทางการแพทย์และการท่องเที่ยวสันตนาการ พรรคเพื่อไทย เสนอการใช้กัญชาเป็นพืชเศรษฐกิจ และใช้กัญชาทางการแพทย์ และพรรคคนธรรมดาแห่งประเทศไทย เสนอการใช้กัญชาเสรี ไม่จำกัดจำนวนการปลูก และให้กลไกตลาดเป็นตัวกำหนดราคา (The Standard, 2562) และแม้ว่ากระแสตอบรับนโยบายกัญชาเสรีได้รับการสนับสนุนจากประชาชนเป็นอย่างมาก หากประชาชนบางส่วนยังคงกังวลเกี่ยวกับนโยบายดังกล่าว ซึ่งผู้สนับสนุนเห็นว่าเป็นการลดการพึ่งพากัญชาจากตลาดมืด เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ และเชื่อว่าการจัดกุ่มผู้เสพกัญชา หรือมีไว้ในครอบครองนั้นเกิดกว่าเหตุ (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) สำหรับผู้ที่คัดค้านมองว่า สรรพคุณทางการแพทย์นั้นยังมีข้อถกเถียงกันอยู่ และหากจะนำกัญชามาใช้เพื่อลดผลกระทบจากยาเสพติดชนิดอื่นนั้นก็มีแนวโน้มผลกระทบมากกว่าการลดการเสพ เช่น การที่วัยรุ่นหันมาเสพกัญชาเพิ่มขึ้น และในทางการแพทย์หากต้องใช้ยาแก้ปวด สำหรับผู้ที่เคยใช้กัญชามาแล้วมีแนวโน้มที่จะใช้ยาแก้ปวดประเภทฝิ่นในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้กัญชามาก่อน (พัชรภรณ์ นนทสวัสดิ์ศรี, 2563)

จากที่กล่าวมาแล้วในช่วงต้นจะเห็นได้ว่าเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยได้มีการผลักดันนโยบายกัญชา โดยการเริ่มต้นของพรรคภูมิใจไทย จากการผลักดันดังกล่าวยังคงมีเสียงสะท้อนมาจากหลากหลายทาง รวมถึงความเข้าใจของประชาชนถึงการปลูก และมีในครอบครอง ซึ่งเป็นเหตุผลหลักของการศึกษาเรื่อง กระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565ซึ่งจะทำให้เห็นถึงพัฒนาการของนโยบาย ที่ก่อตัวจากกระแสปัญหา กระแสการเมือง ก่อรูปจนเกิดเป็นหน้าต่านโยบายขึ้น จนสะท้อนภาพการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษากระแสปัญหาที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2565
2. เพื่อศึกษากระแสการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2565
3. เพื่อศึกษากระแสนโยบาย กิจกรรม และข้อเรียกร้องเชิงนโยบายแบบใดที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่องกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 เป็นการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกระบวนการสังเคราะห์ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาจัดทำเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเก็บข้อมูลกับนักการเมือง ตำรวจ และผู้เกี่ยวข้องกับการผลักดันให้เกิดนโยบายโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้คำตอบโดยตรง (Personal interview หรือ Face to face interview) และการศึกษาจากเอกสาร (Documentary) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



1. กระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะ

จากแบบจำลองที่พัฒนาโดย John Kingdon (1984) เป็นแบบจำลองที่แสดงถึงการกำหนดนโยบายผ่านการตั้งประเด็นต่าง ๆ ซึ่งส่วนหนึ่งของการกำหนดวาระสาธารณะนั้นจะเกิดจาก “กระแสข้อมูล” ทั้งสามสายมาบรรจบกันกระบวนการกำหนดนโยบายในกระบวนการนโยบายสาธารณะได้เป็น 5 ขั้นตอนคือ

1.1 ขั้นการก่อตัวของปัญหาของนโยบายสาธารณะ (Public Policy Problem) เป็นขั้นตอนของการก่อตัวว่า ประเด็นนั้น คือปัญหาสาธารณะใช่หรือไม่ และมีการก่อตัวที่เกิดวงกว้างมากเท่าไร

1.2 ขั้นการก่อรูปนโยบายสาธารณะ (Public Policy Formation) เป็นขั้นตอนที่จะกำหนดว่าจะจัดทำนโยบายอย่างไร มีกระบวนการแก้ไขปัญหายังไร รวมไปถึงนโยบายนั้นมีข้อดีข้อเสียอย่างไร ซึ่งจะต้องมีวิธีการวิเคราะห์ที่จะสะท้อนถึงผลกระทบที่เกิดหลังจากออกนโยบาย ต้นทุนการดำเนินการ และผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น

1.3 ขั้นการตัดสินใจนโยบายสาธารณะ (Public Policy Adoption) ขั้นตอนนี้จะเป็นการลงมติที่จะตัดสินใจว่าจะใช้นโยบายใด เพื่อแก้ไขปัญหา และกำหนดผู้รับผิดชอบ

1.4 ขั้นการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ (Public Policy Implementation) ขั้นตอนนี้เป็นการนำนโยบายที่ได้คัดเลือกแล้วไปปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

1.5 ขั้นการประเมินผลนโยบายสาธารณะ (Public Policy Evaluation) ขั้นตอนนี้เป็นการประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ ว่าผลกระทบที่ตามมาของนโยบาย มีอะไรบ้าง (สนธิกาญจน์ เพื่อนสงคราม, 2562)

การตัดสินใจเลือกนโยบายสาธารณะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะสามารถแก้ไขปัญหาได้ดีที่สุดและผู้ตัดสินใจจำแนกปัญหาจะต้องกำหนดวิธีการแก้ไขที่ชัดเจนเพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และต้องมีการผลักดันการแก้ไขปัญหาอย่างแท้จริง (สัญญา เคนาภูมิ, 2559)

2. ทฤษฎีหน้าต่างนโยบาย (Steam and Window model)

การกำหนดนโยบายสาธารณะโดยใช้แนวคิดของ John Kingdon ซึ่งเป็นแนวคิดเพื่อทำความเข้าใจกระบวนการกำหนดนโยบาย เป็นผลมาจาก 3 กระแส คือ กระแสประเด็นปัญหา (Problem Steam) ถือเป็นเรื่องที่สังคมให้ความสนใจกระแสการเมือง (Political Steam) ถือเป็นข้อเสนอของการเปลี่ยนแปลง และกระแสนโยบาย (Policy Steam) เมื่อทั้งสามกระแสมารวมกันอย่างลงตัวก็จะเกิดการผลักดันสู่การแก้ปัญหาทฤษฎีนี้เรียกว่า “ตัวแบบหน้าต่างนโยบาย (Steam and Window Model)”

2.1 กระแสปัญหา (Problem Steam)

คิงดอน (Kingdon, 2014) ได้กล่าวถึง “ปัญหา” กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัญหาเกิดจากความสนใจของผู้คนที่มีจุดเริ่มต้นจากวิกฤตการณ์ ปัญหา หรือภัยพิบัติ จนกลายเป็นประเด็นร้อนที่ถูกตีแผ่ และกลายเป็นวิกฤตซึ่งอาจพัฒนาเป็นข้อเรียกร้องของประชาชน จนนำไปสู่ข้อเรียกร้องให้มีการแก้ไขปัญหาขึ้น ซึ่งข้อเรียกร้องนั้น





อาจผ่านมาทางตัวแทนของประชาชน หน่วยงานต่าง ๆ นักการเมือง ซึ่งเป็นกระแสที่ทำให้รัฐบาลต้องดำเนินการตัดสินใจในการดำเนินการซึ่งกระแสประเด็นปัญหาจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีปัจจัยมารวมกัน

1) กระบวนการการก่อตัวของประเด็นปัญหา คิงด็อน (Kingdon) ได้กล่าวถึงการก่อตัวของประเด็นปัญหาไว้ 3 ประการ คือ

ประการแรก การรับรู้ว่ามีปัญหานั้นอยู่แล้ว และมีการมุ่งความสนใจไปที่ปัญหาเหล่านั้น

ประการที่สอง ปัญหานั้นได้รับความสนใจที่แพร่หลาย

ประการที่สาม ปัญหานั้นถูกกำหนดรวมกัน หรือมีเหตุการณ์ที่คล้ายคลึงกันเกิดขึ้นซ้ำ

เมื่อปัญหาครบบตามปัจจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

เมื่อปัญหานั้นได้รับความสนใจจากภาครัฐ หรือเกิดกลุ่มเรียกร้องที่จะทำให้ภาครัฐสนใจที่จะแก้ไข ปัญหา ไม่ว่าจะเป็นทางนักเคลื่อนไหว การนำเสนอข่าว การประชุมสัมมนา หรือวิธีการอื่นใดที่ส่งผลให้ภาครัฐ หรือผู้มีอำนาจสนใจจนทำให้เกิดการผลักดันปัญหานั้นสู่กระบวนการแก้ไขปัญหา เกิดการวางนโยบายเพื่อแก้ไข การออกกฎหมาย และการผลักดันกฎหมายนั้น ๆ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติ (Kingdon, 2014)

2.2 กระแสการเมือง (Political Stream)

คิงด็อน (Kingdon, 2014) กล่าวถึงกระแสการเมืองที่จะไหลไปตามกระแสนโยบายและกระแสของปัญหาอย่างอิสระ ซึ่งมีองค์ประกอบที่ก่อตัวเป็นกระแสการเมือง เช่น องค์การสาธารณะ กลุ่มกดดัน ผลการเลือกตั้ง พรรคการเมือง หรืออุดมการณ์ต่าง ๆ กลุ่มผลประโยชน์เหล่านี้เป็นองค์ประกอบของกระแสการเมือง ที่ส่งผลต่อการกำหนดวาระ ซึ่งเป็นแรงผลักดันอันทรงพลังให้เกิดการขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ต้องการ และเมื่อมีกระแสการเมืองที่มีแนวร่วมที่มากพอ จะเกิดการเจรจาต่อรองเพื่อให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ (Kingdon, 2014) ซึ่งเปลี่ยนแปลงภายในระบบราชการ และระบบการเมืองเช่น การเปลี่ยนแปลงการบริหารราชการแผ่นดิน หรือพรรคใหญ่ในสภา การเลือกตั้งการลงประชามติทัศนคติทางการเมือง เมื่อพิจารณากระแสการเมืองควบคู่กับกระแสปัญหาก็คงพบว่า ทั้งสองกระแสมีอิทธิพลต่อการผลักดัน “วาระนโยบาย” เป็นอย่างมากเพื่อเปิดตัวแบบหน้าต่างนโยบาย (PolicyWindow) ก่อนเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจเชิงนโยบาย (Decision Agenda) ภายในระบบการเมือง (ประสงค์ชัย เศรษฐสุริวิชัย, 2557)

การจะก่อตัวเป็นกระแสการเมืองนั้น เริ่มต้นจากเหตุการณ์ที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์และธรรมชาติ เช่น เหตุการณ์ภัยแล้ง เป็นต้น หรืออาจเกิดจากความต้องการของประชาชน และได้นำเสนอต่อภาครัฐ เพื่อให้เกิดการวางนโยบาย หรือวิธีการแก้ไขปัญหานั้นในระยะยาว ซึ่งการที่พรรคการเมืองจะจัดทำนโยบายต้องมีการพิจารณาให้รอบคอบ เพราะนโยบายต่าง ๆ ย่อมส่งผลต่อคะแนนเสียง และกระทบต่อการจัดตั้งรัฐบาล ฉะนั้น การกำหนดนโยบายจึงมีความจำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่าง ๆ ประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็น แนวทาง วิธีการ ผลกระทบ จุดแข็งจุดอ่อน สิ่งเหล่านี้ ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อคะแนนเสียงทั้งหมด เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนและประเทศ (สนธิกาญจน์ เพื่อนสงคราม, 2560) โดยสิ่งที่ควรต้องนำมาพิจารณามีดังนี้¹ การกำหนด



นโยบายจะต้องวางหลักเกณฑ์ วิธีการปฏิบัติ และเป้าหมายที่จะสามารถนำไปสู่การกระบวนการดำเนินการได้อย่างชัดเจน และง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ที่ปฏิบัติงาน

2. การกำหนดนโยบายต้องมีลักษณะที่สร้างความมั่นคง และมีผลกระทบในทางบวกต่อคนในประเทศ

3. การกำหนดนโยบายควรมีลักษณะที่แนบแน่นคือ สอดคล้องกับนโยบายอื่น ๆ ที่มีการกำหนดไว้อยู่แล้ว และสามารถขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. การกำหนดนโยบายควรมีภาวะเอกรูป คือ จะต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น มีการวางแผนในระดับประเทศ และทุกจังหวัดนำไปกำหนดแผนการปฏิบัติงานของตนเองในพื้นที่

5. การกำหนดนโยบายควรมีภาวะต่อเนื่องกัน คือ จะต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งผลต่อการขับเคลื่อนในระยะยาว (สนธิสัญญา เพื่อนสงคราม, 2560)

การตัดสินใจเลือกนโยบายสาธารณะควรอาศัยทฤษฎีเทคนิควิธีหรือเครื่องมือเพื่อให้ให้นโยบายนั้นมีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความสำเร็จได้ง่ายการตัดสินใจมี 3 ทฤษฎี (สัญญา เคนาภูมิ, 2559) ดังนี้

1. ทฤษฎีหลักการและเหตุผล เพื่อวิเคราะห์ทางเลือกในการตัดสินใจและให้บรรลุเป้าประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายสูงสุดซึ่งองค์ประกอบของทฤษฎีประกอบไปด้วย คือ

1.1 ผู้ตัดสินใจต้องจำแนกปัญหานั้น ออกจากปัญหาอื่นได้ หรืออย่างน้อยต้องเปรียบเทียบกับปัญหาอื่นได้อย่างมีเหตุผล

1.2 ผู้ตัดสินใจต้องเข้าใจเป้าประสงค์ (Goals) ค่านิยม (Values) หรือวัตถุประสงค์ (Objective) เพื่อให้พิจารณาปัญหาที่มีความชัดเจนขึ้น

1.3 การตรวจสอบทางเลือกในการแก้ปัญหาอย่างชัดเจน

1.4 การตรวจสอบผลลัพธ์ทางด้านต้นทุน (Cost) ผลประโยชน์ (Benefits) รวมไปถึงข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ

1.5 การเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่อาจจะเกิดขึ้นของทางเลือกแต่ละทางเลือก

1.6 ผู้ตัดสินใจเลือกทางเลือกและผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกที่ดีที่สุดที่จะตอบสนองเป้าประสงค์ ค่านิยม หรือวัตถุประสงค์สูงสุดขององค์การตลอดจนสามารถผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง

2. ทฤษฎีการตัดสินใจแบบผสมผสาน (Mixed Scanning) เป็นการตัดสินใจที่มีลักษณะประนีประนอมระหว่างทฤษฎีหลักการและเหตุผลกับทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วน

3. ทฤษฎีทางเลือกสาธารณะหรือเศรษฐศาสตร์การเมือง (Public Choice Model) เป็นทฤษฎีที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐศาสตร์ โดยมีแนวคิดที่ว่าเจ้าหน้าที่รัฐนั้นมีแรงจูงใจที่เป็นผลประโยชน์ส่วนตัว (Self-interest) มากกว่าผลประโยชน์สาธารณะ (Public interest) (สัญญา เคนาภูมิ, 2559)

2.3 กระแสนโยบาย (Policy Stream)

คิงดอน (Kingdon) ได้กล่าวถึงการก่อตัวของนโยบายที่มักเกิดขึ้นจากการรวมตัวของผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัย เจ้าหน้าที่รัฐ ประชาชน ที่สนใจและรวมกลุ่มกันโดยมีแนวคิดและทิศทางไปในทางเดียวกัน ดำเนินการร่างกฎหมาย ซึ่งบางครั้งนโยบายไม่อาจใช้ได้กับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เมื่อเปลี่ยนแปลงบริบทและวัฒนธรรมทำให้เกิดความแตกต่างกันในการรับรู้ ซึ่งผลที่ตามมาคือ ผู้นำไปใช้ไม่ทราบว่าจะต้องทำอะไรกับนโยบายที่เกิดขึ้น (Kingdon,





2014) การผลักดันวาระนโยบายจนกระทั่งเกิดการตัดสินใจหรือได้นโยบายที่เป็นรูปธรรม เช่น การออกพระราชบัญญัติ การออกกฎหมาย กฎเกณฑ์ต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้เป็นไปเพื่อรองรับกระแสปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดการยอมรับของประชาชน (ประสงค์ชัย เศรษฐสุรวิชัย, 2557) นโยบายส่วนใหญ่ปรากฏในรูปแบบของกฎหมายที่ตราขึ้น อย่างไรก็ตาม นโยบาย คือการตัดสินใจที่เชื่อถือได้จากฝ่ายนิติบัญญัติ และรัฐบาล แม้ว่ากฎหมายทั้งหมดจะมีหลายอิทธิพลก่อนเข้าสู่วาระสาธารณะก็ตาม (Aversa, et al., 2021)

เมื่อเข้าสู่การก่อตัวของนโยบายที่เกิดจากการตัดสินใจที่จะออกนโยบาย เพื่อให้เกิดการยอมรับของประชาชน มีกระบวนการดังนี้

1. กระบวนการการจัดทำร่างนโยบาย เมื่อพิจารณาเลือกนโยบายแล้ว จะต้องทำร่างนโยบายก่อนซึ่งร่างนโยบายควรประกอบไปด้วย หลักการและเหตุผล จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์แนวทางและมาตรการ วิธีการดำเนินการ การกำหนดผู้รับผิดชอบที่จะดำเนินงานตามมาตรการที่กำหนดขึ้นให้ชัดเจน
2. กระบวนการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินนโยบาย ควรมีขั้นตอนการปฏิบัติที่เหมาะสมกับกับสถานการณ์แวดล้อมจริงมากที่สุด เพื่อให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจได้พิจารณากำหนดเป็นแนวทางในการนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติ
3. กระบวนการอนุมัติและประกาศนโยบาย ผู้มีอำนาจตัดสินใจอนุมัติและประกาศเป็นนโยบายนั้นมีกิจกรรมย่อยที่จะต้องกระทำคือ การคัดเลือกข้อเสนอของนโยบายการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร การสร้างเสียงสนับสนุนทางการเมืองและการประกาศใช้นโยบายสาธารณะ โดยการกำหนดนโยบายที่จะนำไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จ และทำการประกาศใช้ (สัญญา เคนาภูมิ, 2559)

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interview) ในการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อคำถามในการสัมภาษณ์ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งนำแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องได้ทำการพิจารณาขอบเขตเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการ และเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่ได้กำหนดไว้ พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วตีความหมาย เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยทำการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบโดยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ผลการวิจัย

กระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565” ซึ่งงานวิจัยได้อธิบายถึงผลการวิจัยผ่าน 3 หัวข้อ คือ (1) กระแสปัญหาที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2565 (2) กระแสการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรี



ในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2565 และ (3) กระแสนโยบาย กิจกรรม และข้อเรียกร้องเชิงนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2565 ผลการวิจัยมีดังนี้

1. กระแสปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2565

กระแสปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 มีจุดเริ่มต้นจากการที่ต่างประเทศเริ่มมีกฎหมายให้ใช้แบบเสรีหรือแบบถูก

1.1 นโยบายกัญชาในประเทศสหรัฐอเมริกา

กัญชาในประเทศสหรัฐอเมริกา การเสนอนโยบายกัญชาเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1972 (พ.ศ. 2515) โดยกรรมาธิการยาเสพติดและกัญชา แต่รัฐบาลสหรัฐไม่ได้ให้ความสนใจ และไม่ผ่านการลงมติ มีการเสนอให้กัญชาถูกกฎหมายในมลรัฐแคลิฟอร์เนียและ ค.ศ. 2012 (พ.ศ. 2555) มลรัฐ Colorado และมลรัฐ Washington ผ่านกฎหมายให้การเสพกัญชาเพื่อความบันเทิงไม่ผิดกฎหมาย ในขณะที่ Washington D.C. ลดทอนความผิดทางอาญาของผู้เสพและผู้ครอบครองกัญชา ในปี ค.ศ. 2014 (พ.ศ. 2557) มีการจัดตั้งร้านขายกัญชาเพื่อความบันเทิงอย่างถูกกฎหมายเป็นครั้งแรกที่เมือง Seattle (มานพ คณะโต และคณะ, 2559, 63-65) (นับตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงทำให้กัญชาถูกต้องตามกฎหมายในสหรัฐอเมริกา และแม้ว่าแต่ละมลรัฐเปิดโอกาสให้เกิดนโยบายหลากหลายเกี่ยวกับกัญชา และมีการเปิดให้ใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ป่วยทำให้บุคคลสามารถซื้อกัญชาได้โดยไม่ต้องมีใบสั่งใช้ยาทางการแพทย์ นอกจากนั้น การเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อกัญชาส่งผลให้เกิดการใช้กัญชาเพิ่มมากขึ้น (พีรพจน์ ปิ่นทองดี, 2561)

1.2 นโยบายกัญชาในประเทศอูรุกวัย

ประเทศอูรุกวัยเป็นประเทศแรกที่เปิดให้ใช้กัญชาได้อย่างเสรี โดยเมื่อปี ค.ศ. 2013 – ค.ศ. 2014 ได้ให้ประชาชนปลูกกัญชาได้บ้านละ 6 ต้น โดยการรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ปลูกกัญชา และร้านค้ากัญชาทางภาครัฐเป็นผู้ควบคุม (ธีระ วรรณารัตน, 2563) จากความพยายามมากกว่า 3 ปี ภายใต้การกำกับของรัฐบาล มีสถานประกอบการเพียง 16 แห่งเท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้ขายกัญชาในเมืองหลวงได้ โดยจำกัดที่ประชาชนที่มีอายุเกิน 18 ปีที่จะสามารถซื้อกัญชาได้ และจำกัดการซื้อที่ 40 กรัมต่อเดือน ทั้งนี้ จากผลสำรวจชาวอูรุกวัยกว่าร้อยละ 60 ไม่เห็นด้วยกับการปฏิรูปดังกล่าว เนื่องจากมองว่าร้านขายยาไม่ควรขายกัญชา และเกิดความกังวลถึงการค้ายาที่ผิดกฎหมาย (Voice online, 2560)

1.3 นโยบายกัญชาในประเทศแคนาดา

ประเทศแคนาดาเป็นประเทศที่ 2 ที่รับรองการใช้กัญชาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับผู้ใหญ่ที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป ทั้งนี้ การวางผู้ว่านโยบายได้พิจารณาถึงความจำเป็นและผลกระทบต่อการใช้กัญชาในหมู่เยาวชน ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายที่ได้กำหนดขึ้นกำหนดไว้เพื่อป้องกันสุขภาพของเยาวชนในการเข้าถึงกัญชา และการป้องกันเยาวชนจากการชักชวนของผู้อื่น ทั้งนี้เยาวชนในประเทศแคนาดามีแนวโน้มที่จะใช้กัญชามากกว่าเยาวชนในประเทศอื่น (Alexandra et al., 2021) และจากงานวิจัยของแคนาดา พบว่า กลุ่มคนที่ใช้กัญชาเพื่อการผ่อนคลายมีความเสี่ยงเข้าโรงพยาบาลและห้องฉุกเฉินไม่ว่าด้วยเหตุผลใด กว่า 22% ซึ่งผลการศึกษานี้ยังเป็น



จริง แม้ว่าจะปรับการวิเคราะห์โดยคำนึงถึงตัวแปรอื่นๆ ที่อาจมีผลต่อการศึกษาแล้ว 30 ตัวแปร เช่น การใช้ยาเสพติด ดื่มสุรา และสูบบุหรี่ (PPTV online, 2565)

1.4 นโยบายกัญชาในประเทศอิตาลี

ประเทศอิตาลีมีประเพณีการปลูกกัญชากันมาอย่างยาวนาน ซึ่งมีอายุเก่าแก่ย้อนไปถึงศตวรรษที่ 1 ซึ่งประเทศอิตาลีมีผู้ผลิตกัญชารายใหญ่เป็นอันดับที่สองของโลก แม้ว่าจะมีการผลิตจำนวนมาก แต่ประเทศอิตาลียังคงมีการขายแบบผิดกฎหมาย ยกเว้นการใช้ในอุตสาหกรรมและการแพทย์ (Vincenzo Carrieri, Leonardo Madio, and Francesco Principe, 2020) อิตาลีประกาศให้กัญชาถูกกฎหมายเมื่อ 12 ปีก่อน โดยใช้เพื่อการแพทย์และสันติภาพการและมีความหมายว่าสามารถซื้อขายจำนวนตามใจชอบ แต่ห้ามนำไป “กินหรือสูบ” เพียงแต่นำไป “สะสม” ได้เท่านั้น โดยกัญชาที่ถูกกฎหมายนี้ได้ทำการสกัดสารเสพติดออกไปหมดแล้วก่อนจะนำมาออกขายได้ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาซื้อ จะซื้อเพื่อรักษาโรคไม่ว่าจะเป็นอาการปวดหลัง โรคเมเร็ง และอีกหลายโรคตามใบสั่งยาของแพทย์กฎหมายของอิตาลีได้กำหนดให้กัญชาที่ขายแบบถูกกฎหมายต้องมีค่า THC หรือ Tetrahydrocannabinol ไม่เกินร้อยละ 0.2 โดยในร้านจะไม่มีสินค้าที่สูงเกินระดับนี้เลย (Today, 2562) โดยกองทัพของประเทศอิตาลีได้รับหน้าที่ปลูกและผลิตกัญชาเพื่อนำไปจำหน่ายเป็นยาให้แก่ประชาชน (BBC NEWS, 2560)

1.5 นโยบายกัญชาในประเทศเนเธอร์แลนด์

ในประเทศเนเธอร์แลนด์การทำให้กัญชาถูกต้องตามกฎหมาย เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2548 มีกฎหมายใหม่เรียกว่า “Amsterdam Drugs Laws” ที่อนุญาตให้ใช้กัญชาได้ในร้านกาแฟ ซึ่งจะจำหน่ายให้เฉพาะผู้ที่มีบัตรสมาชิกเท่านั้น แต่ผู้ซื้ออาจประสบปัญหาอาชญากรรมที่สูงขึ้นเพราะการค้ายาเสพติดตามท้องถนน (พิรพจน์ ปิ่นทองดี, 2561) คราวเรือนสามารถปลูกเพื่อใช้ส่วนตัวได้ไม่เกิน 5 ต้น โดยจะไม่ถูกดำเนินคดี เพื่อจำกัดการใช้งานกัญชาในครัวเรือนทั้งนี้ ยังมีเสียงคัดค้านจากการอนุญาตให้ปลูกภายในบ้านเพราะจะเพิ่มความเสี่ยงที่จะทำให้เด็กและเยาวชนเข้าถึง และสามารถบริโภคกัญชาได้โดยไม่ได้ตั้งใจ และแม้ว่าจะมีการวางมาตรการในการตรวจสอบทุกครัวเรือน แต่ยังคงมีปัญหาในส่วนของการบังคับใช้กฎหมายอยู่ (เจณิตตา จันทวงษา, 2565)

ซึ่งจากนโยบายต่าง ๆ ของต่างประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาที่ได้มีตัวอย่างการใช้นโยบายกัญชาเสรีในการเลือกตั้ง จึงเป็นที่มาของนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยมีปัญหาในส่วนของการกัญชา โดยหลักคือ การแพทย์แผนไทย มีประวัติการใช้กัญชามากกว่า 360 ปี มีตำรับยาแผนไทยแห่งชาติที่ประกาศแล้วราว 23,000 ตำรับ (ธีระ วรรณรัตน์, 2563) โดยมีการใช้ทั้ง ใบ ดอก เมล็ด ยอดอ่อน แต่จากการกำหนดให้กัญชาเป็นยาเสพติดทำให้สามารถใช้ได้จริงเพียง 16 ตำรับ เพราะพระราชบัญญัติที่กำหนดให้แพทย์แผนไทยสามารถปรุงยาได้มีเพียง 16 ตำรับที่ภาครัฐกำหนดไว้ เท่านั้น ซึ่งหมอชาวบ้านยังคงมีการใช้ตำรับยาจากกัญชาอยู่บ้างซึ่งทำให้กัญชาถูกขายแบบไม่ถูกกฎหมายเพราะไม่สามารถปลูกกัญชาได้เอง และจำเป็นต้องซื้อเพื่อนำมาใช้สำหรับการรักษาในแพทย์แผนไทย สำหรับแพทย์แผนปัจจุบันได้มีการศึกษาวิจัยผสมผสานกับแพทย์แผนไทยแต่ด้วยปัญหาการจัดหากัญชาไม่สามารถหาซื้อได้โดยทั่วไป ทำให้การวิจัยและพัฒนาเป็นไปอย่างมีข้อจำกัด เนื่องจากวิธีการได้กัญชามานั้นต้องมีการขออนุญาตกับส่วนราชการ



จากตัวอย่างต่างประเทศที่มีการปลดล็อกกฎหมายกัญชาให้สามารถใช้เพื่อสันตินาการ และการใช้สำหรับทางการแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นเงื่อนไขการใช้หรือไม่ นั่นสิ่งทีตามมาก็คือกระแสการตอบรับของประชาชนที่เกิดขึ้น ประกอบกับประเทศไทยที่มีกระแสปัญหาความต้องการในการใช้เพื่อการรักษาโรคต่าง ๆ รวมไปถึงการอนุรักษ์ตำรับยาไทยให้คงอยู่ ทั้งนี้ สิ่งหนึ่งที่ยังคงต้องกังวลกับการปลดล็อกกัญชา คือ การที่ประเทศไทยยังคงเป็นภาคีทางกฎหมายระหว่างประเทศ 2 ฉบับ คือ อนุสัญญาเดี่ยวว่าด้วยยาเสพติดให้โทษ ค.ศ. 1961 ซึ่งรัฐไทยเป็นภาคีโดยการให้สัตยาบันเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม ค.ศ. 1961 และอนุสัญญาว่าด้วยวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ค.ศ. 1971 ซึ่งเป็นภาคีโดยการภาคยานุวัติ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน ค.ศ. 1975 ที่จะต้องดำเนินการควบคุมการผลิต รายงานผลการควบคุม การไม่อนุญาตในการครอบครอง การกำหนดให้มีบทลงโทษสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกฎหมาย ซึ่งกฎหมายดังกล่าวหากประเทศไทยไม่ดำเนินการตามย่อมมีผลกระทบต่อเวทีระหว่างประเทศ เช่น การประชุมคณะกรรมการยาเสพติด รวมไปถึงการรายงานต่อคณะมนตรีเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติ (ECOSOC) พิจารณาความผิดแล้วลงโทษด้วยการแทรกแซงทางการค้ายาที่ถูกควบคุมภายใต้อนุสัญญาฯ ค.ศ. 1961 อนุสัญญาฯ ค.ศ. 1971 อนุสัญญาฯ ค.ศ. 1988 มิให้ประเทศใดส่งออกยาไปขายให้กับประเทศที่ถูกแทรกแซงและสั่งนำเข้ายาจากประเทศที่ถูกแทรกแซง ซึ่งหากเกิดประเด็นดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อการส่งออกและนำเข้ายาของประเทศไทยอย่างรุนแรง (วิศรุต สำลีอ่อน, 2564)

นอกจากนี้ การปลดล็อกกัญชายังเป็นสิ่งที่ไม่น่าจะง่ายนักเพราะประเทศไทยได้ลงนามเป็นภาคีทางกฎหมายระหว่างประเทศในกฎหมายเกี่ยวกับยาเสพติดให้โทษ โดยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องระหว่างประเทศอยู่ 2 ฉบับ คือ อนุสัญญาเดี่ยวว่าด้วยยาเสพติดให้โทษ ค.ศ. 1961 ซึ่งรัฐไทยเป็นภาคีโดยการให้สัตยาบันเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม ค.ศ. 1961 และอนุสัญญาว่าด้วยวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ค.ศ. 1971 ซึ่งเป็นภาคีโดยการภาคยานุวัติเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน ค.ศ. 1975 ซึ่งทั้งสองฉบับนั้นกำหนดให้ประเทศไทยต้องมีข้อกำหนดที่ชัดเจนในการอนุญาตให้ผลิตปลูกหรือใช้กัญชาทางการแพทย์ รวมไปถึงการรายงานตามกำหนดทุกครั้ง ซึ่งหากหลีกเลี่ยงการรายงานอาจส่งผลกระทบในเวทีระหว่างประเทศ กระบวนการควบคุมยาเสพติดภายในประเทศ และการถูกประกาศลงโทษด้วยมาตรา 14 ของอนุสัญญาฯ เช่น การแทรกแซงทางการค้ายาที่ถูกควบคุมภายใต้อนุสัญญาฯ เป็นต้น (คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด, 2565)

2. กระแสการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562

- พ.ศ. 2565

กระแสการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 กระแสการเมืองจากนโยบายปลดล็อกกัญชาได้ถูกประกาศขึ้นครั้งแรกโดยพรรคภูมิใจไทย ภายใต้คอนเซ็ปต์ “พืชแก้จน พืชเศรษฐกิจชนิดใหม่ กัญชาเสรี” (BBC, 2562) ทุกพรรคการเมืองในขณะนั้นไม่มีพรรคใดไม่เห็นด้วย และไม่มีใครคัดค้านนโยบายดังกล่าว จากนั้นนโยบายดังกล่าวส่งผลต่อคะแนนเสียงของพรรคภูมิใจไทยที่ได้รับคะแนนเสียงการเลือกตั้งเพิ่มขึ้นจากปี 2562 และจากกระแสดังกล่าวส่งผลให้หัวหน้าพรรคภูมิใจไทยในขณะนั้นได้รับตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขของไทย แม้ว่าพรรคการเมืองต่าง ๆ จะไม่มีพรรคใดคัดค้าน แต่ก็ยังมีกระแสการยอมรับและการต่อต้านจากประชาชนอยู่เช่นกัน จากผลการวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ ได้สะท้อนถึงการยอมรับและการต่อต้านนโยบายกัญชาเสรีกล่าวคือ กระแสการยอมรับคือ นโยบายกัญชา



เสรีการเป็นจุดเริ่มต้นของนโยบายพีชยาอื่น ๆ และผลประโยชน์ด้านสุขภาพของประชาชน และการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทั้งนี้ กระแสการต่อต้านมองว่าจะสามารถดำเนินการตามการหาเสียงได้หรือไม่ มีแนวทางการป้องกันกัญชาไร้ผลสู่ตลาดมีตัวอย่างใด ความพร้อมในการควบคุมของภาครัฐ สิ่งเหล่านี้ยังคงขาดความชัดเจนที่จะสะท้อนให้ประชาชนได้รับทราบ (พัฒนปกรณ์ ดอนตูมไพรและคณะ, 2564) ซึ่งการเปิดเสรีกัญชามีทั้งประโยชน์และโทษที่เกิดขึ้น คือ ก่อให้เกิดประโยชน์ทางการแพทย์อย่างมาก และการลดทอนอาชญากรรมลง แต่โทษของกัญชาที่เกิดจากการนำไปใช้ไม่ถูกต้องและการขาดความรู้ และส่งผลกระทบต่อร่างกาย เช่นการทำลายสมรรถภาพ การทำลายภูมิคุ้มกัน การใช้เป็นเวลานานมีผลกระทบต่อความจำ การก่อให้เกิดมะเร็งปอด การทำร้ายทารกในครรภ์ กรณีผู้หญิงที่เสพยา และการทำลายสุขภาพจิต นอกจากนี้ ผลงานวิจัยจากต่างประเทศยังชี้ให้เห็นถึงความเสี่ยงการเกิดอุบัติเหตุจากผู้เสพยา และการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้การขายกัญชาเพียงมุมเดียวไม่มีการคำนวณต้นทุนอื่น ๆ เพื่อประกอบความคุ้มค่าที่เกิดขึ้นประโยชน์และโทษเหล่านี้คือสิ่งที่ภาครัฐควรตระหนักก่อนการกำหนดนโยบาย รวมไปถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

3. กระแสนโยบาย กิจกรรม และข้อเรียกร้องเชิงนโยบายที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2565

จากกระแสปัญหาและกระแสการเมืองที่ได้แสดงถึงปัญหาและแนวทางการเมือง โดยข้อเรียกร้องเชิงนโยบายที่เกิดขึ้นนั้น เริ่มต้นจากการกฎหมายหลายฉบับไม่มีความเชื่อมโยงกัน และการบังคับใช้ยังคงมีปัญหาอยู่ ซึ่งจากพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 ไม่ได้มีการระบุความหมายของกัญชาไว้ อีกทั้งในพระราชบัญญัติ ยังได้กำหนดให้พนักงานฝ่ายปกครองหรือ ตำรวจหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ มีอำนาจตรวจ หรือทดสอบ หรือสั่งให้รับการตรวจหรือทดสอบว่าบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นมียาเสพติดให้โทษดังกล่าวอยู่หรือไม่ ซึ่งจากประเด็นดังกล่าวได้มีการประกาศพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ (ฉบับที่ 7) ในปี พ.ศ. 2562 และมีกระบวนการผลักดันผ่านประกาศของกระทรวงสาธารณสุขและประกาศอื่น ๆ ออกมากกว่า 24 ฉบับ ที่มีพัฒนาการในการกำหนดประเด็นต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษกำหนดไว้ รวมไปถึงการปิดช่องว่างที่เกิดขึ้นด้วย ซึ่งหลังจากการออกกฎหมายจึงมีการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีไปสู่การปฏิบัติเป้าหมายสุดท้ายของนโยบายกัญชาเสรีพรกฤษฎีกาไทย ได้กำหนดเป้าหมาย ไว้ดังนี้

1. กัญชา ต้องเป็นยารักษาโรค ที่ถูกต้องตามกฎหมาย
2. กัญชา ต้องเป็นยารักษาโรค ที่ประชาชนเข้าถึงได้ และอยู่ในบัญชียาหลักที่ผู้ถือบัตรทอง 30 บาทรักษาทุกโรค และ ผู้ถือบัตรประกันสังคม จะต้องนำมาใช้ได้
3. กัญชา ต้องเป็นยารักษาโรค ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนคนไทยอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ใช่สิทธิหรือลิขสิทธิ์ของผู้ใดผู้หนึ่ง
4. กัญชาต้องเป็นพืชเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้ประชาชนคนไทย
5. กัญชา ต้องได้รับการวิจัยและพัฒนาต่อยอดในทุกๆ มิติ ทั้งการพัฒนาสายพันธุ์ที่เหมาะสม การปลูก การแปรรูป การสกัดสารสำคัญ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้ง ยา อาหาร และเครื่องดื่ม เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน (ไทยโพสต์, 2562)

นอกจากการผลักดันนโยบายแล้ว ยังมีการผลักดันนโยบายสู่การใช้ประโยชน์ ทั้งการผลักดันในส่วนของการส่งเสริมการปลูก การผลักดันให้เกิดการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมรายได้ของประชาชน และภาคธุรกิจโดยมีการส่งเสริมให้เกษตรกรเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดใหม่ที่สร้างรายได้ให้กับคนไทยทุกคนผ่านการพัฒนา 3 ส่วน คือ

การพัฒนาการผลิต: การพัฒนาสายพันธุ์ให้มีคุณภาพ ปัจจุบันมีการนำสายพันธุ์จากต่างประเทศมาปลูก อีกทั้งการค้นหายาพันธุ์ดั้งเดิมในประเทศไทย และการทดลองผสมข้ามสายพันธุ์ ส่งเสริมการปลูกผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ครอบคลุม 6 ตำบล ปัจจุบันได้ขับเคลื่อนโครงการกัญชา 6 ตำบล โดยเริ่มแห่งแรกที่ “บ้านโนนมาลัย” ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

การพัฒนาทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์: การส่งเสริมการวิจัยทางการแพทย์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การพัฒนา ยา ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น

การพัฒนาการส่งออกผลิตภัณฑ์: การส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกัญชาส่งออกไปยังประเทศที่รองรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรไทยโนนมาลัย, 2564)

การผลักดันนโยบายกัญชาเสรี จะผลักดันให้กัญชากลายเป็นพืชเศรษฐกิจ และสนับสนุนการทุกอย่างได้ดำเนินงานตามขั้นตอน เริ่มจากแก้กฎหมายเรื่องยาเสพติดให้โทษซึ่งได้มีการดำเนินงานไปแล้ว และการผลักดันการวิจัยทางการแพทย์ พัฒนาเป็นยารักษาโรคและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมไปถึงการสร้างความร่วมมือรับจากสังคมซึ่งประกาศที่ส่งเสริมให้กัญชาไม่ถูกจัดอยู่ในยาเสพติดให้โทษประเภทที่ 5 คือ ประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่อง ระบุชื่อยาเสพติดให้โทษในประเภท 5 พ.ศ. 2565 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2565 พร้อมทั้งการแต่งตั้ง “คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพืชกัญชาและกัญชง” เพื่อวางมาตรการกำกับการใช้ประโยชน์จากกัญชาจนกว่า พ.ร.บ.กัญชา กัญชง จะมีผลบังคับใช้ ซึ่งภายหลังจากวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2565 ราชวิทยาลัยอายุรแพทย์แห่งประเทศไทย ได้แสดงความห่วงถึงประชาชนกลุ่มเปราะบางในการใช้กัญชาพร้อมทั้งเสนอให้เกิดมาตรการควบคุมส่งผลให้เกิดประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่อง สมุนไพรควบคุม (กัญชา) พ.ศ. 2565 มีผลบังคับใช้ วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2565 ที่ได้กำหนดให้ กัญชาเป็นสมุนไพรควบคุมโดยอนุญาตให้ผู้ที่อายุตั้งแต่ยี่สิบปีขึ้นไปสามารถครอบครอง ใช้ประโยชน์ ดูแล เก็บรักษาขนย้าย จำหน่ายได้ (ชนาธิป ไชยเหล็ก, 2565)

อภิปรายผล

1. กระแสปัญหาที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 จากการศึกษาวิจัย พบว่า ประเทศไทยที่มีกระแสปัญหาความต้องการในการใช้เพื่อการรักษาโรคต่าง ๆ รวมไปถึงการอนุรักษ์ตำรับยาไทยให้คงอยู่ ทั้งนี้ สิ่งหนึ่งที่ยังคงต้องกังวลกับการปลดล็อกกัญชา คือ การที่ประเทศไทยยังคงเป็นภาคีทางกฎหมายระหว่างประเทศ 2 ฉบับ คือ อนุสัญญาเดี่ยวว่าด้วยยาเสพติดให้โทษ ค.ศ. 1961 ซึ่งรัฐไทยเป็นภาคีโดยการให้สัตยาบันเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม ค.ศ. 1961 และอนุสัญญาว่าด้วยวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ค.ศ. 1971 ซึ่งอนุสัญญาทั้งสองฉบับนี้มีข้อกำหนดที่ทางภาครัฐต้องรายงานข้อมูลของวัตถุที่มีสารออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท และรายงานจำนวนที่มีไปในส่วนกลาง ซึ่งการเปิดให้ประชาชนสามารถปลูกได้เองนั้น อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการรายงาน ซึ่งหากไม่สามารถควบคุมปริมาณได้ อาจส่งผลถึงการรายงานผล



ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อในเวทีระหว่างประเทศ กระบวนการควบคุมยาเสพติดภายในประเทศ และการถูกประกาศลงโทษด้วยมาตรา 14 ของอนุสัญญาฯ

ประเด็นข้างต้นสอดคล้องกับ Kingdon (2014) ได้กล่าวถึง “ปัญหา” กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัญหาเกิดจากความสนใจของผู้คนที่เริ่มต้นจากวิกฤตการณ์ ปัญหา หรือภัยพิบัติ จนกลายเป็นประเด็นร้อนที่ถูกตีแผ่ และกลายเป็นวิกฤต ประเด็นปัญหาที่ก่อตัวขึ้นจนนำเข้าสู่วาระของนโยบายได้ มีลักษณะคือ ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำ เกิดขึ้นช่วงใดช่วงหนึ่งอย่างสม่ำเสมอ (มยุรี อนุমানราชธน, 2556, 109-125) ซึ่งกฎหมายของประเทศไทยยังคงมีอุปสรรคต่อการค้าพืชกัญชาอยู่หลายประการ คือ ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์สากลตามอนุสัญญาปี ค.ศ.1961และค.ศ.1971 เนื่องจากการให้คำนิยามผลิตภัณฑ์จากกัญชา รวมไปถึงผู้มีสิทธิที่จะได้รับใบอนุญาตไว้เพียงหน่วยงานของรัฐเท่านั้น (กิตติพงศ์ เกิดผล และนาถนิรันดร์ จันทรงาม, 2563) สำหรับการส่งเสริมด้านการสันติภาพ ด้านการท่องเที่ยว ควรมีการจัดแบ่งเขตการท่องเที่ยวที่สามารถใช้กัญชาเพื่อสันติภาพได้ (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2564)

2. กระแสการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 จากการศึกษาวิจัย พบว่า จากนโยบายดังกล่าวส่งผลต่อคะแนนเสียงของพรรคภูมิใจไทยที่ได้รับคะแนนเสียงการเลือกตั้งเพิ่มขึ้นจากปี 2562 และจากกระแสดังกล่าวส่งผลให้พรรคภูมิใจไทย ได้รับคะแนนจากประชาชนกว่า 3.7 ล้านเสียง ซึ่งได้จำนวนที่นั่ง ส.ส. ถึง 51 ที่นั่ง และหัวหน้าพรรคภูมิใจไทยได้รับตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขของไทย แม้ว่าพรรคการเมืองต่าง ๆ จะไม่มีพรรคใดคัดค้าน แต่ก็ยังคงมีกระแสการยอมรับและการต่อต้านจากประชาชนอยู่เช่นกันซึ่งกระแสการยอมรับนั้นเชื่อว่า การจับกุมหรือ ทำโทษผู้เสพหรือ ครอบครองกัญชารุนแรงเกินกว่าเหตุ เชื่อว่าการเปิดเสรีการใช้กัญชาสามารถช่วยสร้างงาน กระตุ้นเศรษฐกิจเติบโต ส่วนกระแสการต่อต้านมองถึงความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของกัญชาสู่ตลาดมืด การเปิดเสรีกัญชาเพิ่มความเสี่ยงในทางสาธารณสุขและสังคมกว้าง ผู้คัดค้านมักแย้งว่าประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยที่ยังไม่ได้คำนวณต้นทุน และความพร้อมในการควบคุม นอกจากนี้ยังคงมีปัญหาเรื่องของสุขภาพ เช่น ความจำเสื่อม มะเร็งปอด ทำร้ายทารกในครรภ์ เสียสมรรถภาพทางเพศ เป็นต้น อีกทั้งหากประเด็นของการนำนโยบายกัญชามาใช้เพื่อการหาเสียงเลือกตั้งได้รับความนิยมจากประชาชน สิ่งที่จะตามมาคือ การนำนโยบายหาเสียงด้วยสิ่งผิดกฎหมายมาทำให้ถูกกฎหมาย เช่น การเปิดคาสิโน อาจได้รับการพิจารณาจากพรรคการเมืองเพื่อเลือกเป็นนโยบายทางการเมืองได้

ประเด็นข้างต้นสอดคล้องกับที่ได้มีผู้ศึกษาไว้ว่า นโยบายกัญชามีแนวโน้มที่จะถูกหยิบยกเป็นประเด็นการหาเสียงทางการเมืองสำหรับการเลือกตั้งในครั้งต่อไป เพื่อแย่งชิงฐานคะแนนเสียงจากการเลือกตั้ง (เอกชัย ศรีสุขขะกุล, 2564) ซึ่งกระแสการเมืองจะไหลไปตามกระแสนโยบายและกระแสของปัญหาอย่างอิสระ ซึ่งมีองค์ประกอบที่ก่อตัวเป็นกระแสการเมืองเป็นแรงผลักดันอันทรงพลังให้เกิดการขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ต้องการ (Kingdon, 2014)

3. กระแสนโยบาย กิจกรรม และข้อเรียกร้องเชิงนโยบายแบบใดที่ส่งผลต่อกระบวนการผลักดันนโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 จากผลการวิจัยพบว่า จากกระแสปัญหา คือ ข้อเรียกร้องทางการแพทย์ การใช้ประโยชน์ และผลภาคเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากนโยบายกัญชาเสรี และกระแส



การเมืองที่เกิดจากนโยบายกัญชาเสรี ส่งผลให้เกิดหน้าตางนโยบาย และการส่งเสริมการนำนโยบายไปปฏิบัติใช้จริง ส่งผลต่อการประกาศพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ (ฉบับที่ 7) ในปี พ.ศ. 2562 และมีกระบวนการผลักดันผ่านประกาศของกระทรวงสาธารณสุขและประกาศอื่น ๆ ออกมากกว่า 24 ฉบับ และมีการผลักดันให้นโยบายกัญชาเสรีได้ถูกขับเคลื่อน ตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ที่จะผลักดันให้กัญชากลายเป็นพืชเศรษฐกิจ และเน้นหนทางการและการผลักดันการวิจัยทางการแพทย์ พัฒนาเป็นยารักษาโรคและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมไปถึงการสร้างยอมรับจากสังคม ซึ่งประกาศที่ส่งเสริมให้กัญชาไม่ถูกจัดอยู่ในยาเสพติดให้โทษประเภทที่ 5 คือ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ระบุชื่อยาเสพติดให้โทษในประเภท 5 พ.ศ. 2565 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2565

ประเด็นข้างต้นสอดคล้องกับ Kingdon ได้กล่าวถึงการก่อตัวของนโยบายที่มักเกิดขึ้นจากการรวมตัวของผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัย เจ้าหน้าที่รัฐ ประชาชน ที่สนใจและรวมกลุ่มกันโดยมีแนวคิดและทิศทางไปในทางเดียวกัน ดำเนินการร่างกฎหมายเพื่อเปลี่ยนแปลงบริบทและวัฒนธรรม (Kingdon, 2014) ซึ่งการทำให้นโยบายนำไปสู่การปฏิบัตินั้นมีกระบวนการ 4 ขั้นตอน คือ 1) การเปลี่ยนนโยบายสู่การปฏิบัติ 2) การบริหารจัดการหน่วยงาน 3) การประสานหน่วยงาน และ 4) การติดตามและประเมินผล (ธัญวรัตน์ แจ่มใส, 2558)

สรุปผลการวิจัย

การใช้อำนาจการกุศลในการสร้างความนิยมนักการเมือง ในครั้งนี้ทำให้เห็นถึงบทบาทของนักการเมืองที่ใช้อำนาจการกุศลสร้างความนิยมจากการเก็บข้อมูลจากในประเทศและต่างประเทศแสดงให้เห็นถึงบทบาทของนักการเมืองที่มีอิสระที่ใช้เวทีต่าง ๆ ในการหาเสียง หากมองในมุมมองขององค์กรการกุศลเองนักการเมืองถือเป็นภาคีที่สามที่จะช่วยเหลือกิจกรรมขององค์กรให้สำเร็จลุล่วง รวมไปถึงการเป็นคนกลางที่จะช่วยผลักดันความต้องการนโยบายของภาครัฐ โดยกิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศลจะถูกแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ 1) กิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรได้จัดทำขึ้น และ 2) การเป็นตัวแทนต่าง ๆ เช่น การเป็นผู้ว่าเขตหรือผู้บริหารของสโมสร ในส่วนนี้ถือได้ว่าเป็นสถานที่จำลองการเมืองขนาดเล็ก ที่ทำให้ผู้ที่ต้องการเป็นนักการเมืองได้วางฐานเสียงไว้ ซึ่งแนวทางในการควบคุมกิจกรรมภายในสโมสรควรต้องมีการกำกับดูแลผ่านการวางระเบียบภายใน การส่งเสริมให้สมาชิกได้รับรู้และเกิดการควบคุมภายในของสมาชิก รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ภายในระหว่างสมาชิกเพื่อร่วมกันป้องกันไม่ให้ผู้ที่ต้องการใช้สโมสรเป็นฐานสร้างความนิยม

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). นโยบาย “กัญชาถูกกฎหมาย” เพื่อประโยชน์ทางการแพทย์. ค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/123635>
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรไทยโนนมาลัย จังหวัดบุรีรัมย์. (2565). *สัมภาษณ์*, 15 พฤษภาคม 2565.
- กิตติพงษ์ เกิดผล และนาถนรินทร์ จันทร์งาม. (2563). อุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับการค้ากัญชาของประเทศไทย. *วารสารรัฐศาสตร์*, 14(36), 59-65.



- คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. (2563). *การจัดทำข้อมูลประกอบการหารือเรื่อง นโยบายกัญชา* ฉบับที่ 10 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.oncb.go.th/ncsmi/cannabis4>
- จุฬาพัฒน์ ช่างเกตุ. (2562). *กฎหมายเกี่ยวกับกัญชา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- เจณิตตา จันทวงษา. (2565). *คุมกัญชาเสรีอย่างไรให้ปลอดภัยกับเด็กและเยาวชนที่สุด*. ฉบับที่ 29 เมษายน 2565, จาก <https://www.the101.world/cannabis-legalization-and-youth>
- ชนาธิป ไชยเหล็ก. (2565). *7 วันแรกปลดล็อกกัญชาเสรีแบบไม่มีอะไรกัน สิ่งที่ต้องจับตามองไปมีอะไรบ้าง*. ฉบับที่ 29 เมษายน 2565, จาก <https://thestandard.co/7-days-first-marijuana-unlocked-what-to-be-aware>
- ชนัญญา ชัยสุวรรณ. (2564). *สัมภาษณ์*, 25 พฤษภาคม 2564.
- ณัฐญา พัฒนะวานิชนันท์. (2563). *การพัฒนาคุณภาพกำลังคนเพื่อสนับสนุนการนำนโยบายกัญชาทางการแพทย์สู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- ไทยโพสต์. (2562). *อนุทิน ลั่นกัญชาเสรีเพื่อการแพทย์บพพิสูจน์ “ภูมิใจไทยพรรคปฏิบัติการ”*. ฉบับที่ 15 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/40918>
- ไทยรัฐ. (2562). *เปรียบเทียบผลเลือกตั้ง ส.ส. เขต ปี 2554 vs 2562*. ฉบับที่ 15 พฤษภาคม 2565 จาก <https://www.thairath.co.th/infographic/2725>
- ธัญวรัตน์ แจ่มใส. (2558). *การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะและการนำนโยบายรับจำนำข้าวของรัฐบาลนางสาว ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ไปปฏิบัติในจังหวัดสุรินทร์ (ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธีระ วรธนารัตน. (2563). *รายงานการวิจัยเรื่อง กรณีศึกษา นโยบายกัญชาทางการแพทย์: สถานการณ์ ผลกระทบ แนวทางจัดการ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสงค์ชัย เศรษฐสุวิชัย. (2557). *การเข้าสู่วาระนโยบาย: วิเคราะห์ตัวแบบพุทธรักษาและการนำไปใช้*. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 7(3), 309-311.
- พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ (ฉบับที่ 7). *ราชกิจจานุเบกษา* เล่มที่ 136 ตอนที่ 19 ก (18 กุมภาพันธ์ 2562): 1-15.
- พัชรภรณ์ นนทสวัสดิ์ศรี. (2563). *การยอมรับในการใช้กัญชาทางการแพทย์และการปฏิบัติในทางกฎหมาย กรณี มีการใช้กัญชาในทางที่ผิด*. *วารสารกฎหมายและนโยบายสาธารณสุข*, 6(1), 165-170.
- พัฒนปกรณ์ ดอนตัมไพร และคณะ. (2563). *นโยบายกัญชาเสรีในฐานะพืชทางการแพทย์*. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(1), 188.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2564). *เศรษฐกิจกัญชา: ที่มาและที่ไป*. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(2), 102-112.
- พิรพจน์ ปิ่นทองดี. (2561). *กัญชา: กฎหมายยาเสพติดอันเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสุขภาพทางการแพทย์*. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 6(3), 1191-1196.
- มยุรี อนุมานราชธน. (2556). *นโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- มานพ คณะโต และคณะ. (2559). *เอกสารนโยบายและการจัดการปัญหาสุขภาพ: กรณีศึกษาประเทศอังกฤษและประเทศสหรัฐอเมริกา*. กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์.

- วิศรุต สำลื้ออน. (2564). มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเพื่อขยายสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงสารสกัดจากกัญชาเพื่อวัตถุประสงค์ทางการแพทย์ที่สอดคล้องกับพันธกรณีในกฎหมายระหว่างประเทศ. *วารสารคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ*, 12(1), 148- 163.
- สนธิกาญจน์ เพ็ญสงคราม. (2560). กรอบนโยบายสาธารณะที่ดีที่พรรคการเมืองของไทยควรนำมาประกอบการจัดทำนโยบายการบริหารประเทศ. *รัฐสภาสาร*, 65(11), 13-14.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2559). การกำหนดนโยบายสาธารณะ: ทฤษฎี และกระบวนการ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 7(2), 105-109.
- เอกชัย ศรีสุขขะกุล. (2564). การเมืองเรื่องกัญชา. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(2), 156-159.
- Alexandra M. E. et al. (2021). Trends in Youth Cannabis Use Across Cannabis Legalization: Data from the COMPASS Perspective Cohort Study. *Preventive Medicine Reports*, 22(1), 3-7.
- BBC NEWS. (2560). กองทัพอิตาลีปลุกกัญชาขายเป็นยาให้ประชาชน. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bbc.com/thai/international-38942943>
- BBC. (2562). เลือกตั้ง 2562: ภูมิใจไทยเปิดตัวผู้สมัครครบ 350 เขต ชูนโยบายเรื่องกัญชาเสรี จำนำข้าว แหกหักแก้จากรธน. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-46908445>
- First Democratic Presidential Debate. (2016). *Majority of Americans support legalizing marijuana-polls*. Retrieved May 15, 2022, from <https://www.rt.com/usa>
- Kingdon, J. W. (2014). *Pearson New International Edition*. Oxford, UK: Pearson Education Limited.
- Joseph Aversa, et al. (2021). The social media response to the rollout of legalized cannabis retail in Ontario, Canada. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 5-10.
- PPTV online. (2565). งานวิจัยในแคนาดาชี้ใช้ "กัญชา" เสี่ยงเข้า รพ.-ไอซียูเพิ่ม 22%. ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.pptvhd36.com/news>
- Thaipublica. (2562). เลือกตั้ง 2562 สภาเก่าในพรรคใหม่! ส.ส. หน้าเดิม 36% จากปี 2554 “พลังประชารัฐ” กวาดร่วมพรรค. ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565, จาก <https://thaipublica.org/2019/05/thailand-election-2562-81>
- THE STANDARD. (2562). เทียบนโยบาย ‘กัญชา’ ในศึกเลือกตั้ง 2562. ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565, จาก <https://thestandard.co/thailandelection2562-marijuana-policy>
- Today. (2562). เข้าไปสำรวจร้าน “กัญชาถูกกฎหมาย” ในอิตาลี – ห้ามกิน ห้ามสูบ แล้วเขาซื้อไปทำไมกัน? ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565, จาก <https://workpointtoday.com>
- Vincenzo Carrieri, Leonardo Madio, and Francesco Principe. (2020). Do-It-Yourself Medicine?: The Impact of Light Cannabis Liberalization on Prescription Drugs. *Journal of Health Economics*, 74, 6-11.
- Voice online. (2560). อูรุกวัย ประเทศแรกในโลกเปิดกัญชาเสรีเต็มตัว. ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.voicetv.co.th/read/509179>

ความดึงดูดใจของไทยต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2556 – 2562

Thailand's Attractiveness for FDI from Japan from 2013 – 2019

ศลิษฐ์ แพรววัฒนะสุข¹, ทิพรัตน์ บุปพะศิริ², จักรี ไชยพินิจ³ และเกรียงชัย ปิงประวดี⁴

Salis Praewattanasuk¹, Tipparat Bubpasiri², Chakkri Chaipinit³ and Kriangchai Pungprawat⁴

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{1,2,3,4}

Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: khunchayoat@hotmail.com¹

Received: December 8, 2022

Revised: December 22, 2022

Accepted: December 23, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการเมืองไทยกับการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ในช่วงตั้งแต่ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 2) เพื่อศึกษา Soft Power ของไทยกับการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ในช่วงตั้งแต่ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้บริหารบริษัทญี่ปุ่นในประเทศไทยที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 2-30 ล้านบาท และมีการจดทะเบียนก่อตั้งและขยายฐานธุรกิจในช่วงนี้ จำนวน 8 ราย โดยคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และการวิจัยเอกสาร ทั้งจากตำราวิชาการ บทความที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ร่วมกัน ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบแล้วจึงนำเสนอข้อมูลการวิจัยในเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพทางการเมืองของประเทศไทยไม่จะเป็นการบริหารโดยรัฐบาลทหารหรือรัฐบาลพลเรือน นโยบายและแนวทางส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยไม่ได้มีความเปลี่ยนแปลง จึงส่งผลดีต่อความเชื่อมั่นในการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น 2) Soft Power ของไทยทั้ง 3 ด้าน วัฒนธรรม การเมืองภายในประเทศ และนโยบายต่างประเทศ มีผลดีต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น 3) แนวทางการส่งเสริมการลงทุน ได้แก่ การลดขั้นตอนหรือการช่วยอำนวยความสะดวกเรื่องของ Visa, Work Permit การบริหารจัดการการทำงานและอนุญาตให้ทำงานของคนต่างชาติ และการปรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีประเภทต่าง ๆ

คำสำคัญ: ความดึงดูดใจของไทย, การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น, พลัฒ์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the political situation of Thailand and attracting direct investment from Japan during the period from Ms. Yingluck Shinawatra, 30 June 2013 to Gen. Prayut Chan-o-cha, 16 July 2019 2) to the study soft power of Thailand and attracting direct investment from Japan during the period from Ms. Yingluck Shinawatra, 30 June 2013 to Gen. Prayut Chan-o-cha, 16 July 2019 and 3) to propose guidelines for promoting foreign investment in Thailand. This research used a qualitative research model Key informants are executives of Japanese companies in Thailand with registered capital ranging from 2-30 million baht and having registered their establishment and business expansion during this period, totaling 8 persons selected by purposive sampling. The research tool was in-depth interviews. Use the unstructured interview and documentary research, both textbooks? academic Related articles. Using comparative analysis and the research data were presented in a descriptive analysis.

The results showed that: 1) the political situation of Thailand whether it is run by a military government or a civilian government. Thailand's investment promotion policies and guidelines have not changed. This has a positive effect on confidence in attracting direct investment from Japan. 2) soft power of Thailand in 3 aspects: culture, domestic politics and foreign policy have a positive effect on attracting direct investment from Japan. 3) guidelines for investment promotion include: reducing the process or facilitating the issue of Visa, Work Permit. Management of work and permission to work for foreigners. And adjusting various types of tax benefits.

Keywords: Thailand's Attractiveness, FDI from Japan, Soft Power

บทนำ

ปัจจุบันประเทศกำลังพัฒนาต้องแข่งขันกันดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment หรือ FDI) สำหรับประเทศไทยเครื่องมือส่งเสริมการลงทุนที่สำคัญ คือ พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน ซึ่งมีการออกพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 94 ตอนที่ 38 ฉบับพิเศษ หน้า 1/5 พฤษภาคม 2520 เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจโดยกำหนดการให้สิทธิและประโยชน์ที่เหมาะสมสำหรับจูงใจให้เกิดลงทุน ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างงาน เพิ่มรายได้ และกระจายรายได้ให้แก่ประชาชน และต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมอีกหลายฉบับโดยปัจจุบันจะเป็นพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2560 ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 134 ตอนที่ 10 ก หน้า 47-51 ซึ่งมีสาระสำคัญที่เปลี่ยนไปจากฉบับ พ.ศ. 2520 คือ เป็นการลดอุปสรรคทางภาษี และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ อีกทั้งอำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนเพื่อรองรับเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยมีสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Office of the Board of Investment) หรือ บีโอไอเป็นหน่วยงานหลัก





BOI เป็นหน่วยงานราชการในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีตามคำสั่งของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 100/2557 มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการ ส่งเสริมการลงทุนทั้งในประเทศและการลงทุนของไทย ในต่างประเทศ โดยเป้าหมายส่งเสริมการลงทุนตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนฉบับที่ 2/2557 ดังนี้ ส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ และการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม และการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและ สังคม

1. ส่งเสริมกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน เพื่อการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน
2. ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของการลงทุน (Cluster) ที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และสร้างความ แข็งแรงของห่วงโซ่มูลค่า
3. ส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เกื้อกูลต่อการสร้าง ความมั่นคงในพื้นที่
4. ส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยเฉพาะพื้นที่ชายแดนทั้งในและนอกนิคม อุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน และรองรับการรวมกลุ่มประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน
5. ส่งเสริมการลงทุนของไทยในต่างประเทศ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทย และเพิ่มบทบาทของประเทศไทยในเวทีโลก (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2563)

การลงทุนของญี่ปุ่นในประเทศไทยจากอดีตถึงปัจจุบัน มีทิศทางที่สอดคล้องกับการลงทุนจากต่างประเทศ ทั้งหมด หรือในทางกลับกันอาจพิจารณาได้ว่า การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของเงินลงทุนญี่ปุ่นในช่วงอาจกลายเป็น สาเหตุให้มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศโดยรวมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (บงกช อนุโรจน์, 2556) โดยอดีตการลงทุน จากประเทศญี่ปุ่นไหลทะลักเข้าไทยเพื่อให้ประเทศไทยเป็นฐานในการผลิตเป็นจำนวนมากในช่วงหลังข้อตกลง พลาซ่าปี 1985 จึงสามารถพิจารณาได้ว่าการลงทุนจากญี่ปุ่นในช่วงนั้น ทำให้มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศใน ภาพรวมทั้งหมดสูงตามไปด้วย ส่งผลให้ไทยมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของสินค้าส่งออกจากสินค้าเกษตรกรรมที่มี สัดส่วนการเจริญเติบโตลดลง เป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนการเจริญเติบโตสูงขึ้น ต่อมาเมื่อเกิดเหตุการณ์ พฤษภาทมิฬในปี พ.ศ. 2535 ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองทำให้นักลงทุนต่างชาติขาดความมั่นใจ การลงทุน จากต่างประเทศรวมทั้งญี่ปุ่นจึงซบเซาลงไป และเมื่อสถานการณ์ดีขึ้น การลงทุนจากต่างประเทศก็ฟื้นตัวขึ้นมาใหม่ ต่อมาการลงทุนลดลงอีกครั้งในช่วงวิกฤตการณ์การเงินเอเชีย หรือ วิกฤตต้มยำกุ้ง การลงทุนจากต่างประเทศ รวมทั้งญี่ปุ่น ประสบปัญหาการลงทุนซบเซาอีกครั้ง และเมื่อเว้นระยะจนสถานการณ์ทางเศรษฐกิจกลับมามั่นคง การลงทุนก็ฟื้นตัวเป็นลำดับ (บงกช อนุโรจน์, 2556)

โดยเฉลี่ยในระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 – 2560 ประเทศที่ญี่ปุ่นปริมาณเงินทุนที่เข้ามายังประเทศไทย เป็นอันดับที่ 1 และมีอัตราการเพิ่มและลดลงของการลงทุนดังนี้ ในปี พ.ศ. 2549 - 2550 มีการลงทุนเพิ่มขึ้น 50.72% ในปี พ.ศ. 2550 - 2551 มีการลงทุนลดลง-17.34% ในปี พ.ศ. 2551 - 2552 มีการลงทุนลดลง-43.90%



ในปี พ.ศ. 2552 - 2553 มีการลงทุนเพิ่มขึ้น 144.27% ในปี พ.ศ. 2553 - 2554 มีการลงทุนลดลง -131.56% ในปี พ.ศ. 2554 - 2555 มีการลงทุนเพิ่มขึ้น 363.48% ในปี พ.ศ. 2555 - 2556 มีการลงทุนเพิ่มขึ้น 195.48% ในปี พ.ศ. 2556 - 2557 มีการลงทุนลดลง -76.96% ในปี พ.ศ. 2557 - 2558 มีการลงทุนเพิ่มขึ้น 33.51% ในปี พ.ศ. 2558 - 2559 มีการลงทุนเพิ่มขึ้น 0.33% ในปี พ.ศ. 2559 - 2560 มีการลงทุนเพิ่มขึ้น 4.81% (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

อนึ่งการที่ญี่ปุ่นเข้ามาลงทุนในไทยนั้นส่งผลทางบวกให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของไทยมีดัชนีการชี้วัดที่สูงขึ้น ประเทศญี่ปุ่นมีระดับดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross National Product: GNP) ที่สูงกว่า GDP เพราะมีธุรกิจที่กระจายฐานการลงทุนออกไปยังภูมิภาคต่างๆ และสามารถนำส่งรายได้กลับเข้าประเทศ โดยรายได้สุทธิจากต่างประเทศ (จากแรงงานและธุรกิจ) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 4.4 อาจกลับด้านกันสำหรับกรณีของประเทศไทย และเพื่อนบ้านในอาเซียน บางประเทศ อาทิ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ที่ล้วนมีมูลค่า GNP อยู่ต่ำกว่า GDP เนื่องจากโครงสร้างเศรษฐกิจในปัจจุบัน ยังสะท้อนถึงบทบาทความสำคัญของธุรกิจต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศ ซึ่งทำให้แต่ละประเทศมีการจ่ายค่าผลประโยชน์จากการลงทุนและค่าตอบแทนจากการทำงาน ให้กับชาวต่างชาติมากกว่าส่วนที่รับจากต่างประเทศการที่ไทยมี GDP ที่สูงขึ้นจากการเข้ามาลงทุนของญี่ปุ่น ส่งผลสะท้อนกลับไปยังดัชนี GNP ของญี่ปุ่นเช่นเดียวกัน (ฐานเศรษฐกิจ, 2559)

เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้นักลงทุนญี่ปุ่นมาลงทุนยังประเทศไทย ทั้งการประกอบกิจการในไทย หรือการตั้งสำนักงานเพื่อเป็นฐานธุรกิจอาเซียน และป้องกันไม่ให้เกิดกรณีการเคลื่อนย้ายทุนทางธุรกิจ หรือ ย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยไปยังประเทศอื่น ๆ ในอาเซียนได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องความดึงดูดใจของไทยต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น เพื่อศึกษา Soft Power ของไทยที่มีส่วนช่วยในการดึงดูดนักลงทุนญี่ปุ่น เพิ่มอัตราการลงทุนโดยตรงมายังประเทศไทย และรักษาความสัมพันธ์กับนักลงทุนญี่ปุ่นเดิมที่เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทยอยู่แล้ว ไม่ให้เกิดความสับสนในการย้ายการลงทุนไปยังประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน ผู้วิจัยจึงกำหนดวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาดังนี้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการเมืองไทยกับการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นในช่วงตั้งแต่ น.ส. ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562
2. เพื่อศึกษา Soft Power ของไทยกับดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นในช่วงตั้งแต่ น.ส. ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562
3. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติของประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยเรื่อง “ความดึงดูดใจของไทยต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น” ต้องการศึกษาความน่าเชื่อถือของประเทศไทยที่ส่งผลให้นักลงทุนญี่ปุ่นมีความสนใจที่จะมาลงทุนเพิ่มในประเทศไทย





ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษามุมมองแนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เพื่อทราบถึงความน่าดึงดูดใจของประเทศไทย ที่มีผลต่อการลงทุนโดยตรงจากประเทศญี่ปุ่น

2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรได้แก่ กลุ่มบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 2-30 ล้านบาท โดยศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างบริษัทที่มีการจดทะเบียนเริ่มต้นธุรกิจ และขยายขอบเขตธุรกิจในช่วง น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 กลุ่มตัวอย่างมีทั้งสิ้นจำนวน 8 บริษัท ซึ่งผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (key-informants) คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หลังจากนั้นผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่กำหนดตามระยะเวลาการวิจัยที่กำหนด

3. ขอบเขตด้านเวลา ศึกษาการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2549 ถึงปีพ.ศ. 2560 โดยเริ่มการศึกษาตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 และเริ่มเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 และนำข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญมาสรุปรวบรวมเป็นผลการศึกษาและอภิปรายผล รวมทั้งข้อเสนอแนะ แล้วเสร็จเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลาการศึกษา 3 ปี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI) ตามนิยามของธนาคารแห่งประเทศไทย การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศหรือ FDI คือ ธุรกิจการลงทุนที่มีถิ่นฐานในต่างประเทศมีต่อธุรกิจที่มีถิ่นฐานในไทย โดยการลงทุนที่ถักนั้เป็นการลงทุนโดยตรงมี 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. การลงทุนด้วยการถือหุ้นที่มีสิทธิ์ร่วมในการบริหารกิจการตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป
2. การกู้ยืม ตราสารหนี้ และสินเชื่อการค้าที่เป็นธุรกรรมระหว่างบริษัทในเครือเดียวกัน
3. กำไรคงค้างที่นำกลับมาลงทุน (โสภณ วิจิตรเมธาวณิชย์, 2557)

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ประกอบด้วยวิธีกว้าง ๆ 2 รูปแบบได้แก่

1. การลงทุนในตลาดทุน (Port Folio Investment) หมายถึงการลงทุนในตลาดทุนที่ผู้ลงทุนหวังเพียงผลจากการได้รับเงินปันผลหรือการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของหุ้น โดยมีได้หวังเข้าไปบริหารจัดการใด ๆ

2. การลงทุนโดยตรง (Foreign Direct Investment หรือ FDI) หมายถึงกลยุทธ์การเป็นนานาชาติ (Internationalization Strategy) ที่ดำเนินกิจการการลงทุนในต่างประเทศโดยการจัดหาสินทรัพย์ ทุน เทคโนโลยี แรงงาน ที่ดิน อาคารและเครื่องจักร ถ้ากิจการเริ่มต้นทั้งหมดตั้งแต่แรกบางครั้งเรียก (Green field Investment) หรือกิจการที่อาจใช้วิธีซื้อกิจการอื่นที่ดำเนินงานอยู่แล้ว (Acquisition) ก็ได้แต่ทั้งหมดเป็นการลงทุนด้วยทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อมุ่งสร้างผลผลิตให้เกิดขึ้นในต่างประเทศ และเป็นผู้บริหารผลผลิตที่เกิดขึ้นโดยอาจจำหน่ายในประเทศที่ผลิตหรือส่งต่อไปยังประเทศที่สาม (ชนงกรณ์ กุณพลบุตร, 2560)

นอกจากนี้แล้วการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ สามารถแบ่งตามผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในแนวนอน (Horizontal FDI) คือการลงทุนในต่างประเทศในอุตสาหกรรม ดำเนินกิจการประเภทเดียวกันกับที่ผลิตในประเทศตัวเอง



2. การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในแนวตั้ง (Vertical FDI) มี 2 รูปแบบคือ

2.1 การลงทุนโดยตรงต่างประเทศในแนวตั้งไปข้างหลัง (Backward Vertical FDI) คือ การลงทุนดำเนินกิจการในอุตสาหกรรมต่างประเทศ ซึ่งสามารถผลิตปัจจัยการผลิตให้กับกระบวนการ การผลิตภายในประเทศของตนเอง

2.2 การลงทุนโดยตรงต่างประเทศในแนวตั้งไปข้างหน้า (Forward Vertical FDI) ซึ่งหมายถึง การตั้งบริษัทในต่างประเทศ เพื่อขายผลผลิตของกระบวนการ การผลิตที่มีอยู่ในประเทศของตน การลงทุนโดยตรงต่างประเทศในแนวตั้งแบบไปข้างหน้ามีการนำมาใช้น้อยกว่าแบบไปข้างหลัง (Hill, 2007 อ้างถึงใน อรทัย เลิศวรรณวิทย์ และณัฏฐ์ กุลิษฐ์, 2551)

ผู้วิจัยได้สรุปแนวความคิดทฤษฎีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI) ไว้ดังนี้ การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศแบ่งเป็น 2 วิธีกว้าง ๆ คือ 1. การลงทุนในตลาดทุน (การซื้อหุ้นเพื่อหวังผลตอบแทนจากเงินปันผล) และ 2. การลงทุนโดยตรง (FDI) ในงานวิจัยฉบับนี้จะเน้นไปถึงการลงทุนโดยตรง (FDI) ซึ่งหมายถึงการเข้าไปลงทุนสร้างธุรกิจเช่นเดียวกับกิจการที่ตั้งอยู่ในประเทศของตน หรือกิจการต้นทาง หรือปลายทางจากกิจการในประเทศแม่ ซึ่งการลงทุนประเภทนี้ สามารถทำได้หลายวิธี เช่นการลงทุนจากบริษัทแม่ทั้งหมด หรือจะเป็นวิธีการเข้าร่วมกับประเทศผู้รับการลงทุน (Joint venture) แต่ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนด้วยวิธีใดก็จะส่งผลทั้งทางด้านบวกและด้านลบกับประเทศผู้ลงทุนและผู้รับการลงทุนเสมอ แต่ในหลาย ๆ ประเทศกำลังพัฒนาต้องการเป็นประเทศรับการลงทุนโดยทั่วกัน เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยเงินลงทุนจากประเทศที่พัฒนาแล้ว มากระตุ้นหล่อเลี้ยงระบบเศรษฐกิจของประเทศตน เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจในประเทศตน อีกทั้งยังได้เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จากประเทศผู้ลงทุน ถือเป็นการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานของประเทศผู้รับการลงทุนอีกด้วย การลงทุนโดยตรงเหล่านี้มักมาในรูปแบบของบริษัทข้ามชาติ และบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ก็เป็นเหตุให้เกิดระบบโซ่อุปทาน เช่น บริษัท A มีการขยายกิจการมาลงทุนยังต่างประเทศเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตสินค้าของตน บริษัท B ผู้ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจสายงานเดียวกันหรือธุรกิจต่อกัน ก็จะขยายกิจการตามบริษัท A มาเพื่อต้องการลดต้นทุนในการผลิตสินค้าเช่นเดียวกัน ซึ่งหากเป็นเช่นนี้แล้ว บริษัท A และ B ก็จะได้ลดต้นทุนในการผลิต ประเทศผู้รับการลงทุนก็ได้รับเม็ดเงินจากบริษัท A และ B มากระตุ้นเศรษฐกิจ อีกทั้งยังได้รับทักษะฝีมือแรงงาน ประโยชน์ก็จะเกิดกับทุกฝ่าย

แนวคิดโลกาภิวัตน์ (Globalization)

Reiser and Davies (1944, P.212-219) เริ่มใช้คำว่า Globalize ในทศวรรษที่ 1940 โดยหมายถึงการทำให้เป็นสากล (Universalize) เพราะในยุคนั้นมีความเชื่อว่าในอนาคตการรวมกันทางวัฒนธรรมของโลกในรูปแบบมนุษยนิยมโลกจะเกิดขึ้น โลกาภิวัตน์จึงเป็นเรื่องของสิ่งที่กระจายไปทั่วโลก เป็นกระบวนการของการแพร่ขยายสิ่งต่าง ๆ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการกระจายข้อมูลข่าวสารจากประชากรในพื้นที่หนึ่งไปสู่ประชากรในพื้นที่อื่น ๆ ของโลก เช่น การขยายตัวของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบอเมริกัน (American Fast Food) เช่น แมคโดนัลด์ (McDonald) การพัฒนาไปสู่การทำฟาร์มปศุสัตว์ขนาดใหญ่ เป็นต้น

โลกาภิวัตน์ หมายถึง ความเชื่อมโยงและการผนวกรวมกันเป็นเนื้อเดียวกันของระบบเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งโดยส่วนมากระบบเศรษฐกิจทั่วโลกหมายถึงระบบตลาด นอกจากนั้นโลกาภิวัตน์ยังหมายถึง ความสำคัญของ



ระบบทุนนิยม การค้าเสรี การแบ่งงานกันทำในระดับสากล (International Division of Labor) การผลิตเพื่อการส่งออก ความคล่องตัวทางการผลิตในระดับโลกหรืออาจเรียกรวมกันว่า “ลัทธิเสรีนิยมใหม่” (Neoliberalism) (วีระ สมบูรณ์, 2551)

อารีย์ นัยพินิจ, ภัทรพงษ์ เกริกสกุล และ ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2557) อธิบายเกี่ยวกับยุคโลกาภิวัตน์ไว้ว่า เป็นยุคที่วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิธีการจัดการสมัยใหม่ โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งติดต่อสื่อสาร เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้สามารถดำเนินกิจการต่าง ๆ ได้รวดเร็ว สะดวก มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การบริหารในยุคนี้มุ่งลดต้นทุนการผลิต แต่เพิ่มปริมาณและคุณภาพสิ่งที่ผลิต และการบริการที่ดีให้กระจายไปอย่างกว้างขวางได้ โดยใช้บุคลากรบริหาร ควบคุม ดูแล ไม่มาก อย่างไรก็ตาม การพัฒนาบุคลากรให้รู้เท่าทัน และสามารถใช้อุปกรณ์เครื่องใช้ที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนฐานของจิตใจที่เป็นไปทางสร้างสรรค์มากกว่าการเอาเปรียบ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก โดยบุคคลที่มีความสามารถในยุคโลกาภิวัตน์ ได้แก่ บุคคลที่สามารถคาดการณ์ไกลได้ ทำงานให้สำเร็จโดยลงทุนพอสมควร ใช้ยุทธศาสตร์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด แต่ให้ประโยชน์ทางสร้างสรรค์แก่องค์กรของตนเองและแก่ส่วนรวมมากที่สุด

ผู้วิจัยได้สรุปแนวความคิดทฤษฎีโลกาภิวัตน์ (Globalization) ไว้ดังนี้ ความหมายโดยนัยของคำว่าโลกาภิวัตน์นั้น มีผู้ให้คำจำกัดความที่กระชับและชัดเจนไว้ว่า คือ “สภาวะโลกไร้พรมแดน” ซึ่งสภาวะของการเกิดเป็นโลกที่ไร้พรมแดนนี้เป็นผลพวงที่เกิดจากวิวัฒนาการอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ผสมกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ทำให้ความเป็นไปของในซีกโลกหนึ่งสามารถเห็นและติดต่อสื่อสารได้ในอีกซีกโลกหนึ่ง ในเวลาเพียงชั่วเสี้ยววินาที ส่งผลให้มีการกล่าวกันว่า โลกาภิวัตน์ทำให้โลกใบนี้เล็กลงและแคบลง ซึ่งผลพวงแห่งความเจริญแห่งยุคโลกาภิวัตน์นี้ กล่าวได้ว่ามีผลกระทบกับทุก ๆ ภาคส่วน ทั้งส่วนบุคคล การศึกษา การจัดการธุรกิจ การพาณิชย์ อุตสาหกรรม สังคม การเมือง วิทยาศาสตร์การแพทย์ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งภาคการเกษตรที่เป็นส่วนหนึ่งในระบบวิถีชีวิตของการดำรงชีวิตของมนุษย์ในโลกนี้ด้วย

แนวคิด Soft Power

พีระ เจริญวัฒนกุล (2561) ได้สรุปความหมายของ Soft Power จากหนังสือ Soft Power: the means to Success in World Politics Nye ที่ถูกตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2004 ไว้ว่า สำหรับ Nye นั้นหมายถึง “ความสามารถที่จะทำให้อื่นปรารถนาผลลัพธ์ที่ใช้อำนาจต้องการ” หรือสรุปตามความหมายของพีระคือ “การปลุกปั่นความพึงพอใจของผู้อื่น” โดยใช้กลไกสำคัญคือการสร้างความดึงดูดใจเพื่อให้เกิดการคล้อยตามวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ หรือจะการแลกเปลี่ยนที่ได้ประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย โดยที่ไม่มีการบังคับขู่เข็ญหรือคุกคามใด ๆ เพื่อให้ได้ตามความต้องการ

Nye (2011) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ “อำนาจ” ไว้คือ ความสามารถที่ทำให้ผู้อื่นกระทำในสิ่งที่พวกเขาไม่ยอมทำ การได้มาซึ่งอำนาจมีหลายวิธีการโดยขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มาของอำนาจและพฤติกรรม หรือกิจกรรมที่นำไปสู่การได้อำนาจ รูปแบบหลัก ๆ ของอำนาจมีอยู่สองประการได้แก่ อำนาจอ่อน (Soft power) และอำนาจแข็ง (Hard power)



Nye (2021) ได้นิยามความหมายของ Soft Power ว่าเป็น “ความสามารถในการส่งผลกระทบต่อผู้อื่น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ” และมีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการได้สิ่งที่ต้องการซึ่งแตกต่างกันไปตามบริบทของความสัมพันธ์

McClory (2019) ได้ใช้โครงสร้างของ Soft Power เพื่อสร้างดัชนีชี้วัดในการจัดอันดับ 30 ประเทศแรกที่มีระดับ Soft Power สูง ซึ่งโครงสร้างของ Soft Power ดังกล่าวประกอบด้วย 6 สิ่ง คือ

1. วัฒนธรรม กล่าวคือ เมื่อวัฒนธรรมของประเทศนั้นมีการส่งเสริมค่านิยมที่เป็นสากล ก็จะส่งผลให้ประเทศนั้นมีเสน่ห์ในการดึงดูดโดยธรรมชาติ การเข้าถึงและมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมผ่านระบบระหว่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญในการสร้าง Soft Power

2. การศึกษา กล่าวคือ ความสามารถของประเทศในการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพของการทูตสาธารณะที่จะส่งผลตอบแทนที่ดีในระยะยาว และส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ขีดความสามารถของประเทศผู้ให้การศึกษา อีกทั้งเมื่อนักศึกษาเหล่านี้กลับยังภูมิลำเนาประเทศของตน มักจะกลายเป็นผู้สนับสนุนต่อประเทศที่เคยได้รับการศึกษามา

3. นโยบายต่างประเทศ กล่าวคือ การมีส่วนร่วม การสนับสนุนโดยรวมต่อประชาคมระหว่างประเทศ ขับเคลื่อนโครงการระหว่างประเทศ และการร่วมมือกันเพื่อกำหนดผลลัพธ์ระหว่างประเทศ อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

4. องค์การภายในประเทศ กล่าวคือ องค์การภายในประเทศจะเป็นฟันเฟืองหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ และแสดงถึงความสามารถในการแข่งขัน ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ความสามารถในการส่งเสริมองค์กรและการพาณิชย์ แม้ว่าองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจนี้จะดูเหมือนเป็น Hard Power มากกว่าการที่จะเป็น Soft Power แต่ดัชนีชี้วัดในหัวข้อนี้ จะมุ่งเน้นไปที่การจับความน่าดึงดูดของโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้ ที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยต่อ Soft Power จากมุมมองของนักลงทุนภายนอกในแง่ของความง่ายในการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขัน, ส่งเสริมองค์กร, การพาณิชย์ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ

5. ดิจิทัลและเทคโนโลยี กล่าวคือ ในสังคมปัจจุบันนี้ ดิจิทัลหรือเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตในแต่วันเป็นอย่างยิ่ง ไม่เว้นแม้แต่ การปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง การทำธุรกิจซื้อ-ขายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือแม้แต่การรับส่งข่าวสารในแต่วัน ล้วนมีการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี เช่นเดียวกับนโยบายต่างประเทศ การทูตสาธารณะ รวมถึง Soft Power ที่นำเทคโนโลยีมาใช้ มีความเชื่อมโยงกับโลกดิจิทัล และการใช้การทูตดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

6. ภาครัฐ กล่าวคือ ค่านิยมทางการเมืองของรัฐ สถาบันสาธารณะ และผลลัพธ์ของนโยบายสาธารณะที่สำคัญ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดเกี่ยวกับเสรีภาพส่วนบุคคล สิทธิมนุษยชน การพัฒนามนุษย์ ความรุนแรงในสังคม และประสิทธิภาพของรัฐบาลว่าประเทศใดมีรูปแบบการปกครองที่น่าดึงดูดใจและประสิทธิภาพสามารถส่งผลในเชิงบวกต่อพลเมืองของตนได้อย่างไร ระบบการทำงานที่ดีของรัฐบาลมักจะดึงดูดพันธมิตรที่มีศักยภาพสำหรับความร่วมมือระหว่างประเทศ



ผู้วิจัยได้สรุปแนวความคิด Soft Power ว่า “พลังแฝง” กล่าวคือเป็นพลังที่ซ่อนอยู่ภายใน ไม่สามารถแสดงออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจน แต่เป็นพลังที่มีส่วนประกอบต่าง ๆ อย่างละเอียดละน้อย และใช้ระยะเวลาในการสั่งสมส่วนประกอบต่าง ๆ ซึ่งพลังแฝงนี้สามารถส่งอิทธิพลในด้านการดึงดูดใจ ให้เกิดความชื่นชอบ ชื่นชม และคล้อยตามอย่างเต็มใจ โดยปราศจากการบีบบังคับหรือให้สินทรัพย์ตอบแทนกับผู้ที่ถูกใช้พลัง

แนวคิด FDI กับ Soft Power

เป็นที่ทราบโดยทั่วกันว่าประเทศไทย มีการเปลี่ยนระบบการปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ มาสู่ระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขภายใต้รัฐธรรมนูญ ซึ่งถ้าหากพิจารณาผิวเผินแล้วอาจกล่าวได้ว่า ระบบการปกครองของไทยจะมีลักษณะคล้ายคลึงกับญี่ปุ่นคือ มีรูปแบบการปกครองที่เป็นประชาธิปไตยเช่นเดียวกัน และญี่ปุ่นมีสมเด็จพระจักรพรรดิอยู่ในฐานะเป็นประมุขรัฐเช่นเดียวกับไทยที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขของประเทศแต่เมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดเกี่ยวกับประชาธิปไตยของไทยและญี่ปุ่นแล้วจะพบว่ามีความแตกต่างกันหลายประเด็น

ไชยวัฒน์ คำชู และ นิธิ เนื่องจำนงค์ (2558) ได้กล่าวถึงกรณีศึกษาประชาธิปไตยในญี่ปุ่นและประเทศไทย ไว้ว่า ญี่ปุ่นเป็นประเทศแรกในเอเชียที่มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญในช่วงระหว่าง ค.ศ. 1918-1932 แต่ระบอบประชาธิปไตยของญี่ปุ่น ไม่เคยเกิดเหตุการณ์รัฐประหารเลยแม้แต่ครั้งเดียว ยาวนานจวบจนปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนได้ถึงความยอมรับในกฎกติกาตามระบอบประชาธิปไตยและที่มีความเข้มแข็ง มั่นคงและยั่งยืนของระบอบประชาธิปไตยในญี่ปุ่น แต่เทียบกับประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาสู่กษัตริย์ภายใต้รัฐธรรมนูญ ใน ค.ศ. 1932 (พ.ศ. 2475) จวบจนถึงปีปัจจุบัน ค.ศ. 2021 (พ.ศ. 2564) เป็นช่วงระยะเวลาเกือบ 90 ปี เกิดเหตุการณ์การรัฐประหารมากถึง 13 ครั้ง มีรัฐธรรมนูญมากถึง 20 ฉบับ พร้อมกับการเปลี่ยนผ่านกลับไปกลับมาระหว่างประชาธิปไตย และเผด็จการอำนาจนิยม โดยการกระทำรัฐประหารยึดอำนาจการบริหารของคณะรัฐบาลพลเรือน โดยคณะทหาร สะท้อนถึงความอ่อนแอในระบบประชาธิปไตย ที่ไม่ได้เล่นกันตามกติกา

รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์ (2563) ได้ศึกษาในเรื่อง ประชาธิปไตยหรือเผด็จการ ระบอบไหนพาเศรษฐกิจไปได้ไกลกว่า? ในการศึกษาชิ้นนี้ได้เปรียบเทียบระหว่างประชาธิปไตยกับการพัฒนาเศรษฐกิจ และ เผด็จการกับการพัฒนาเศรษฐกิจ รพีพัฒน์ให้ความเห็นว่า ในระบบประชาธิปไตยนั้นรัฐบาลจะได้รับแรงกดดันจากชนชั้นแรงงานอันนำมาซึ่งอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลในทางลบกับนักลงทุน แต่ก็จะได้ความมั่นใจในสินทรัพย์การลงทุนจากการรับรองและคุ้มครองของรัฐบาลในระบบประชาธิปไตย และจะแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงเมื่อเทียบกับ ระบบเผด็จการในการพัฒนาเศรษฐกิจนั้น รัฐบาลเผด็จการจะมีอำนาจในการตัดสินใจที่เบ็ดเสร็จและเด็ดขาด ซึ่งช่วยให้สามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงแรงกดดันจากชนชั้นแรงงาน ทั้งนี้จะต้องอยู่ในเงื่อนไขของความเป็นเผด็จการผู้การุณย์ (Benevolent Dictator)

Graeme and Emmanuel (2011) ได้มีศึกษาเรื่องการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ประเภทรายการการปกครอง และการประท้วงด้านแรงงานในการพัฒนาประเทศ ของ ได้สรุปความไว้ว่า ถึงแม้ว่าจะเป็นประเทศประชาธิปไตย แต่ถ้าหากเกิดความไม่สงบ หรือการประท้วงของชนชั้นแรงงานก็ไม่ส่งผลดีในมุมมองของบรรษัทข้ามชาติ และในทางกลับกัน สิ่งที่บรรษัทข้ามชาติต้องการคือประเทศที่มีความพร้อมที่ดีในการรองรับการลงทุนจากต่างประเทศ



MacDonald (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power ต่อ FDI พบว่าการลดลงของ Soft Power ในประเทศนั้น ๆ มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการลดลงของปริมาณการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) เมื่อประมวลข้อมูลต่าง ๆ ผู้วิจัยวิเคราะห์เปรียบเทียบกับไทย การลงทุนในไทยจะมีสิทธิในการลงทุนอย่างเสรี ในทุกช่วงของรัฐบาล อนึ่งอาจเป็นเพราะการยึดถือตามคำสัญญาตั้งแต่ในช่วงเริ่มแรกของการเปิดรับเงินลงทุนจากต่างประเทศที่ให้สัญญากับนักลงทุนต่างชาติว่าจะไม่ยึดสิทธิของผู้ลงทุนเป็นของรัฐ และด้วยการสร้างความไว้วางใจด้วยระยะเวลาอันยาวนานให้กับนักลงทุนต่างชาติเสมอมาถึงสิทธิและความเสรีในการลงทุนหรือถอนเงินลงทุนกลับคืน ทั้งในช่วงของรัฐบาลพลเรือนและรัฐบาลทหาร เพราะฉะนั้นแล้ว การที่ไทยมีการเปลี่ยนระบบการเมืองเป็นประชาธิปไตย ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ประชาธิปไตยที่สมบูรณ์เต็มระบบ แต่ยังคงเสถียรภาพทางมาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยรักษาสหสิทธิ และเสรีภาพให้กับนักลงทุนต่างชาติอย่างต่อเนื่องเสมอมา จึงเกิดเป็นภาพลักษณ์ในการเชื่อมั่น ไว้วางใจในการเมืองของไทยในด้านมาตรการส่งเสริมการลงทุนของไทยทั้งในช่วงของรัฐบาลพลเรือนและรัฐบาลทหาร

ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิด FDI กับ Soft Power พบว่า เมื่อธุรกิจใดมีความต้องการที่จะขยายกิจการโดยการลงทุนในต่างประเทศแล้ว ก็จะทำให้การศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประเทศนั้น ๆ เช่น สาธารณูปโภคพื้นฐาน, จำนวนประชากรในวัยทำงาน, ค่าแรงขั้นต่ำ, ภูมิประเทศและภูมิอากาศ, เสถียรภาพทางการเมืองการปกครอง, กฎระเบียบข้อบังคับสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจ ภาษี รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจเช่น ปัจจัยด้านการตลาด เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยพื้นฐานที่สามารถมองเห็นจับต้องได้ เพื่อนำมาคำนวณเป็นต้นทุนและระยะคืนทุนในการทำธุรกิจ ซึ่งนอกเหนือจากข้อมูลและปัจจัยหลักที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ปัจจัยในด้าน Soft Power ซึ่งเป็นปัจจัยนามธรรมก็มีส่วนสำคัญที่จะส่งผลต่อความรู้สึกของนักลงทุน โดยก่อให้เกิดความรู้สึกอยากหรือไม่อยากไปลงทุนในประเทศนั้น ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความดึงดูดใจของไทยต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เก็บข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร (Document Research) และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (key-informants) เพื่อการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและตรงตามวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูลการสำรวจแนวโน้มทางเศรษฐกิจของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นในประเทศไทย โดยคณะสำรวจเศรษฐกิจ หอการค้าญี่ปุ่น-กรุงเทพฯ ในช่วงน.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตั้งแต่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556-16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 และข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนโดยตรงของประเทศญี่ปุ่น บทความวิชาการ แนวคิดทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมเพื่อนำมาสรุปผลวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (key-informants) เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับ ขั้นตอนที่ 1



ขั้นตอนที่ 3 การสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล รวมทั้งข้อเสนอแนะ โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 ทั้งนี้ อาศัยวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นประเด็นในการพิจารณา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่ กลุ่มบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 2-30 ล้านบาท โดยศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างบริษัทที่มีการจดทะเบียนเริ่มต้นธุรกิจ และขยายขอบเขตธุรกิจในช่วง น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 โดยกำหนดเป็นกลุ่มบริษัทที่ไม่ใช่ภาคการผลิต จะประกอบไปด้วย 3 กลุ่มธุรกิจหลักดังนี้ 1) กลุ่มการเงินและการประกันภัย 2) กลุ่มค้าปลีก ค้าส่ง และบำรุงรักษายานยนต์และจักรยายนต์ 3) กลุ่มธุรกิจอื่นๆ แต่จะมีเพียงกลุ่มการเงินและการประกันภัย และกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง และบำรุงรักษายานยนต์ และจักรยายนต์ ที่สามารถเก็บข้อมูลได้ เนื่องจากกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ นั้น เป็นธุรกิจนานาประเภทที่ไม่สามารถระบุกลุ่มธุรกิจที่ชัดเจนได้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีทั้งสิ้นจำนวน 8 บริษัท ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (key-informants) เป็นระดับผู้บริหารบริษัทผู้เป็นกลุ่มการเงิน การประกันภัย และกลุ่มค้าปลีก ค้าส่งฯ ที่มีขนาดกลางและเล็ก คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้จำนวน 8 ราย หลังจากนั้นผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่กำหนดตามระยะเวลาการวิจัยที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยจะกำหนดกรอบของประเด็นคำถามหลักที่ต้องการจะเก็บข้อมูลคำตอบ แต่ก็เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูล สามารถพูดถึงรายละเอียด รวมถึงการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ โดยที่ผู้วิจัยจะสอบถามเพิ่มเติมในแต่ละประเด็น และพยายามประคองกรอบเพื่อไม่ให้หลุดประเด็นการซักถาม ซึ่งใช้ภาษาญี่ปุ่นในการพูดคุยสอบถาม และมีรายละเอียดดังนี้

1. กรอบคำถามการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) จะใช้เป็นแบบสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลบริษัทญี่ปุ่น โดยเนื้อหาในการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยจะกำหนดกรอบคำถามการสัมภาษณ์ไว้อย่างชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แต่เปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถอธิบาย เล่าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ในประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้นั้น เพื่อให้ได้คำตอบตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งกรอบคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเมืองไทย (1) โดยพูดคุยสอบถามถึงความเชื่อมั่นในการลงทุนในไทย ระหว่างคณะรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งคือ คณะรัฐบาลของ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และคณะรัฐบาลที่มาจากการรัฐประหาร พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ว่ามีผลต่อการมาลงทุนยังประเทศไทย หรือไม่อย่างไร (2) แรงจูงใจในการมาลงทุนในประเทศไทย นโยบายส่งเสริมการลงทุนของทั้งสองช่วงรัฐบาล (3) ความเป็นไปได้ในการเพิ่มทุนหรือขยายกิจการในประเทศไทย ต้องการให้รัฐบาลออกมาตรการการอย่างไรเพื่อเป็นการสนับสนุนให้นักลงทุนญี่ปุ่นเพิ่มความมั่นใจในการมาลงทุนยังประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นส่วนตัว ของผู้ให้สัมภาษณ์ เนื่องจากการที่จะมาลงทุนในประเทศไทยนั้น ไม่ใช่เพียงการตัดสินใจจากคน คนเดียว แต่จะต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารในองค์กรนั้นๆ ซึ่งผู้วิจัย

ต้องการทราบถึงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ที่ให้สัมภาษณ์ว่า คิดเห็นเป็นอย่างไร ในสภาวะความเป็นจริง แตกต่างจากการเสกสื่อต่าง ๆ หรือไม่อย่างไร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธีประกอบกันได้แก่ การเก็บข้อมูลจากเอกสารและการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยมีรายละเอียดในการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการลงทุนโดยตรงจากประเทศญี่ปุ่น บทความทางวิชาการ รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม โดยจัดเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เนื่องจากเป็นข้อมูลในช่วงปัจจุบัน ผู้วิจัยลงพื้นที่ภาคสนาม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview)

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Comparative analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลที่รวบรวมมาได้ทั้งหมด เมื่อดำเนินการตามขั้นตอนข้างต้นแล้วเสร็จ จึงนำเสนอข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) การจดบันทึก การถ่ายภาพ และข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ได้แก่หนังสือ บทความทางวิชาการ งานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ มาทำการจำแนกตามข้อมูลที่ผู้วิจัยตั้งประเด็นวิจัยให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์งานวิจัย แล้วจึงนำเสนอข้อมูลการวิจัยในเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เขียนเป็นรายงานผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพการเมืองไทยกับการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นในช่วงตั้งแต่ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

พบว่าสภาพทางการเมืองของไทยทั้งในช่วงตั้งแต่ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556-7 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 หรือในงานวิจัยฉบับนี้เรียกว่ารัฐบาลพลเรือน และในช่วงของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตั้งแต่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557-16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 หรือในงานวิจัยฉบับนี้เรียกว่ารัฐบาลทหาร ข้อมูลจากกลุ่มนักลงทุนผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวญี่ปุ่นทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจหลักประกอบไปด้วย 1. กลุ่มการเงินและการประกันภัย 2. กลุ่มค้าปลีก ค้าส่งและบำรุงรักษายานยนต์และจักรยานยนต์ โดยมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 2-30 ล้านบาท ที่เข้ามาก่อตั้งและขยายฐานธุรกิจในประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังกล่าวนี้ได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางการเมืองของประเทศไทยจะเป็นการบริหารโดยรัฐบาลทหารหรือรัฐบาลพลเรือน ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อความน่าดึงดูดในการมาลงทุนโดยตรงจากประเทศญี่ปุ่นมายังประเทศไทย และกลุ่มนักลงทุนดังกล่าวนี้ไม่ได้มีการวิตกกังวลกับการที่ประเทศไทยจะมีการบริหารงานโดยรัฐบาลทหาร เนื่องจากการเมืองของไทยนั้นไม่ส่งผลกระทบกับธุรกิจของตน นโยบายในการส่งเสริมการลงทุนที่เกิดขึ้นในช่วงรัฐบาลพลเรือนนั้นถูกสานต่อโดยรัฐบาลทหาร และไม่ว่าจะเป็นสภาพทางการเมืองแบบใด ธุรกิจของตนก็ยังสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในช่วงรัฐบาลพลเรือนหรือรัฐบาลทหาร อนึ่งเพราะการบริหารและการ



จัดการโดยรวมของรัฐบาลรวมถึงนโยบายการสนับสนุนการลงทุนของรัฐบาลทหารไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจาก รัฐบาลพลเรือนแต่อย่างใด และถึงแม้ว่าจะเป็นการบริหารประเทศด้วยรัฐบาลทหาร การดำเนินธุรกิจหรือการ ดำเนินชีวิตในสังคมยังคงมีความปลอดภัยในชีวิต และความมั่นคงในทรัพย์สินการลงทุน อีกทั้งยังมีเสถียรภาพ ความสะดวกสบาย และยังคงมีอิสระเสรีในการดำเนินชีวิตและดำเนินธุรกิจได้เช่นเดิม ดังนั้นจากการศึกษา ในงานวิจัยฉบับนี้จึงสรุปได้ว่าสภาพทางการเมืองของไทยไม่ว่าจะเป็นรัฐบาลพลเรือนหรือรัฐบาลทหารก็ได้ส่งผล กระทบต่อความน่าดึงดูดในการลงทุนในไทยของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลนักลงทุนญี่ปุ่นในกลุ่มการเงินและการประกันภัย และกลุ่มค้าปลีก,ค้าส่งและบำรุงรักษายานยนต์และจักรยานยนต์

2. ผลการศึกษา Soft Power ของไทยกับดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นในช่วงตั้งแต่ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

ข้อมูลจากกลุ่มนักลงทุนผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวญี่ปุ่นทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจหลักประกอบไปด้วย 1. กลุ่มการเงิน และการประกันภัย 2. กลุ่มค้าปลีก ค้าส่งและบำรุงรักษายานยนต์และจักรยานยนต์ โดยมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 2-30 ล้านบาท ที่เข้ามาก่อตั้งและขยายฐานธุรกิจในประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าว ให้ความเห็นไปในทิศทาง เดียวกันว่าประเทศไทยมีทรัพยากร Soft Power อยู่หลากหลายด้าน ซึ่งล้วนเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นสิ่งที่ ส่งผลต่อความรู้สึกให้เกิดความชื่นชอบในประเทศไทย

2.1 Soft Power ทางวัฒนธรรม ของประเทศไทยนั้นมีวัฒนธรรม ที่คล้ายคลึงกับกับประเทศญี่ปุ่น ทั้งในแง่ของของความพิถีพิถันในเรื่องอาหารอุปโภค-บริโภค ศาสนา ประเพณีประจำท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค รูปแบบการปกครอง วิถีในการดำเนินชีวิตของประชากรในประเทศ และรวมถึงลักษณะนิสัยพื้นฐานของคนไทย ที่ มีความขยัน อดทน มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อคนรอบข้าง ความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ นักธุรกิจชาวญี่ปุ่นที่มาประจำการยังประเทศไทย รู้สึกว่าไม่ได้มีความเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมในการดำเนิน ชีวิตจากการที่ต้องมาทำงานยังประเทศไทย อีกทั้งบรรยากาศในการทำงานในประเทศไทยมีความผ่อนคลายมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับบรรยากาศการทำงานในประเทศญี่ปุ่น วัฒนธรรมในการใช้ชีวิตและการทำงานของไทยเหล่านี้ เป็นหนึ่งในเหตุผลที่นักธุรกิจชาวญี่ปุ่นเลือกที่จะมาลงทุนยังประเทศไทย

2.2 Soft Power ในด้านการเมืองภายในประเทศไทยถึงแม้ว่าจะเกิดเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมืองอยู่ บ่อยครั้ง และแม้ว่าบางช่วงเวลาจะเป็นการบริหารงานด้วยรัฐบาลทหาร แต่ไม่ได้ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกับการ บริหารงานด้วยรัฐบาลพลเรือน ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินการลงทุน ความสะดวก สบาย อิสระเสรีในการ ดำเนินชีวิตและธุรกิจ ยังดำเนินต่อไปได้โดยปกติ รัฐบาลทหารของไทยไม่ได้มีการลดทอนสิทธิเสรีภาพของนักลงทุน ต่างชาติ รวมถึงความมั่นคงในธุรกิจที่ลงทุนแต่อย่างใด รัฐบาลทหารยังคงสานต่อนโยบายส่งเสริมการลงทุน ต่อเนื่องจากรัฐบาลพลเรือน ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจจะเป็นเพราะประเทศไทยมีรูปแบบการปกครองที่เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว ที่ถึงแม้ว่าจะมีการทหารทำการรัฐประหารยึดอำนาจการบริหารจากรัฐบาลพลเรือน และแต่งตั้งคณะทำงาน ที่มาจากทหารมาบริหารประเทศนั้น ก็สามารถสานต่อแนวทางการบริหารของรัฐบาลพลเรือนได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการรัฐประหารของไทยเป็นการทำการโดยละมุนละม่อม ไม่เกิดการเสียชีวิตของผู้ที่เห็นต่าง และยังคงไว้ซึ่ง สิทธิประโยชน์ และนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่นักลงทุนญี่ปุ่นเคยได้รับในช่วงรัฐบาลพลเรือน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็น

ว่ารูปแบบทางการเมืองของไทยเช่นนี้คือ Soft Power ของไทยในแง่ของค่านิยมทางการเมืองของไทยที่บ่มเพาะด้วยระยะเวลาอันยาวนาน

2.3 Soft Power ในด้านนโยบายต่างประเทศของไทยนั้น ประเทศไทยมีนโยบายการดำเนินงานต่างประเทศทั้งเพื่อกระชับความสัมพันธ์ เป็นมิตร และการขับเคลื่อนโครงการระหว่างประเทศ รวมถึงความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นเอกภาพของไทยที่ไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงจากรัฐบาลพลเรือนเป็นรัฐบาลทหาร ไทยก็ยังคงมีการสานต่อนโยบายด้านต่างประเทศอย่างต่อเนื่องอย่างชัดเจน และเป็นมิตร โดยไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน และการใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหาต่าง ๆ จึงก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อประเทศไทยในสายตานานาชาติได้ อีกทั้งการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นช่วงของรัฐบาลพลเรือนหรือรัฐบาลทหาร การดำเนินงานนโยบายเช่นนี้ส่งผลดีต่อการลงทุนโดยตรงมายังประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเมื่อนักลงทุนชาวญี่ปุ่นมีความต้องการจะขยายขนาดธุรกิจไปยังประเทศอื่น ๆ แล้ว ความต่อเนื่องของนโยบายหรือสิทธิประโยชน์ที่มอบให้กับนักลงทุนชาวญี่ปุ่น เช่น BOI, FTA, JTEPA และอื่น ๆ ทั้งในช่วงรัฐบาลทหารและรัฐบาลพลเรือนนั้น จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการมาลงทุนยังประเทศไทย เช่นการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ สัมมนาเชิญชวนนักลงทุน สิ่งนี้เกิดประโยชน์แก่นักลงทุนญี่ปุ่นที่ต้องการมาลงทุนยังประเทศไทยเป็นอย่างมาก หรือการจัดงานสัมมนาเชิญชวน ไทยก็ได้มีการจัดทำกิจกรรมดังกล่าวขึ้นอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นในช่วงของรัฐบาลพลเรือนหรือรัฐบาลทหารเป็นการเสริมความมั่นใจให้กับนักลงทุนผู้ที่ต้องการจะมาลงทุนยังประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

3. แนวทางการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศของในประเทศไทย

ข้อมูลจากกลุ่มนักลงทุนผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวญี่ปุ่นทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจหลักประกอบไปด้วย 1. กลุ่มการเงินและการประกันภัย 2. กลุ่มค้าปลีก ค้าส่ง และบำรุงรักษายานยนต์และจักรยานยนต์ ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 2-30 ล้านบาท ที่เข้ามาก่อตั้งและขยายฐานธุรกิจในประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าว มีผลการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการลงทุน ดังนี้

3.1 นักธุรกิจชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาลงทุนยังประเทศไทย สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ส่วนใหญ่จะมาในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเกิดจากการถูกชักชวนจากคู่ค้าที่ประจำการอยู่ที่ประเทศไทย ปัญหาที่พบคือนักลงทุนส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจในเรื่องของกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ในการเข้ามาลงทุนยังประเทศไทย อาจเป็นเพราะการเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ยากและการผิดพลาดจากการสื่อสารหรือขั้นตอนที่ยุ่งยากมากเกินไปสำหรับนักลงทุนชาวญี่ปุ่น อีกทั้งสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุนที่ไทยมอบให้นักลงทุนญี่ปุ่น มักจะเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่ได้รับสิทธิประโยชน์ แต่ในกลุ่มธุรกิจขนาดกลาง-เล็ก มักจะไม่สามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์ดังกล่าวได้ ด้วยคนญี่ปุ่นค่อนข้างมีลักษณะชาตินิยม จึงไม่ชำนาญภาษาต่างประเทศ หรือภาษาอังกฤษเท่าไรนัก ดังนั้นจึงมีแนวทางในการส่งเสริม ดังนี้

เพิ่มตัวเลือกในการแสดงภาษาเป็นภาษาญี่ปุ่น ในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักลงทุนญี่ปุ่นให้เกิดความสนใจในการมาลงทุนยังไทย โดยการเผยแพร่ข้อมูลตามเว็บไซต์แต่ละแหล่งข้อมูลของการมาลงทุนยังไทย นักลงทุนญี่ปุ่นก็จะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่ายดายมากขึ้น



3.2 สิทธิประโยชน์ในการลงทุน และกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ในการจดทะเบียนบริษัทสำหรับชาวต่างชาติ นั้น จะมีข้อบังคับหลัก ๆ คือ ชาวต่างชาติจะสามารถถือหุ้นได้เพียง 49% (หากไม่ยื่นเรื่องขอใบประกอบธุรกิจต่างชาติ) แต่สำหรับธุรกิจที่มีเงินลงทุนสูงสามารถเข้าถึงสิทธิ BOI โดยสามารถถือหุ้นได้เต็ม 100% ดังนั้นจึงมีแนวทางในการส่งเสริม ดังนี้

ควรจะทำให้การเริ่มต้นลงทุนทำธุรกิจที่ประเทศไทยเป็นเรื่องง่ายเพื่อให้ปริมาณการเริ่มต้นการลงทุนที่เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น เช่น ลดจำนวนเงินลงทุนขั้นต่ำเป็น 1 ล้านบาทสำหรับนักลงทุนประมาณจำกัด หรืออาจจะเพิ่มเงื่อนไขในการลงทุน เช่น ถ้าหากลงทุนเริ่มต้น 10 ล้านบาทสามารถถือครองหุ้นได้ 100% ในกรณีที่บริษัทนั้น ๆ ต้องการสิทธิขาดในการบริหารงานในองค์กร และสำหรับกลุ่มนักลงทุนชาวญี่ปุ่นที่มีทุนทรัพย์สูง แต่ไม่เข้าข่ายการได้รับสิทธิ BOI หรือใบประกอบธุรกิจต่างชาติ

3.3 จำนวนเงินลงทุนขั้นต่ำในการจดทะเบียนบริษัทจะเป็น 2 ล้านบาท และสัดส่วนจำนวนพนักงานคนไทย 4 คนต่อพนักงานต่างชาติ 1 คน แต่ถ้าหากยื่นเรื่องขอใบประกอบธุรกิจต่างชาติก็สามารถดำเนินการโดยไม่ต้องมีสัดส่วนพนักงาน 4:1 ได้ แต่ในขั้นตอนของการขอใบประกอบธุรกิจต่างชาตินั้น ก็มีเงื่อนไขและการตรวจสอบที่นักลงทุนญี่ปุ่นหลายท่านให้ความเห็นว่ายุ่งยาก และได้รับใบประกอบธุรกิจต่างชาติได้ยาก ดังนั้นจึงมีแนวทางในการส่งเสริม ดังนี้

การลดสัดส่วนอัตราพนักงานคนไทยต่อคนญี่ปุ่นลง เช่น ขึ้นต่ำคนไทย 2 คนต่อคนญี่ปุ่น 1 คน ในกรณีที่ต้องการตั้งสำนักงานในประเทศไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางในการทำธุรกิจกับชาติอาเซียนหรือกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งในกรณีบริษัทญี่ปุ่นที่ต้องการลงทุนเพื่อประกอบธุรกิจในไทยแล้ว ผู้วิจัยมีความคิดว่าอย่างไรเสีย จะต้องเกิดการจ้างงานพนักงานคนไทยมากกว่า 4 คนตามกฎหมายกำหนดอย่างแน่นอน

3.4 Visa Work Permit ที่สามารถต่ออายุได้เพียงครั้ง 1 ปีและการจัดเตรียมเอกสารในการทำธุรกรรมต่ออายุ Visa Work Permit จำเป็นจะต้องใช้เอกสารเป็นจำนวนมากและใช้เวลาในการจัดเตรียมค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงมีแนวทางในการส่งเสริม ดังนี้

การต่ออายุ Visa Work Permit ด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน การปรับรูปแบบให้เป็นแบบ Paperless และใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์แทน อีกทั้งการเพิ่มรูปแบบในการต่ออายุ Visa Work Permit ให้แก่นักลงทุนเช่น 1 ปี, 3 ปี และ 5 ปี โดยการเพิ่มอัตราค่าธรรมเนียมในการต่ออายุ เพื่อเป็นทางเลือกให้นักลงทุน ซึ่งเป็นการเพิ่มความสะดวกในการสานต่อการบริหารกิจการในประเทศไทย และเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติของบริษัทนั้น ๆ ขยายกิจการการลงทุนในสาขาอื่น ๆ ได้

อภิปรายผล

1. สภาพการเมืองไทยกับการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นในช่วงตั้งแต่ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 จากผลการวิจัยพบว่าสภาพการเมืองไทยที่เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้น ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงคณะรัฐบาล แต่ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาลทหารหรือรัฐบาลพลเรือนก็ไม่ได้ส่งผลกระทบใด ๆ ต่อธุรกิจของคนญี่ปุ่น และไม่ได้ส่งผลกระทบต่อความน่าดึงดูดในการลงทุนในไทยของกลุ่มธุรกิจคนญี่ปุ่น แต่รัฐบาลทหารอาจจะส่งผลในแง่ของความรู้สึกที่นักลงทุนญี่ปุ่นไม่คุ้นชิน เนื่องจาก



ประเทศญี่ปุ่นจะเป็นรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งมาโดยตลอด สอดคล้องกับรายงานการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ฉบับรายปี 2560 ของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) ที่พบว่า แม้มีการการทำรัฐประหาร ในปี 2557 ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงคณะรัฐบาล น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ไปเป็นรัฐบาลของพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ไม่ได้ทำให้การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นมีมูลค่าลดลงแต่อย่างใด ประเทศญี่ปุ่นยังเป็นประเทศอันดับ 1 ที่มียอดเงินลงทุนโดยตรงเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด ระหว่างปี 2557-2560 และสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของนายอิโรกิ มิตสึมาตะ ประธานกรรมการองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (เจโทร กรุงเทพฯ) (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) ที่กล่าวว่า นักลงทุนญี่ปุ่นที่มีแผนที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยยังมีความมั่นใจที่จะเข้ามาลงทุนในไทย และปัจจัยทางการเมืองของประเทศไทยที่ยังมีความไม่แน่นอนในปัจจุบัน ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำธุรกิจหรือลงทุนในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่ยังพร้อมที่จะเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่รัฐบาลไทยให้การสนับสนุน และยังสนใจที่จะลงทุนเพิ่มเติมในธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการ เช่น การท่องเที่ยว โรงแรม และร้านอาหาร และจากการสำรวจของเจโทรกรุงเทพฯ พบว่า มีบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่เปิดธุรกิจในเมืองไทยมากกว่า 5,400 บริษัท นับได้ว่าเป็นจุดศูนย์รวมของบริษัทญี่ปุ่นที่ประกอบกิจการอุตสาหกรรมต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่อุตสาหกรรมรถยนต์ไปจนถึงภาคการผลิตอื่น ๆ

2. Soft Power ของไทยกับดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นในช่วงตั้งแต่ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 จากผลการวิจัย Soft Power ทั้ง 3 ด้านของไทย คือ 1. วัฒนธรรม 2. ด้านการเมืองภายในประเทศ และ 3. ด้านนโยบายต่างประเทศ พบว่า ประเทศไทยมีทรัพยากร Soft Power อยู่มากมายทั้ง 3 ด้าน ซึ่งล้วนเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความรู้สึกให้เกิดความชื่นชอบ ความประทับใจในประเทศไทย อันเป็นผลดีกับการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นให้มาลงทุนเพิ่มในประเทศไทย สอดคล้องกับการศึกษาของ สมบัติ วรินทร์นุวัตร (2555) ที่ศึกษาเรื่องมุมมองจากการสำรวจข้อมูลในโครงการการศึกษาสถานภาพและแนวโน้มการย้ายฐานธุรกิจของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นมายังประเทศไทย มีผลการศึกษาว่า ลักษณะโดยรวมของสังคมประเทศไทย มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยมาแต่โบราณ มีภาษาประจำชาติ วัฒนธรรมที่สวยงามของตนเองทั้งการใช้ชีวิตความเป็นอยู่และการแต่งกาย มีอาหารที่อร่อยและหลากหลาย ประชากรมีลักษณะ บุคลิกภาพ ที่เรียกว่ามีมนุษยสัมพันธ์สูง คือ การเข้ากับบุคคลอื่นได้ง่าย มีศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติที่ดี และยอมรับหรือมีความเชื่อว่าศาสนาทุกศาสนาสอนให้ทุกคนเป็นคนดี จึงทำให้ไม่มีปัญหาแบ่งแยกเชื้อชาติ ส่งผลให้ชาวต่างชาติรวมทั้งประเทศญี่ปุ่นเอง อยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย ส่วนด้านปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุน ได้แก่ ความพร้อมด้านแรงงาน ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ความพร้อมของระบบโลจิสติกส์ ความต่อเนื่องของนโยบายหรือสิทธิประโยชน์ที่มอบให้กับนักลงทุนชาวญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้ชาวญี่ปุ่นอยากมาลงทุนในประเทศไทยอย่างยิ่ง รวมทั้งการย้ายฐานธุรกิจของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นมายังประเทศไทย

3. แนวทางการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติของประเทศไทย จากผลการวิจัยพบว่า ควรเพิ่มหรือขยายสิทธิประโยชน์ที่มอบให้กับนักลงทุนชาวญี่ปุ่นให้ครอบคลุมทุกขนาดธุรกิจ การลดขั้นตอนหรือการช่วยอำนวยความสะดวกเรื่อง Visa, Work Permit เรื่องการบริหารจัดการการทำงานและอนุญาตให้ทำงานของคนต่างชาติดังกล่าว ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมาทำงานในประเทศไทย การปรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีประเภทต่าง ๆ สอดคล้องกับการศึกษา





ของอิทธิพร มุทิตาเจริญ (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษี และการดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ แล้วผลการศึกษาชี้ว่า ดัชนีภาษีมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดึงดูด FDI เข้ามาในภูมิภาคของเรา แต่ปัจจัยที่มีผลกระทบสำคัญไม่ได้มีเพียงแค่อำนาจเท่านั้น พบว่า อีกปัจจัยหนึ่งที่มีนัยสำคัญเช่นกัน และมีขนาดความสำคัญมากกว่าดัชนีภาษี คือ คุณภาพของกฎระเบียบต่าง ๆ ของรัฐบาลว่าเอื้อให้เอกชนทำธุรกิจได้ง่ายขนาดไหน คุณภาพของกฎระเบียบต่าง ๆ ของรัฐบาลว่าเอื้อให้เอกชนทำธุรกิจได้สะดวกขึ้น ดังนั้นการช่วยให้นักลงทุนเข้าใจกฎระเบียบต่าง ๆ และปฏิบัติตามได้ง่ายขึ้นเป็นสิ่งสำคัญไม่แพ้กัน และสอดคล้องกับ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจตามที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เสนอต่อที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) วันที่ 14 กันยายน 2564 (prop2morrow.com, 2564) ที่เสนอสาระสำคัญ ดังนี้ 1) มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย และมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท.) รับผิดชอบการดำเนินมาตรการฯ โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยบริการขึ้น เพื่อสนับสนุนและเชิญชวนให้ชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงเข้ามาเป็นผู้พำนักระยะยาวในประเทศไทย 2) มอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยพิจารณาความเหมาะสมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดวีซ่าประเภทผู้พำนักระยะยาวใหม่ รวมทั้งข้อยกเว้นและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) มอบหมายให้กระทรวงแรงงาน พิจารณาความเหมาะสมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการทำงานและอนุญาตให้ทำงานของคนต่างด้าว 4) มอบหมายให้กระทรวงการคลัง พิจารณาความเหมาะสมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษีประเภทต่าง ๆ และระเบียบวิธีปฏิบัติด้านการศุลกากร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมการลงทุน

1. กระทรวงพาณิชย์ ควรปรับลดสัดส่วนเงินทุนขั้นต่ำในการจดทะเบียน, สัดส่วนอัตราการจ้างพนักงานคนไทยต่อพนักงานชาวต่างชาติ หรืออาจสร้างเงื่อนไขเพิ่มเติมในการจดทะเบียนบริษัทสำหรับนักลงทุนต่างชาติ เพื่อให้สามารถถือครองหุ้นได้เกิน 50% เพื่อให้การเริ่มลงทุนในไทยเป็นเรื่องที่ง่าย หรือการใช้ประเทศไทยเป็นฐานในการดำเนินธุรกิจในอาเซียนสามารถทำได้
2. กระทรวงมหาดไทยควรเพิ่มรูปแบบในการต่ออายุ Visa Work Permit เพื่อการสานต่อการดำเนินกิจการของบริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย
3. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน BOI ในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ควรปรับลดเงื่อนไขในการเข้าถึงสิทธิประโยชน์ของนักลงทุนต่างชาติ เพื่อให้การเข้าถึงสิทธิดังกล่าวทำได้ง่าย
4. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรร่วมกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนจากต่างประเทศ ปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูลให้มีภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาทางเลือกในทุกแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน
5. สำนักงานเศรษฐกิจกระทรวงการคลัง และกระทรวงการต่างประเทศควรจัดตั้งทีมเสริมสร้าง FDI เพื่อชี้แจงเชิญชวนและร่วมรับฟังความต้องการของนักลงทุนต่างประเทศ
6. กระทรวงศึกษาและกระทรวงอุตสาหกรรมควรหารือและสนับสนุนการศึกษาในสาขาวิชาที่เป็นความต้องการของตลาดแรงงาน

7. บุคลากรทุกหน่วยงานการติดต่อกันด้วยเอกสาร ปรับเปลี่ยนรูปแบบเอกสารเป็นแบบ Paper less เพื่อให้ระบบการส่งเอกสารเป็นเรื่องที่สะดวกและง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะการเสริมสร้างเพิ่มพูน Soft Power ของไทยในการดึงดูด FDI จากญี่ปุ่น

1. กระทรวงการต่างประเทศ ควรสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อต่างประเทศ เช่น BBC, The New York Times, The Guardian, Nikkei Asia เพื่อการนำเสนอข่าวสารเชิงบวกต่อนานาชาติ

2. สำนักงานรัฐมนตรี ควรจัดหน่วยงานในการชี้แจงรายละเอียดในทุกมาตรการที่กระทบต่อนักลงทุนญี่ปุ่น กับสถานทูตญี่ปุ่นที่ประจำการยังประเทศไทย เพื่อให้ความสำคัญของนักลงทุนญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทย

3. หน่วยงานส่งเสริมการลงทุน ทั้งกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์ ควรจัดแคมเปญเพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี เช่น การให้บริษัทหรือโรงงานที่ร่วมทุนกับต่างชาติส่งภาพหรือวิดีโอที่แสดงถึงบรรยากาศการทำงานที่ดีเพื่อร่วมแข่งขัน โดยผู้ชนะจะได้การลดภาษีเป็นรางวัลตอบแทน เพื่อเป็นการโฆษณาบรรยากาศการทำงานของบริษัทที่ประจำการอยู่ในประเทศไทย

4. กระทรวงวัฒนธรรมควรจัดกิจกรรมเชิญชวนกลุ่มนักลงทุนที่อยู่ในประเทศไทยมาร่วมงานในแต่ละประเพณีสำคัญของไทย เพื่อเป็นการโฆษณาประเพณีวัฒนธรรมของไทยให้ต่างชาติได้รับรู้

5. กระทรวงวัฒนธรรมควรร่วมมือกับภาคเอกชนและบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นในการจัดทำภาพยนตร์, ละคร, ซีรีส์ หรือคลิปวิดีโอสั้น ๆ ที่แสดงออกถึงวิถีชีวิต บรรยากาศการทำงาน ณ ประเทศไทย ลักษณะนิสัย เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับนักลงทุนที่มีความสนใจที่จะมาลงทุนยังประเทศไทย

6. สำนักงานตำรวจแห่งชาติจัดการอบรมภาษาญี่ปุ่นให้กับบุคลากรและจัดตั้งหน่วยงานลาดตระเวนเพื่อตรวจตรารักษาความปลอดภัยในแหล่งชุมชนนักธุรกิจญี่ปุ่น เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับนักธุรกิจญี่ปุ่นที่ประจำการในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความดึงดูดใจของไทยต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นในนักลงทุนกลุ่มอื่น ๆ เช่นอุตสาหกรรมการผลิต

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบความดึงดูดใจของเวียดนามต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น เพื่อนำมาปรับประยุกต์กับประเทศไทย และรักษาระดับการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนญี่ปุ่นในไทย

3. ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการเข้ามาลงทุนของกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่จากนักลงทุนชาวญี่ปุ่น

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2562). *ประธานเจโทร กรุงเทพฯ ชื่นักลงทุนญี่ปุ่นยังมั่นใจลงทุนในไทย*. ค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/832884>

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2560). *การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ*. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไชยวัฒน์ คำชู และ นิธิ เนื่องจำนงค์. (2559). *การเมืองเปรียบเทียบ ทฤษฎี แนวคิด และกรณีศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่

1). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.





- ฐานเศรษฐกิจ. (2559). *GDPของประเทศญี่ปุ่น*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2563, จาก <https://www.thansettakij.com/content/37006>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *เงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ*. ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2561, จาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=653&language=th
- บงกช อนุโรจน์. (2556). บาทแข็ง เยนอ่อน ญี่ปุ่นจะไม่ลงทุนในไทยแล้วหรือ?: มุมมองจากผู้กำหนดนโยบาย. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, 30(2), 1-21.
- พีระ เจริญวัฒนกุล. (2561). พินิจแนวคิด Soft Power อย่างจริงจัง: ปัญหาและความเข้าใจผิดในการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในงานวิชาการไทย. *วารสารรัฐศาสตร์นิเทศมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 1(2), 247-257.
- รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์. (2563). *ประชาธิปไตยหรือเผด็จการ ระบอบไหนพาเศรษฐกิจไปได้ไกลกว่า?*. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://themomentum.co/democracy-or-dictator-economic-growth/>
- วีระ สมบูรณ์. (2551). *โลกาภิวัตน์ สิทธิมนุษยชนและความเป็นธรรมระหว่างประเทศ: ประเด็นและมุมมองทางทฤษฎีการเมือง*. กรุงเทพฯ: กรีน พรีน.
- สมบัติ วรันทนวัตร. (2555). *มุมมองจากการสำรวจข้อมูลในโครงการการศึกษาสถานภาพและแนวโน้มการย้ายฐานธุรกิจของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นมายังประเทศไทย*. สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (TNI). ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2564, จาก https://www.tpa.or.th/tpanews/upload/mag_content/58/ContentFile1056.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2563). *แนะนำบีโอไอ*. ค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2563, จาก https://www.boi.go.th/index.php?page=what_we_do2
- โสภณ วิจิตรเมธาวณิช. (2557). *Foreign Direct Investment: FDI*. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/853>
- อชิภัทร มุทิตาเจริญ. (2559). *สิทธิประโยชน์ทางภาษี และการดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ*. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก <https://thaipublica.org/2017/05/pier-20/>
- อารีย์ นัยพินิจ ภัทรพงษ์ เกริกสกุล และจงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2557). การปรับตัวภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 7(1), 1-12.
- อรัญ เลิศวรรณวิทย์ และณัฏฐ์ กุลิสร. (2551). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- Graeme B. R. and Emmanuel Teitelbaum. (2011). Foreign Direct Investment, Regime Type and Labor Protest in Developing Countries. *American Journal of Political Science*, 55(3), 655-678.
- Macdonald A. (2017). *Soft power today: Measuring the effects*. Retrieved May 5, 2021, from <https://www.britishcouncil.org/research-policy-insight/insight-articles/soft-power-today>
- McClory J. (2019). *The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power 2019*. Retrieved May 5, 2021, from <https://softpower30.com/wpcontent/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>





Nye, J.R., Joseph S. (2011). *The Future of Power, Belfer Center Programs or Projects, International Security*, Retrieved March 4, 2019, from <https://www.belfercenter.org/publication/joseph-s-nyes-future-power>

Nye, J.S. (2021). Soft power: the evolution of a concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196-208.

prop2morrow.com. (2564). รัฐอภัยแรง หวังฟื้นฟูเศรษฐกิจ ดึงนักลงทุนต่างชาติเข้าไทย คาดเงินหมุนเวียน 1 ล้านล้านบาท. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <https://prop2morrow.com/2021/09/15/รัฐอภัยแรง-หวังฟื้นฟูเศรษฐกิจ-ดึงนักลงทุนต่างชาติเข้าไทย-คาดเงินหมุนเวียน-1-ล้านล้านบาท/>

Reiser, O. & Davies, B. (1944). *Planetary Democracy*. New York: Creative Edge Press.



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด

Factors affecting the decision to use resort accommodation in Trat Province

ณัฐนันท์ ปรียวิศิษฐ์¹ และ มณีเนตร วรชนะนันท์²

Natthanan Pariyawishthana¹ and Maneenate Worrachananun²

คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ^{1,2}

School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University, Thailand^{1,2}

Email: kamolchanok.pari@bumail.net¹

Received: October 29, 2022

Revised: December 24, 2022

Accepted: December 25, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด 2) การตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตราด จำนวน 385 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เก็บข้อมูลด้วยวิธีการแบบออนไลน์ ตอบแบบสอบถามผ่าน Google form วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-Test และ Pearson's Correlation Coefficient

ผลการวิจัย พบว่า 1) เหตุผลหลักในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดตราด ส่วนใหญ่มาพักผ่อน ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ค้าง 1 คืน ความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อนมากที่สุด สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด และกิจกรรมที่สนใจ พบว่า ส่วนใหญ่พักผ่อนและถ่ายรูป 2) การตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวทำการศึกษาข้อมูลดีแล้ว มีโปรโมชั่น มีส่วนลดและไม่มีผู้คนพลุกพล่าน ที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีราคาถูก มีการวางแผนเดินทางอยู่แล้ว และมั่นใจในมาตรการความปลอดภัยของจังหวัดตราด ตามลำดับ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด มีจำนวน 6 ปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, ส่วนประสมทางการตลาด, บริการที่พัก, จังหวัดตราด

Abstract

The objectives of this research are to study 1) the behavior Thai Tourists to use resort accommodation in Trat Province 2) the decision to choose resort accommodation in Trat Province under the situation of the epidemic of the Covid-19 virus 3) the marketing mix factors affecting the decision to use the services of Thai tourists in choosing resort accommodation in Trat Province. This study was a quantitative research, by collecting data by questionnaire with 385 Thai tourists in Trat province using convenient sampling method. Collecting data from using an online, answer the questionnaire via Google form. data were analyzed using descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation, t-test, F-Test and Pearson's Correlation Coefficient.

The results of the research revealed that: 1) the main reason for traveling in Trat Province was that most of them came to relax. The length of time spent traveling, it was found that most stayed 1 night. The intention of traveling during the summer was the most. Most interested in natural attractions and interesting activities, found that most of them were resting and taking pictures. 2) the decision to choose resort accommodation in Trat Province, found that tourists have study the information did well. There are promotions, discounts and no crowds. There are already plans to visit. Confident in safety measures in Trat Province, respectively. 3) the marketing mix factors affecting the decision to use the services of Thai tourists in choosing resort accommodation in Trat province under the COVID-19 epidemic situation numbered 6 factors, can be sorted in descending order as follows: physical, price, Personnel, product, Marketing and process

Keywords: Decision Making, Marketing Mix, Accommodation Services, Trat Province

บทนำ

สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตลาดในประเทศในปี 2564 โดยรวมอยู่ในภาวะชะลอตัว โดยเริ่มมีสัญญาณที่ดีในช่วง 2 เดือนสุดท้ายของปี 2564 จากการคลายมาตรการล็อกดาวน์และเคอร์ฟิวของรัฐบาล (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2564) ซึ่งสถานการณ์การเดินทางในประเทศได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากปี 2563 และการระบาดระลอกใหม่ช่วงต้นปีและกลางปี 2564 โดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักของคนไทย ซึ่งรัฐบาลออกมาตรการล็อกดาวน์และเคอร์ฟิว เพื่อควบคุมป้องกันการแพร่ระบาด พร้อมกับกำหนดพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด และขอความร่วมมือประชาชนงดการเดินทางข้ามจังหวัดโดยไม่จำเป็นตั้งแต่เดือนมิถุนายน-กันยายน 2564 รวมระยะเวลา 4 เดือนที่ท่องเที่ยวในประเทศเกิดการหยุดชะงักส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกภาคส่วนทรุดตัวลงอีกครั้ง ผลจากการใช้มาตรการควบคุมป้องกันการแพร่





ระบาด ทำให้สถานการณ์ COVID-19 เริ่มทุเลาลง โดยรัฐบาลได้คลายมาตรการต่าง ๆ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 ส่งผลให้สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเริ่มมีสัญญาณที่ดีในช่วง 2 เดือนสุดท้ายของปี 2564 จากปัจจัยสนับสนุนหลัก คือ

- 1) รัฐบาลคลายมาตรการล็อกดาวน์และเคอร์ฟิว สามารถเดินทางข้ามจังหวัดได้
- 2) คนไทยได้รับการฉีดวัคซีนทั้งเข็ม 2 และเข็ม 3 มากขึ้น ทำให้เกิดความมั่นใจออกเดินทาง
- 3) นโยบายการเปิดประเทศ 120 วัน ช่วยสร้างบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ
- 4) มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในประเทศจากภาครัฐ อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 3, ทัวร์เที่ยวไทย, คนละครึ่ง

ดังนั้น บรรยากาศการท่องเที่ยวในประเทศจะเริ่มกลับมาเดินได้อีกครั้ง แต่จะไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่โดยภาคตะวันออกและภาคกลาง (รวมภาคตะวันตก) ภูมิภาคระยะใกล้ของกรุงเทพมหานครตลาดส่งออกหลักของนักท่องเที่ยวคนไทยมีแนวโน้มจะกลับมาเดินหน้าได้ก่อน และตามมาด้วยภูมิภาคระยะไกลโดยเฉพาะภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับสถานการณ์การรองรับนักท่องเที่ยวคนไทยของกรุงเทพมหานครอาจต้องใช้เวลาในการฟื้นตัวอีกระยะหนึ่ง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการระบาดเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2564)

จากสถานการณ์ดังกล่าวจังหวัดตราด มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยว ทางทะเล มีหมู่เกาะน้อยใหญ่ 52 เกาะ เป็นการท่องเที่ยวที่ชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ตลอดจนมีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งราชอาณาจักรกัมพูชาและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เป็นจังหวัดชายฝั่งทะเลทางภาคตะวันออกของประเทศไทย มีขนาดเนื้อที่ จำนวน 2,819 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดจันทบุรีและประเทศกัมพูชา ซึ่งในเขตพื้นที่จังหวัดตราดเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติมาก ชาวบ้านส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม และประกอบอาชีพเกี่ยวกับการบริการด้านการท่องเที่ยว เพราะจังหวัดตราด ถือเป็นอีก 1 จังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก (สำนักงานจังหวัดตราด, 2561) จากการศึกษาข้อมูลสรุปสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน จากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตราด (2564) พบว่า ในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ตามสถานที่พักประเภทรีสอร์ทภายในจังหวัดตราดทั้งสิ้น 1,724,793 คน โดยมีรายได้รวม 11,511.72 บาท ซึ่งหากเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออก พบว่า จังหวัดตราดเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนมากเป็นอันดับ 2 รองจากจังหวัดชลบุรี แต่จากสถานการณ์โควิด-19 ระบาดทั่วประเทศ ทำให้ปี 2563 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนลดลง ถึงร้อยละ 45.58 (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตราด, 2564)

การคลายล็อกดาวน์จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้และการเพิ่มมาตรการกระตุ้นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดตราด และโครงการเราเที่ยวด้วยกันของรัฐบาล มีกระแสการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวศึกษาคัก โรงแรมที่พักเต็มในช่วงวันหยุดยาวเดือนกรกฎาคมและน่าจะต่อเนื่องไปไม่เกินตุลาคม



แต่อีกด้านหนึ่งโรงแรมที่พักโดยเฉพาะเกาะช้างที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม จำนวนโรงแรมทั้งหมดเกือบ 300 แห่ง มีโรงแรม 20-30% ยังไม่ได้เปิดบริการ และไม่แน่ใจว่าจะกลับมาเปิดได้ทั้งหมดเหมือนเดิมหรือไม่ ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศยังเป็นศูนย์ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ซึ่งในแต่ละสถานที่พักมีการวางแผนการบริหารจัดการที่หลากหลาย เพื่อสร้างความได้เปรียบและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาใช้บริการพักค้างคืนที่รีสอร์ทของตนเองมากขึ้น เช่น การเลือกสถานที่ตั้งให้ใกล้ หรือเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก การออกแบบที่พักให้มีความสวยงามแปลกตา การออกแบบกิจกรรมเสริมสำหรับผู้ให้บริการให้น่าสนใจ การวางแผนเรื่องของราคาที่พักที่ถูกกว่าที่พักใกล้เคียง หรือการมีบริการเสริม เช่น การรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวที่จะมาพักที่รีสอร์ทไปยังสนามบินหรือท่าเรือ เป็นต้น

โดยจากสถานการณ์การแข่งขันกันในการดำเนินธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ทของจังหวัดตราด ในปัจจุบัน อีกทั้งสถานการณ์การแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทที่อยู่ในจังหวัดตราด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจที่พักในจังหวัดตราด หรือผู้ที่สนใจได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ทที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ที่มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นให้ผู้ให้บริการชาวไทยตัดสินใจเลือกใช้บริการมากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นและฟื้นฟูธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราด
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ วุฒิการศึกษา ภูมิลำเนา ที่มีความแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราดแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราดแตกต่างกัน



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ธงชัย สันติวงษ์ (2550) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า หมายถึงการผสมที่เข้ากันได้ อย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่าย ซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

ธนวรรณ แสงสุวรรณ (2552) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ปัจจัยด้านราคา (Price) 3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) 4) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) 6) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) และ 7) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical and Presentation) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายได้มากที่สุด

กล่าวโดยสรุป ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความสำคัญกับผู้ผลิตสินค้าหรือเจ้าของธุรกิจบริการ เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สินค้าหรือบริการเกิดการยอมรับ พึงพอใจและตัดสินใจซื้อได้มากกว่าสินค้าหรือบริการคู่แข่ง หากผู้ผลิตสินค้าหรือเจ้าของธุรกิจให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดให้ถูกต้อง ตรงใจ เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ จะสร้างความสนใจและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Jones (1984) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจองค์การว่า เป็นกระบวนการที่จะแก้ไขปัญหาขององค์กร โดยการค้นหาทางเลือกและเลือกทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ได้กำหนดไว้

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการสามารถพิจารณาตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้เป็น 5 ขั้นตอน โดยเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่จะมีการใช้บริการจริง ๆ จนถึงเหตุการณ์ภายหลังจากการใช้บริการ ซึ่งสรุปขั้นตอนที่สำคัญ (Kotler & Keller, 2006) ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) 2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) 3) การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ (Evaluation of Alternatives) 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ (Decision Making in Services) สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นการพิจารณาโดยใช้ข้อมูล หลักการและเหตุผล วิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนในการหาทางเลือกที่ดีที่สุด และเหมาะสมที่สุดจากหลาย ๆ ทางเลือก

แนวความคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

สุวีร์ณสฤษฎ์ โสภณศิริ (2554) ให้ความหมายว่าของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงออก เพื่อแสวงหาความสุข ความพึงพอใจให้กับตนเอง โดยการเดินทางไปเยี่ยมชมและพักหรือไม่พักค้างคืนยังสถานที่ต่าง ๆ



จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่ปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของตนเอง เพื่อให้เกิดความพอใจ ในการจัดการใช้จ่ายเกี่ยวกับบริการ และการบริการ เช่น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่ทำการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาใช้ประโยชน์และประเมินบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการและการพักผ่อนของตนเองได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2558) ได้ระบุถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Promotion) ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Travel Experience) ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude)

แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้านที่พัก

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2558) กล่าวว่า ธุรกิจที่พักเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนชั่วคราวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย ซึ่งธุรกิจที่พัก หมายถึง การประกอบธุรกิจให้บริการด้านที่พักชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนหลับนอนในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้ 4 ประเภท ดังนี้ 1. ธุรกิจโรงแรมย่านพาณิชย์ (Commercial Hotel) เป็นธุรกิจโรงแรมที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้า 2. ธุรกิจโรงแรมเรสซิเดนซ์ (Residential Hotel) เป็นธุรกิจโรงแรมที่ผู้พักมักเช่าอยู่เป็นระยะเวลานาน ๆ จึงต้องมีสัญญาเช่า 3. ธุรกิจโรงแรมใกล้สนามบิน (Airport Hotel) เป็นธุรกิจโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้สนามบิน 4. ธุรกิจโรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel) เป็นธุรกิจโรงแรมที่สร้างอยู่ตามสถานที่ตากอากาศ ซึ่งมักตั้งอยู่ในที่ ๆ มีทำเลดี เช่น ชายทะเล บนภูเขาริมทะเลสาบ แหล่งน้ำพุร้อน เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

โดยในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณนี้ ผู้วิจัยจะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราด มีรายละเอียดและขั้นตอนในการศึกษาดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ จำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นคนไทยที่มาเที่ยวจังหวัดตราดจำนวน 532,541 คน ข้อมูลเดือนพฤษภาคม 2564 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตราด จำนวน 385 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความ





คลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549) จากการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างพบว่า ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 385 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 คำถามสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด การตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ระดับคะแนนเป็นแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วน ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) ตามวิธีการวิจัยทางสถิติ และดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติวิเคราะห์มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด การตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ใช้สถิติแบบ t-test, F-Test ทำการทดสอบความแตกต่างและทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) และทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปร โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Pearson's Correlation Coefficient

ผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.18 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 54.03 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.43 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 27.27 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 64.16



รายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.78 และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวคือกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 40.00

1.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราด

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราด

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลหลักในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดตราด		
พักผ่อน	223	57.92
เยี่ยมเพื่อน/ครอบครัว/ญาติ	82	21.30
หาประสบการณ์	62	16.10
การทำงาน/การทำธุรกิจ	18	4.68
ระยะเวลาที่ท่านตั้งใจจะใช้เวลาในการท่องเที่ยว		
ไปเช้า เย็นกลับ	6	1.56
ค้าง 1 คืน	227	58.96
ค้าง 2 คืน	57	14.81
มากกว่า 2 คืน	95	24.68
ตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลใด		
ฤดูร้อน	156	40.52
ฤดูหนาว	86	22.34
ฤดูฝน	9	2.34
ทุกฤดูกาล	134	34.81
แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านเลือกมาท่องเที่ยว		
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	82	21.30
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	39	10.13
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	233	60.52
แหล่งช้อปปิ้ง	31	8.05
กิจกรรมประเภทใดที่ท่านสนใจมากที่สุด		
พักผ่อนและถ่ายรูป	180	46.75
การดำน้ำดูปะการัง	71	18.44
การเดินทางไปยังเกาะต่างๆ	87	22.60
ซื้อสินค้าและบริการ	6	1.56
ร่วมงานเทศกาลตามฤดูกาล	35	9.09
อื่นๆ	6	1.56

จากตารางที่ 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราด มีรายละเอียด ดังนี้



เหตุผลหลักในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดตราด พบว่า ส่วนใหญ่มาพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 57.92 รองลงมา คือ เยี่ยมเพื่อน/ครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 21.30 หาประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 16.10 และการทำงาน/การทำธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 4.68 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ท่านตั้งใจจะใช้เวลาในการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ค้าง 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 58.96 รองลงมา คือ มากกว่า 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 24.68 ค้าง 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 14.81 และไปเช้า-เย็นกลับ คิดเป็นร้อยละ 1.56 ตามลำดับ

ตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลใด พบว่า มาเที่ยวฤดูร้อน คิดเป็นร้อยละ 40.52 รองลงมา คือ ทุกฤดูกาล คิดเป็นร้อยละ 34.81 ฤดูหนาว คิดเป็นร้อยละ 22.34 และฤดูฝน คิดเป็นร้อยละ 2.34 ตามลำดับ

แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านเลือกมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 60.52 รองลงมา คือ การเดินทางไปยังเกาะต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 22.60 การดำน้ำดูปะการัง คิดเป็นร้อยละ 18.44 ร่วมงานเทศกาลตามฤดูกาล คิดเป็นร้อยละ 9.09 และซื้อสินค้าและบริการและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

2. การตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

การตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D	การแปล ความหมาย
1. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพราะที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีราคาถูก	4.61	.52	มากที่สุด
2. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพราะมีการวางแผนเดินทางไปท่องเที่ยวอยู่แล้ว	4.53	.70	มากที่สุด
3. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพราะมั่นใจในมาตรการความปลอดภัยของจังหวัดตราด	4.35	.86	มาก
4. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพราะทำการศึกษาข้อมูลดีแล้ว	4.75	.61	มากที่สุด
5. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพราะมีโปรโมชั่น ส่วนลด และไม่มีคนพลุกพล่าน	4.72	.62	มากที่สุด



3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดตราด

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดตราด

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D	การแปล ความหมาย
1. ที่พักประเภทรีสอร์ต (Product)			
1.1 ที่พักมีความสวยงาม	4.85	.43	มากที่สุด
1.2 ที่พักมีความสะอาด เป็นระเบียบ	4.76	.49	มากที่สุด
1.3 ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น สัญญาณ wifi สระว่ายน้ำ น้ำดื่ม ทีวี เครื่องทำน้ำอุ่น	4.31	.55	มาก
1.4 ที่พักมีมาตรการที่เข้มงวดในการป้องกันการแพร่ระบาดของ ไวรัสโควิด-19	4.82	.42	มากที่สุด
2. ราคา (Price)			
2.1 มีการกำหนดราคาที่พักชัดเจน	4.67	.47	มากที่สุด
2.2 ความเหมาะสมของราคาค่าใช้จ่ายของการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ค่าเช่าเรือไปยังเกาะต่างๆ ค่าอุปกรณ์ดำน้ำ ค่าอาหารบนเรือ ฯลฯ เป็นต้น	4.77	.42	มากที่สุด
2.3 ราคาที่พักมีราคาให้เลือกหลายระดับ	4.42	.49	มาก
2.4 ราคาที่พักมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับที่พักแห่งอื่น	4.58	.55	มากที่สุด
3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
3.1 ที่พักมีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น ราคาที่พักรวมอาหารเช้า มี ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ เป็นต้น	4.68	.65	มากที่สุด
3.2 ที่พักเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ เช่น โครงการ เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น	4.68	.59	มากที่สุด
3.3 สามารถคืนที่พักได้โดยไม่เสียค่าธรรมเนียม	4.58	.66	มากที่สุด
3.4 ที่พักมีการนำเสนอส่วนลด และผ่อนชำระได้ในระยะสั้น เช่น 6 เดือน - 10เดือน โดยไม่เสียดอกเบี้ย	4.38	.80	มาก

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)			
4.1 ที่พักมีการบริการจองล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น Agoda Booking trivago เป็นต้น	4.69	.53	มากที่สุด
4.2 ระบบบริการจองที่พักมีความรวดเร็ว และทำการได้ง่าย	4.68	.53	มากที่สุด
4.3 มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น i-banking บัตร เครดิตร จ่าย ณ วันที่เข้าพัก เป็นต้น	4.88	.38	มากที่สุด



ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D	การแปล ความหมาย
4.4 ที่พักรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ จอที่ พิกล่องหน้าได้ในราคาพิเศษ	4.31	.88	มาก
5. บุคลากร (People)			
5.1 บุคลากรให้บริการมีกิริยาทักเรียนร้อย บริการด้วยความยิ้ม แย้ม แจ่มใส สุภาพ และเป็นมิตร	4.65	.57	มากที่สุด
5.2 บุคลากรมีทักษะในการให้บริการมีจิตบริการ (SERVICE MIND)	4.88	.38	มากที่สุด
5.3 บุคลากรมีทักษะในการสื่อสาร มีความกระตือรือร้น เมื่อ ต้องการความช่วยเหลือ	4.85	.40	มากที่สุด
5.4 บุคลากรให้บริการด้วยความรวดเร็ว	4.66	.50	มากที่สุด
6. กระบวนการทำงาน (Process)			
6.1 มีการจัดแบ่งการให้บริการอย่างเป็นสัดส่วน เช่น การจัดเตรียมที่จอดรถ ห้องอาหาร product	4.84	.54	มากที่สุด
6.2 มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.69	.56	มากที่สุด
6.3 มีการบริการอย่างถูกต้องตรงความต้องการของลูกค้า	4.83	.57	มากที่สุด
6.4 มีการให้บริการแก่ลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาการแก้ปัญหาอย่างถูก วิธี	4.83	.55	มากที่สุด
7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)			
7.1 สภาพแวดล้อมภายนอกที่พัก เช่น สิ่งปลูกสร้างอยู่ในสภาพดี	4.75	.56	มากที่สุด
7.2 การตกแต่งโดยรอบของที่พักสะอาด สวยงาม	4.88	.41	มากที่สุด
7.3 มีจุดชมวิวสำหรับถ่ายรูป	4.77	.46	มากที่สุด
7.4 ที่พักมีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขได้เช่น ที่พัก ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (SHA)	4.65	.54	มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ วุฒิการศึกษา ภูมิลำเนา ที่มีความแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดตราดแตกต่างกัน สรุปดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ และรายได้ ที่มีความแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ วุฒิการศึกษา และภูมิลำเนา ที่มีความแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดตราด แตกต่างกัน



2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 Coefficients ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P-value
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.612	.188		8.573	.000
ผลิตภัณฑ์	.199	.098	.164	2.022	.044
ราคา	-.150	.062	-.097	-2.425	.016
การส่งเสริมการตลาด	.268	.046	.287	5.885	.000
ช่องทางการจัดจำหน่าย	-.067	.056	-.058	-1.197	.232
บุคลากร	.187	.082	.152	2.280	.023
กระบวนการทำงาน	.827	.047	.939	17.661	.000
ลักษณะทางกายภาพ	-.615	.051	-.592	-12.052	.000

a. Dependent Variable:

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.199$, $t = 2.022$, $P\text{-value} = 0.000$) ราคา ($\beta = -.150$, $t = -2.425$, $P\text{-value} = .044$) การส่งเสริมการตลาด ($\beta = .268$, $t = 5.885$, $P\text{-value} = .000$) บุคลากร ($\beta = .187$, $t = 2.280$, $P\text{-value} = .023$) กระบวนการทำงาน ($\beta = .827$, $t = 17.661$, $P\text{-value} = .000$) และลักษณะทางกายภาพ ($\beta = -.615$, $t = -12.052$, $P\text{-value} = .000$) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราดภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = -.058$, $t = -1.197$, $P\text{-value} = .232$) ไม่มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจเลือก

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราด โดยเหตุผลหลักในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดตราด พบว่า ส่วนใหญ่มาพักผ่อน ระยะเวลาที่จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้าง 1 คืน ตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในฤดูร้อน และแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนไทยในช่วงก่อนโควิด-19 มีเป้าหมายเพื่อพักผ่อนคลายความเครียด ให้รางวัลกับตัวเองต้องการท่องเที่ยวเพื่อเปิดโลก เรียนรู้ทักษะ วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อมใหม่สร้างความสัมพันธ์ร่วมกับคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัววัตถุประสงค์หลัก ที่ทำให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุต่าง ๆ แต่ปัจจัยกระตุ้นด้านการท่องเที่ยวพบว่า



มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มอายุ ปัจจัยกระตุ้นให้ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 18-25 ปี คือ ต้องการพักผ่อน สร้างประสบการณ์ใหม่ และสามารถท่องเที่ยวในวันใดก็ได้ไม่จำกัดเวลา นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 30-35 ปี และ 40-50 ปี จะถูกกระตุ้นให้ท่องเที่ยวจากความรู้สึกรักอยากพักผ่อนและสภาพคล่องทางการเงิน และส่วนใหญ่สามารถท่องเที่ยวเวลาใดก็ได้ตามความสะดวกสอดคล้องกับการวิจัย Mansfeld (1992) ได้เสนอแนะว่าการวิจัยเกี่ยวกับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวควรพิจารณาจาก ความชอบที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมเลือกจึงจริงว่ามีความสอดคล้องกัน ทั้งนี้ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤษภาคม-ตุลาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นการเที่ยวหลังโควิด-19 พบว่าคนไทยนิยมเที่ยวกับครอบครัว และเที่ยวกับเพื่อน มักจัดรูปแบบหรือการวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง โดยอาศัยข้อมูลข่าวสารจากช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ส่วนการเตรียมการท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่จองบริการทางการท่องเที่ยวด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านเครื่องมือ/ช่องทางที่ใช้ระหว่างการท่องเที่ยวในทุกกลุ่มจะนิยมใช้แอปพลิเคชันเป็นส่วนใหญ่

2. การตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทำการศึกษาหาข้อมูลเพื่อที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดตราดภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รองลงมา คือ 1) การตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ในช่วงการแพร่ระบาดของภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เนื่องจากมีโปรโมชั่น ส่วนลด และไม่มีคนพลุกพล่าน การตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดตราด 2) เนื่องจากที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ราคาถูก และการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดตราด เนื่องจากมั่นใจในมาตรการความปลอดภัยของจังหวัดตราด สอดคล้องกับ การะเกด แก้วมรกต (2554) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในระยะเวลา ความปลอดภัย สุขอนามัย และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

3. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราดภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มากที่สุด ส่วนปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดตราด ซึ่งอาจเป็นเรื่องประจวบเหมาะับลักษณะการท่องเที่ยวในประเทศไทยช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่นิยมเน้นการท่องเที่ยวแบบประหยัดมากกว่าการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury) จึงส่งผลให้ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความปลอดภัย ปฏิบัติตามมาตรฐาน SHA ได้รับความนิยม ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายมีทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับการวิจัยของ วาสิตา คลองตาล (2554) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมแตกต่างกัน และสอดคล้องกับชลธิชา เตชะวิชรมงคล (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้าน



การส่งเสริมการตลาด โดยด้านที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1) รีสอร์ทควรมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ กล่าวคือ การปิดตัวชั่วคราวเพื่อลดผลกระทบจากรายจ่าย การปรับระดับราคาห้องพักให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้าคนไทยเพื่อสร้างรายได้ให้ต่อเนื่อง และกลยุทธ์ด้านการขายห้องพัก ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดทั้งนี้ ประเด็นการเข้าร่วมโครงการ SHA เป็นเครื่องส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมั่น ในมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย ควบคู่ไปกับความพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและ ธุรกิจ เพื่อช่วยผลักดันกลยุทธ์การปรับตัวของรีสอร์ทให้สามารถดำเนินต่อไป

2) ผู้ประกอบการรีสอร์ทควรมองหาวิธีการสร้างรายได้ในรูปแบบอื่น ๆ โดยความเชี่ยวชาญที่มีอยู่มา บริหารให้เกิดประโยชน์ อย่างไรก็ตามลักษณะกายภาพของรีสอร์ทก็เป็นส่วนสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม เนื่องจาก การศึกษาพบว่ามียอดการจองห้องพัก และการปรับราคาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยดำเนินงานภายใต้ระยะเวลาที่จำกัด ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างไรก็ตามมี ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงสำหรับงานวิจัยที่ต้องการศึกษาในอนาคตดังนี้

ประเด็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบทางระบบออนไลน์ดังนั้นทำให้ไม่สามารถ รับรู้ถึงความรู้สึกที่แท้จริงของผู้ตอบได้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ*. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2564, จาก <https://trat.mots.go.th/>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถิตินักท่องเที่ยว ปี2561*. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2564, จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=504&filename
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การะเกด แก้วมรกต. (2554). *ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ชลธิชา เตชะธรรมมงคล. (2559). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์* (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2552). *การจัดการการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่10. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2558). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.



- วาสิตา คลองตาล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. (2564). สถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศปี 2564. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2564, จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/inbound-tourism-situation-2021/>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตราด. (2564). สรุปสถานการณ์พักรม จำนวนผู้เยี่ยมชม และรายได้จากผู้เยี่ยมชม เดือนมกราคม - ธันวาคม 2563. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2564, จาก https://trat.mots.go.th/more_news.php?page=2&cid=45
- สำนักงานจังหวัดตราด. (2561). แผนงานบูรณาการส่งเสริมการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดตราด. ตราด: สำนักงานจังหวัดตราด.
- สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- Jones, L. (1984). An Interactive View of Reading: Implication for the Classroom. *The Reading Teacher*, 35, 724-777.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. (12th Ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mansfeld, Y. (1992). From Motivation to Actual Travel. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 399-419.



พฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี

Organic Rice Consumption Behavior of Consumers in Min Buri Area

ชัยเดช ช่างเพียร

Chaidet Changpian

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
Master Student of Business Administration, Kasem Bundit University, Thailand
E-mail: chaidet.c@gmail.com

Received: June 13, 2022

Revised: June 22, 2022

Accepted: June 25, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี 3) เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรีจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี การศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณ ตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และข้อมูลที่รวบรวมได้ประมวลผลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test , One-way ANOVA, Correlation และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิก พบว่าส่วนมากนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิ เหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิกเพราะดีต่อสุขภาพ ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิกจากผู้จัดจำหน่ายข้าว ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกคือตัวเอง เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่จากร้านขายข้าวสาร 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคข้าวในเขตมินบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ด้านผลิตภัณฑ์ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านราคา 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมบริโภคข้าวออร์แกนิกแตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด (Sig = 0.002) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการบริโภคข้าวออร์แกนิก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์, ออร์แกนิก, การส่งเสริมทางการตลาด



Abstract

The objective of this research were to study: 1) the organic rice consumption habits of consumers in Min Buri district, 2) the market contribution factors in consumers' organic rice consumption in Min Buri district, 3) compare the organic rice consumption habits of consumers in Min Buri district, classified by personal information, 4) the market contribution factors that affect the organic rice consumption habits of consumers in Minburi. Select a sample of 400 people using the questionnaire as a study tool and process the collected data using percentage statistics and average t-test ANOVA analysis using F-test, (One-way ANOVA), Correlation and Multiplies Regression Analysis.

The study found that: 1) the organic rice consumption habits showed that most people prefer to consume jasmine rice, the reasons why they chose to consume organic rice, the most healthy. Received information about organic rice through which channel was most through distributors. Those who influence the decision to consume organic rice are themselves. Buy organic rice products at rice stores. 2) the market mix factors of organic rice consumption habits of rice consumers in Min Buri district was at the most significant level. The priorities as follows: product, promotion, place and price 3) hypothesis test results It was found that different personal data had different organic rice consumption behavior, not in accordance with the assumption 4) Marketing mix factors, Marketing promotion (Sig= 0.002) had an influence on organic rice consumption behavior at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: Product, Organic, Promotion

บทนำ

ข้าว เป็นเมล็ดของพืชในสกุลข้าวที่พบมากในเอเชีย ชื่อวิทยาศาสตร์: *Oryza sativa* ข้าวเป็นธัญพืชซึ่งประชากรโลกบริโภคเป็นอาหารสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทวีปเอเชีย ข้าวเป็นธัญพืชสำคัญที่สุดในด้านโภชนาการและการได้รับแคลอรีของมนุษย์ ข้าวสามารถโตได้เกือบทุกที่ แม้นบนเนินชันหรือเขตภูเขาที่ใช้ระบบควบคุมน้ำแบบขั้นบันได แม้ว่าสปีชีส์บุพการีของมันเป็นสิ่งพื้นเมืองของเอเชียและส่วนที่แน่นอนของแอฟริกา ร้อยปีของการค้าขายและการส่งออกทำให้มันสามัญในหลายวัฒนธรรมทั่วโลก วิธีแบบดั้งเดิมสำหรับเตรียมดินสำหรับข้าวคือทำให้น้ำท่วมแปลงชั่วคราวหนึ่งหรือหลังจากการตั้งของต้นกล้าอายุน้อย วิธีเรียบง่ายนี้ต้องการการวางแผนที่แข็งแรงและการให้บริการของเขื่อนและร่องน้ำ แต่ลดพัฒนาการของเมล็ดที่ไม่ค่อยแข็งแรงและวัชพืชที่ไม่มีภาวะเติบโตขณะจมน้ำ และยับยั้งศัตรูพืช ขณะที่การทำให้น้ำท่วมไม่จำเป็นสำหรับการเตรียมดินสำหรับเพาะปลูกข้าว วิธีทั้งหมดในการชลประทานต้องการความพยายามสูงกว่าในการควบคุมวัชพืชและศัตรูพืชระหว่างช่วงเวลาการเจริญเติบโตและวิธีที่แตกต่างสำหรับใส่ปุ๋ยลงดิน (ธนวัฒน์ ศรีติสาร, 2561)



การศึกษาครั้งนี้จะนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องส่วนประสมทางการตลาด มาเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งราคาและช่องทางและผลิตภัณฑ์ที่มาจากข้าวออร์แกนิกทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยด้านต้นน้ำนั้นเกี่ยวกับการเพาะปลูกข้าว หรือกลุ่มเกษตรกรที่ทำนาข้าว ด้านกลางน้ำหมายถึง กลุ่มโรงสีข้าว และส่วนปลายน้ำหมายถึงกลุ่มผู้ค้าข้าวหรือผู้จัดจำหน่ายข้าว โดยจะพิจารณาถึงบทบาทหน้าที่ของแต่ละสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานในปัจจุบันและสร้างแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้แก่สหกรณ์ข้าวที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริงได้รวมถึงการสร้างความร่วมมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มเกษตรกรที่ทำนาข้าว ให้เกิดประสิทธิภาพทั้งระบบและเพิ่มศักยภาพในห่วงโซ่อุปทานของข้าว (ธนวัฒน์ ศรีติสาร, 2561)

จากข้อมูลข้างต้นผู้ศึกษาสนใจศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขต มินบุรี เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สนใจในการนำผลจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้หรือ ปรับปรุงและพัฒนาการจัดจำหน่ายข้าวออร์แกนิกให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี

สมมติฐานการศึกษา

1. ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวออร์แกนิกแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวออร์แกนิกในเขตมินบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหาผู้ศึกษา ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรีอาศัยทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค (6W1H)
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ศึกษาจากผู้ซื้อข้าว เลือกตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา เริ่มต้นเดือนพฤศจิกายน 2564 – กุมภาพันธ์ 2565



การทบทวนวรรณกรรม

ส่วนประสมทางการตลาด

Kotler and Keller (1997 อ้างอิงใน เปรมกมล หงษ์ยนต์, 2562) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด กลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า แต่เดิม ส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ต่อมาได้มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านธุรกิจการให้บริการ จึงเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้า และบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สุปัญญา ไชยชาญ (2550) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ ศิริรินทร์ และภาวนา สอนพลู (2552) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ธนกฤต วันตะเมธ (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทั้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค

ปณิศา มีจินดา (2553) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง กับบุคคลหรือกลุ่ม ในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

เสรี วงษ์มณฑา (2542 อ้างถึงใน กานต์กนิษฐ์ สุวิสุทธิกุล, 2561) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง เมื่อผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งนั้น จะต้องมีการตัดสินใจตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งกระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภค สามารถอธิบายเป็นขั้นตอนได้ คือ การมองเห็นปัญหา การแสวงหาภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี เป็นการศึกษาทางวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-square และ Multiple Regression Analysis มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้



ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรีคือผู้ซื้อข้าวเลือกตัวอย่างจำนวน 400 ราย การศึกษาในครั้งนี้ ใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Sample size) แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ของ Cochran, W. G. ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการคำนวณ จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลไม่สมบูรณ์ครบถ้วน ทางผู้ศึกษาจึงได้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีโครงสร้างแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสอบถามในเรื่องเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีระดับการวัดดังนี้ เพศ อาชีพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงลำดับหรืออันดับ (Ordinal Scale) เป็นการวัดข้อมูลเพื่อจัดแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามคุณสมบัติที่กำหนด โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ แต่ผู้ตอบสามารถเลือกตอบเพียงข้อเดียว ข้อมูลที่วัดได้ในระดับนี้ใช้สถิติอย่างง่ายในการคำนวณคือ ค่าร้อยละ โดยในส่วนข้อมูลส่วนที่ 1 ประกอบด้วยจำนวนคำถามทั้งสิ้น 6 ข้อ มีลักษณะ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรีเป็นการวัดข้อมูลเพื่อจัดแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามคุณสมบัติที่กำหนด โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ แต่ผู้ตอบสามารถเลือกตอบเพียงข้อเดียว ข้อมูลที่วัดได้ในระดับนี้ใช้สถิติอย่างง่ายในการคำนวณคือ ค่าร้อยละ โดยในส่วนข้อมูลส่วนที่ 3 ประกอบด้วยจำนวนคำถามทั้งสิ้น 18 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

การตรวจสอบแบบสอบถาม

1. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)
2. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะแล้ว ทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 40 คน



4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์ จำแนกแล้วมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัต (Cronbach's alpha coefficient)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์ ได้มีวิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งต่างๆ ทั้งตำรา เอกสารและผลการศึกษาวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย และรับกลับคืนมาด้วยตนเอง ดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อย เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ ครบถ้วน และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการประมวลผลข้อมูล ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและตัวแปรต่าง ๆ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ คือ Chi-square และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31- 40 ปีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพผู้รับจ้าง/ พนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท

1) พฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี

ลำดับ	ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ประเภทของข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภค		
	ข้าวหอมมะลิ	184	46
2	เหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิก		
	มีผลดีต่อสุขภาพ	238	59
3	ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิกผ่านช่องทางใด		
	ได้รับข้อมูลผ่านผู้จัดจำหน่าย	202	50
4	ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด		
	ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง	190	47
5	เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ใด		
	ร้านขายข้าว	221	55

จากตารางที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จำแนกเหตุผลดังนี้

1. ประเภทของข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภคมากที่สุดคือข้าวหอมมะลิจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองมาประเภทข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภคข้าวกล้องแดงจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ประเภทข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภคข้าวกล้องหอมจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ประเภทข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่เป็นจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 4.5 ประเภทข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภคน้อยที่สุดคืออื่น ๆ เป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

2. เหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด คือดีต่อสุขภาพจำนวน 238 คนคิดเป็นร้อยละ 59.4, รองมาเหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิกหาทานง่ายจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5, เหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิกราคาถูกจำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 12.3, เหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิกค่านิยมจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

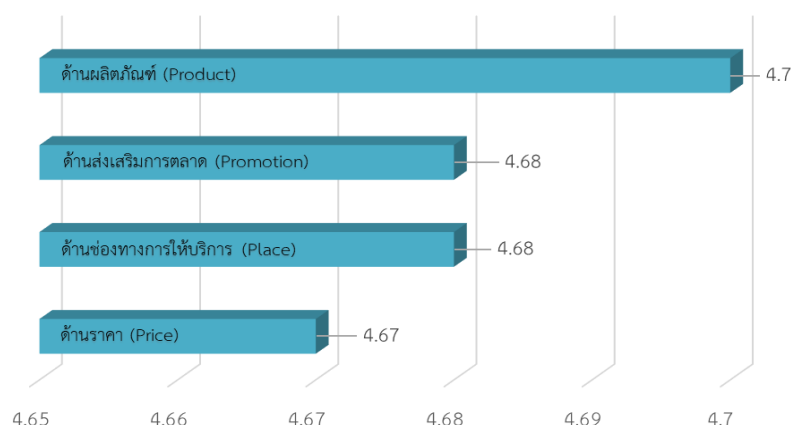
3. ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิกผ่านช่องทางใดมากที่สุด คือผ่านผู้จัดจำหน่ายจำนวน 202 คนคิดเป็นร้อยละ 50.4 รองมาท่านที่เลือกช่องทางออนไลน์ เช่น Website, Facebook จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ท่านที่เลือกช่องทางการบอกต่อเป็นจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

4. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด เป็นตัวท่านเองจำนวน 190 คนคิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกเป็นบุคคลในครอบครัวจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกเป็นเพื่อนจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกน้อยที่สุดคนอื่นแนะนำเป็นจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

5. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ใด เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ร้านขายข้าวมากที่สุด เป็นจำนวน 221 คนคิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ห้างสรรพสินค้าจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ร้านสะดวกซื้อเป็นจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี

ตารางที่ 2 รวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี





พบว่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคชาวในเขตมินบุรีภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านราคา ตามลำดับมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 4 รายการเรียงลำดับดังนี้ ปริมาณที่บรรจุมีความเหมาะสม ข้าวออร์แกนิกผ่านมาตรฐานการรับรอง ข้าวออร์แกนิกมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

3.2 ด้านราคา (Price) ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 3 รายการเรียงลำดับดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารมีราคาบอกชัดเจน ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ตามลำดับ

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 3 รายการเรียงลำดับดังนี้ จัดจำหน่ายที่ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 สามารถสั่งผ่านออนไลน์ จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ

3.4 ด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 3 รายการเรียงลำดับดังนี้ มีการใช้ส่วนลดหรือของแถมให้ในโอกาสต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ มีการประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น การออกบูธ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ตามลำดับ

3) การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ผลการวิจัย พบว่า

เพศของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกในด้านประเภทของข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภค ด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิก ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด ด้านท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ใด แตกต่างกัน และเพศของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิก และด้านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิกผ่านช่องทางใด ไม่แตกต่างกัน

อายุของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกในด้านประเภทของข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภค ด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิก ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด ด้านท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ใด แตกต่างกัน และอายุของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิก และด้านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิกผ่านช่องทางใด ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพทางครอบครัวของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกในด้านประเภทของข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภค ด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิก ด้านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิกผ่านช่องทางใด ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด แตกต่างกัน และสถานภาพทางครอบครัวของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิก และด้านท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ใด ไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกในด้านประเภทของข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภค ด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิก ด้านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิก



ผ่านช่องทางใด ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด และด้านท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ใด แตกต่างกัน

อาชีพของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกในด้านประเภทของข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภค ด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิก ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด และด้านท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ใด แตกต่างกัน และอาชีพของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิก ในด้านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิกผ่านช่องทางใด ไม่แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคแตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกในด้านประเภทของข้าวออร์แกนิกที่นิยมบริโภค ด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคข้าวออร์แกนิก ด้านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าวออร์แกนิกผ่านช่องทางใด ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวออร์แกนิกมากที่สุด และด้านท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่ใด แตกต่างกัน

4) การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิก ของผู้บริโภคในเขตมินบุรี

ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.687	.307		12.007	.000
ด้านผลิตภัณฑ์	.254	.170	.202	1.490	.137
ด้านราคา	.257	.182	.213	1.411	.159
ด้านสถานที่การให้บริการ	-.062	.203	-.050	-.304	.761
ด้านส่งเสริมการตลาด	.429	.139	.337	3.082	.002*

*ระดับนัยสำคัญ.05, **ระดับนัยสำคัญ.01

จากตารางที่ 4 อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกกับความถี่ในการบริโภคต่อเดือน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด (Sig = 0.002) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการบริโภคข้าวออร์แกนิก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรีมีประเด็นที่จะอภิปรายผลดังนี้

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคชาวในเขตมินบุรีด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธิดา ภูศรี, ชนม์ณัฐชา กังวานสุขพันธ์ (2563) วิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดสุรินทร์วัตถุประสงค์เพื่อ



ศึกษาพฤติกรรมการซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดสุรินทร์ ผลวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลในการซื้อข้าวอินทรีย์จากพนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่าย บริโภคข้าวอินทรีย์ต่อเดือน เดือนละ 5 กิโลกรัมขึ้นไป โดยมีแหล่งที่ซื้อจากห้างสรรพสินค้า มีความถี่ในการซื้อข้าวอินทรีย์ 5 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป และพบว่าส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับสำคัญมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นคนละพื้นที่จึงทำให้ผลการสำรวจระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดจึงมีความแตกต่างกัน

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคข้าวในเขตมินบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา บุรณะกุล ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ ธนากร รัชตกุลพัฒน์ ผุสสดี วัฒนเมธา วิรลพัชร อัสมกีนพงศ์ (2562) วิจัยเรื่องการตัดสินใจซื้อข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อข้าวออร์แกนิกและเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการบริโภค ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ผู้บริโภคซื้อข้าวออร์แกนิกเพราะมีคุณค่าทางอาหาร ข้าวที่ซื้อมากที่สุดคือข้าวไรซ์เบอร์รี่ และซื้อตามซูเปอร์มาร์เก็ต ข้อมูลที่ต้องการรู้คือประโยชน์ของข้าวออร์แกนิก สื่อที่ได้รับข้อมูลมากที่สุดคืออินเทอร์เน็ต ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน (4 P's) โดยด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความสำคัญมากที่สุด

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคข้าวในเขตมินบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของวรัญญา ทิพย์มณฑา (2559) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารกลึงการวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารกลึงบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม โดยผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-49 ปี สถานภาพส่วนบุคคล โสด ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000- 30,000 บาท และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก

4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคข้าวในเขตมินบุรี ด้านส่งเสริมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพรรณภัทร มะกรุดทอง และยุพร ศุภรัตน์ (2564) วิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคและการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารออร์แกนิกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อ หาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการบริโภคอาหารออร์แกนิกกับการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยประกอบอาหารออร์แกนิกทาน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับสำคัญมาก สาเหตุที่ไม่สอดคล้องเนื่องจากสินค้าที่ทำการศึกษอาหารออร์แกนิกกับข้าวออร์แกนิกการดำเนินการส่งเสริมทางการตลาดจะไม่เหมือนกัน



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้จำหน่ายข้าวออร์แกนิก

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจำหน่ายข้าวออร์แกนิกควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกข้าวออร์แกนิกที่มีคุณภาพผ่านการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือมาจัดจำหน่าย และให้คำแนะนำผู้ผลิตในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดที่เหมาะสมประมาณถุงละ 1 กิโลกรัม มีข้อความรายละเอียดการเพาะปลูกและประโยชน์

1.2 ด้านราคา ผู้ประกอบการจำหน่ายข้าวออร์แกนิกควรระบุราคาข้าวให้ชัดเจนแตกต่างตามคุณภาพและชนิดของข้าวออร์แกนิกของข้าวออร์แกนิกเพื่อสร้างความน่าสนใจ

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการจำหน่ายข้าวออร์แกนิกควรจัดวางข้าวออร์แกนิกให้มองเห็นได้ชัดเจน

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการจำหน่ายข้าวออร์แกนิกควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภคทดลองซื้อไปรับประทาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับเกษตรกรผู้ปลูกข้าว

2.1 ควรมีการส่งเสริมให้มีการดำเนินการพัฒนาเกษตรกรด้านการพัฒนาการทำนาข้าวอินทรีย์ต่อเนื่องโดยจัดฝึกอบรมหรือประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นช่วง ๆ เพื่อให้เกษตรกรได้มีโอกาสนำปัญหาในการปฏิบัติการทำนาข้าวอินทรีย์มานำเสนอและร่วมกันแก้ปัญหา ตลอดจนจะได้ทราบ ความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

2.2 ควรใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาเกษตรกรด้านการทำนาข้าวอินทรีย์ที่หลากหลาย นอกเหนือจากการศึกษาดูงานการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การมอบหมายงาน และการนิเทศติดตาม เช่น การตั้งกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้ปรึกษาด้านการทำนาข้าวอินทรีย์ เป็นต้น

2.3 ควรทำการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการในประเด็นที่เป็นปัญหาอีกครั้งโดยเฉพาะ เช่น การทำปุ๋ยอินทรีย์ การควบคุมและกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น

2.4 ควรเพิ่มพื้นที่ในการศึกษาโดยทำการส่งเสริมการนำกระบวนการ ทำนาข้าวอินทรีย์ที่ได้จากการศึกษาไปทดลองใช้ในแปลงนาของเกษตรกรในชุมชน

2.5 ควรส่งเสริมด้านจิตสำนึกถึงปัญหาด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และความพอเพียง เพื่อให้เกษตรกรมองเห็นถึงประโยชน์อย่างแท้จริง จึงจะทำให้เปลี่ยนแนวคิดมาทำนาอินทรีย์อย่างถูกต้อง

เอกสารอ้างอิง

กานต์กนิษฐ์ สุวิสุทธิกุล. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้าน Multi-Label Store แทนการซื้อผ่านช่องทาง Instagram (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ธนภฤต วันตะเมธ. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ในการสื่อสารการตลาด (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



- ธนิดา ภูศรี และชนม์ณัฐชา กังวานสุขพันธ์. (2563). พฤติกรรมการซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 4(1), 1-13.
- ธนวัฒน์ ศรีติสาร. (2561). *ห่วงโซ่อุปทานการผลิตข้าวหอมมะลิจากทุ่งกุลาร้องไห้* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เปรมกมล หงส์ยนต์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- พรรณภัทร มะกรุดทอง และยุพร ศุทธรัตน์. (2564). พฤติกรรมการบริโภคและการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 18(2), 48-61.
- วรัญญา ทิพย์มณฑา. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัด นครปฐม* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2550). *การบริหารการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: พี.เอ.อี.พี.
- สุวัฒน์ ศิริรินทร์ และภavana สอนพลู. (2552). *นโยบายองค์กร: ที่มาและวิวัฒนาการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท.
- อารยา บุรณะกุล และคณะ. (2562). การตัดสินใจซื้อข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัย และนวัตกรรม สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร*, 2(2), 109-116.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: Wiley & Sons.



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)

ในจังหวัดชุมพร

Factors influencing the decision to purchase products from traditional retail stores (Sho Huay) in Chumphon Province

รดา ช่างเพียร

Rada Changpian

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Master Student of Business Administration. Kasem Bundit University, Thailand

Email: Radachangpian098074@gmail.com

Received: December 15, 2022

Revised: December 24, 2022

Accepted: December 25, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร 2) การตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วย 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วย 5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ที่เคยมาใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test, One-way ANOVA, Correlation และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ 2) การตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านค้นหาข้อมูล และด้านการประเมินผลทางเลือก ตามลำดับ 3) เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วย ไม่แตกต่างกัน 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในทิศทางเดียวกัน 5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยมี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค, ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps), ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)



Abstract

Educational objectives to study: 1) marketing mix factors in using traditional retail in Chumphon province. 2) the decision to use traditional retail. 3) compare the decision to use traditional retail classified by personal information. 4) the relationship between market contribution factors that influence the decision to use traditional retail 5) the market contribution factors that influence the decisions that influence the decision to use traditional retail, select samples of 400 people using questionnaires as a study tool and process the collected data. And using the collected data processed using percentage statistical values, average, t-test, ANOVA analysis uses F-test, One-way ANOVA, Correlation and Multiiple Regression Analysis.

The result of the analysis revealed that 1) the overall marketing mix factors was at the highest level, physical evidence, product, place, people, process, promotion and price, respectively 2) the overall decision to use traditional retail was at a high level, problem recognition, post purchase behavior, purchase decision, information search and evaluation of alternatives, respectively 3) gender, age, education level, income and career different people have decided to use the service of traditional retail no difference 4) the overall marketing mix there was a relationship with the decision to use traditional retail service in the same direction. 5) the marketing mix factors affecting the decision affecting the decision to use traditional retail service are 6 aspects: product, price, promotion, people, process and physical Evidence. As for place, it has no effect on decision.

Keywords: Consumer Behavior, Marketing Integration (7Ps), Traditional Retail (Grocery)

บทนำ

โชห่วยตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้นิยามไว้ว่า “โชห่วย คือ ร้านขายของชำ” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) เป็นคำที่มาจากภาษาจีนแต้จิ๋วที่สามารถอ่านได้ว่า โชห่วย ซึ่งหมายถึง สินค้าพื้น ๆ ที่ใช้กินใช้สอยประจำวัน ส่วนในภาษาจีนแต้จิ๋วใช้คำว่าร้านจับห่วยซึ่งหมายถึงร้านสารพัดสินค้าหรือจะเรียกให้ไพเราะขึ้นมาน้อยก็เรียกว่าร้านหลากหลายสินค้า ในญี่ปุ่นร้านลักษณะนี้เรียกว่า โชเต็ง ซึ่งแปลว่าร้านขายของนั่นเอง ร้านโชห่วยในอดีตที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หรือร้านขายของชำ (Grocery Store) หรือที่คนไทยเรียกกันติดปากว่า “ร้านโชห่วย” ถือเป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจไทยตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างพาดิษฐ์เป็นหน้าร้าน มักมีขนาดเล็ก ตั้งอยู่ ในเขตชุมชน มีการบริหารงานแบบครอบครัว เน้นการซื้อมาขายไป และต้องพึ่งพาผู้ผลิตและผู้ค้าส่ง เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม จากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงการเข้ามา ของชาติตะวันตกในช่วงปี พ.ศ. 2500 - พ.ศ. 2518 ส่งผลให้โครงสร้างธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทย เปลี่ยนแปลงไป โดยเกิดธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่



(Modern Trade) ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ซึ่งในสมัยนั้นยังคงมีจำนวนไม่มาก ห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล วังบูรพา และห้างสรรพสินค้าไทยได้มารู ในช่วงปี พ.ศ. 2518 - พ.ศ. 2537 เป็นช่วงที่ประเทศไทยมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (ปฏิกร ทิพย์เลอฤทธิ์, 2558)

ธุรกิจค้าปลีก แบบดั้งเดิมของไทยเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนาน รวมทั้งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของผู้ผลิตในการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย แต่ด้วยภัยคุกคามต่าง ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ตามที่กล่าวมาข้างต้น จึงส่งผลให้ แนวโน้มจำนวนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมลดลง โดยเฉพาะในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม หากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามบริบทของสภาพแวดล้อมที่กำลังเผชิญอยู่และสามารถ พัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น รวมทั้ง หน่วยงานภาครัฐที่พร้อมจะให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง ผู้วิจัยเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าร้านค้าปลีกแบบ ดั้งเดิมจะยังคงมีโอกาสในการอยู่รอดต่อไปในอนาคต (สมพล พุ่มหว่า, 2559)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วย และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยโดยเลือกศึกษาที่จังหวัดชุมพรข้อมูลจากการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร
5. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรที่ต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร อาศัยทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ Philip Kotler ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์





(Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Evidence) และทฤษฎีการตัดสินใจของ Philip Kotler ขั้นตอนการตัดสินใจประกอบไปด้วย การรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Sources) การประเมินผลการเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

2. ด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่เคยมาใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร จำนวน 400 คน

3. ด้านระยะเวลาในการศึกษา เริ่มต้นเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 – กุมภาพันธ์ 2565

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Kotler and Keller (1997 อ้างอิงใน เปรมกมล หงษ์ยนต์, 2562) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด กลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาได้มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านธุรกิจการให้บริการจึงเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix 7Ps)

ทฤษฎีการตัดสินใจ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้หลายประการ ได้แก่ Schiffman & Kanuk (1994 อ้างอิงใน ธนากาญจน์ ดวงใจ, 2559) ได้ให้ความหมายของกระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง การที่ผู้ซื้อตัดสินใจและมีตัวเลือกหลายๆทางและนำตัวเลือกเหล่านั้นมาเปรียบเทียบกับก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตัดสินใจ

ชูชัย สมิทธิกร (2556 อ้างอิงใน ศรีพิพรรธ การุณเมธีวัฒนกุล และธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย, 2560) กล่าวว่า ก่อนเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคจะต้องค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การประเมินทางเลือกต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ฉะนั้นจึงต้องเข้าใจกระบวนการการซื้อว่าอะไรคือสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะซื้อ ผู้บริโภคมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างไร เขาทราบได้อย่างไรว่าผลิตภัณฑ์ไหนเหมาะสมที่สุด และใช้เกณฑ์อะไรในการพิจารณาตัดสินใจว่าตราสินค้าไหนดีที่สุด ซึ่งเป็นกระบวนการก่อนการซื้อและการใช้จริงจะเกิดขึ้น แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจเลือก



ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552 อ้างอิงใน น้ำทิพย์ เนียมหอม, 2560) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ในกระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจะประกอบไปด้วยบุคคลหรือกลุ่มคนที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 บทบาท คือ

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอความคิดที่จะซื้อสินค้าหรือบริการเป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่จะให้คำแนะนำว่าควรซื้อหรือไม่ควรซื้อสินค้า
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) เป็นผู้ที่จะตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า
4. ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้去买ซื้อสินค้า
5. ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ จากแนวการตัดสินใจ สรุปได้ว่า การตัดสินใจ

เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่า จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด โดยมีปัจจัย คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภัทร ไตรเจตน์ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กรณีศึกษา ในตลาดไท ปทุมธานี ผลพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 106 คน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 122 คน และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าภายในร้านเป็นสินค้าที่ทันสมัยและกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน มีสินค้าไว้คอยให้บริการที่หลากหลาย 2) ด้านราคา โดยมีการให้ราคาของสินค้าอยู่ในระดับราคาที่ยอมรับได้โดยเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ ราคาของสินค้าเมื่อเทียบกับคุณภาพ หรือปริมาณที่ได้รับมีความเหมาะสม 3) ด้านกระบวนการ ต้องการกระบวนการในการชำระเงินมีความรวดเร็ว กระบวนการคิดราคาและทอนเงินมีความถูกต้องครบถ้วน 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการให้มีการลดแลกแจกแถม และสามารถเปลี่ยนคืนสินค้าได้ 5) ด้านบุคลากร ต้องการให้การบริการที่เอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีความสุภาพเป็นกันเองกับลูกค้า และให้ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า 6) ด้านสถานที่ มีความต้องการร้านค้าตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ทำเลเหมาะสม เดินทางสะดวก และร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าได้ง่าย และ 7) ด้านกายภาพ ต้องการความมีเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชน และการตกแต่งร้านสวยงาม

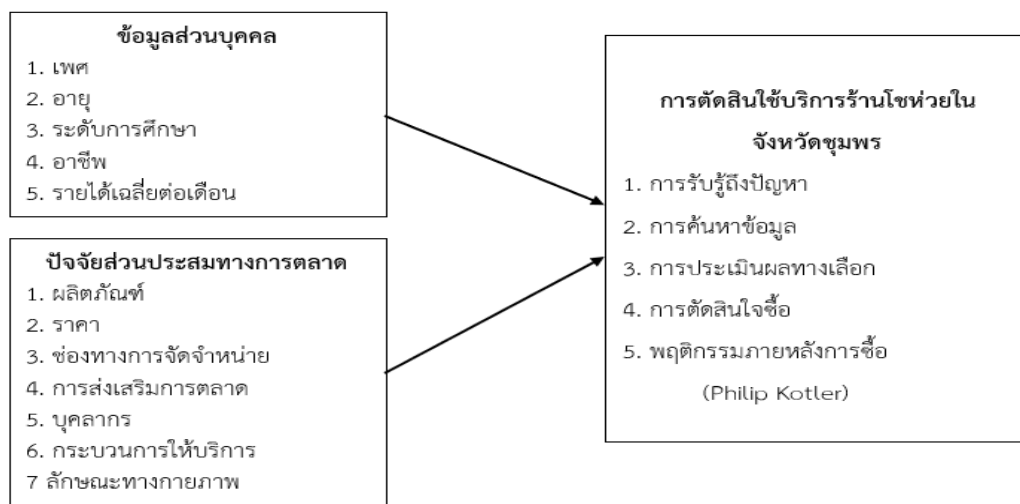
มนีวรรณ บรรลุศิลป์ ปรางทิพย์ เสยกระโทก (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลธาตุพนมอำเภอธาตุพนมจังหวัดนครพนมจำนวน 367 คนเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 222 คนคิดเป็นร้อยละ 60.50 มีอายุระหว่าง 20-30 ปีจำนวน 127 คนคิดเป็นร้อยละ 34.60 ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 158 คนคิดเป็นร้อยละ 43.10 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรับจ้างจำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 22.07 ความคิดเห็นตามแนวคิด



ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่าภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S. D. = 0.55) ด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S. D. = 0.45) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S. D. = 0.59) ด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S. D. = 0.66) ด้านกระบวนการการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.91$, S. D. = 0.69) ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.79$, S. D. = 0.61) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.75$, SD = 0.74)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้ศึกษาได้อาศัยทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps สรุปและประสานเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมโชห่วยในจังหวัดชุมพรของผู้บริโภค มีดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในจังหวัดชุมพร ได้กำหนดวิธีการในการศึกษา ดังนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษครั้งนี้มีแหล่งข้อมูลแยกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากผู้รับบริการร้านโชห่วย โดยให้เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากตำรา รายงานการศึกษา เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และอินเทอร์เน็ต

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้มารับบริการร้านโชห่วย เลือกตัวอย่างจำนวน 400 ราย การศึกษาในครั้งนี้ใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Sample size) แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$\text{สูตร } n = P(1-P)(Z^2)/(e^2)$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าความน่าจะเป็นของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

(ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% z มีค่าเท่ากับ 1.96)

$$\text{แทนค่า } n = (.50)(1-.50)(1.96^2)/(.05^2)$$

$$n = (.5) (.5) (3.8416)/.0025$$

$$n = .9604/.0025$$

$$n = 384.16$$

ในการคำนวณ จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลไม่สมบูรณ์ครบถ้วน ทางผู้ศึกษาจึงได้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้ศึกษาสร้างขึ้นเองมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดจากหนังสือ เอกสาร บทความและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งหลักการและวิธีการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัยตลอดจนกำหนดกรอบแนวความคิดการวิจัย โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา
2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่างแล้วนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปปรับปรุงในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงเพิ่มเติมแล้วไปให้ผู้ชำนาญ 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ชำนาญ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านจากอาจารย์ที่ปรึกษา มาทดสอบใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงมีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 40 คน
6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัต



ตัวแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่การเข้ารับการรักษาย่อยต่อปี ประเภทของการรักษา โดยมีระดับการวัดดังนี้ เพศ อาชีพ ประเภทของการรักษา ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่การเข้ารับการรักษาย่อยต่อปี ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงลำดับหรืออันดับ (Ordinal Scale) แสดงการวัดข้อมูลเพื่อแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามที่กำหนด โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ แต่ผู้ตอบเลือกได้เพียงข้อเดียว ข้อมูลที่วัดได้ใช้สถิติคือ ค่าร้อยละ ประกอบด้วยคำถาม 5 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นข้อความคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม(โชห่วย)ในจังหวัดชุมพร เป็นข้อความคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 4 เป็นข้อมูลข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีอิสระในความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและตัวแปรต่าง ๆ

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ คือ t-test การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test, (One-way ANOVA), Pearson Product Moment Correlation และ Multiple Regression Analysis

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม(โชห่วย)ในจังหวัดชุมพร โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2546) ค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม(โชห่วย) ในจังหวัดชุมพร ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2545)

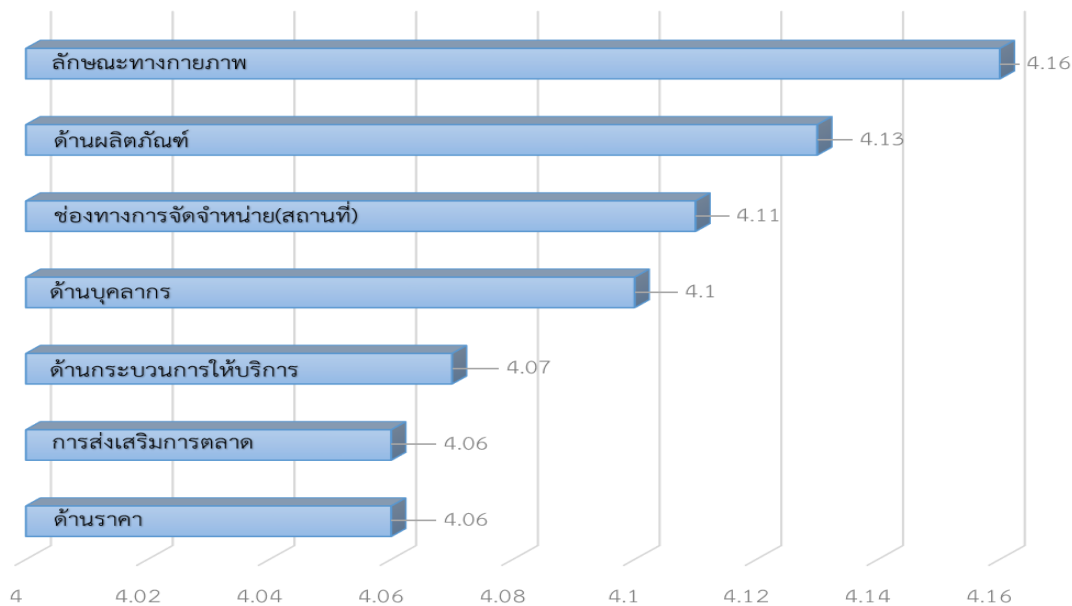
ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในจังหวัดชุมพร ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ผลข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 16-30 ปี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และประกอบธุรกิจส่วนตัว



1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร



ภาพที่ 2 ภาพรวมระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ภาพประกอบที่ 2 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากเรียงลำดับดังนี้ มีสินค้าครบตามความต้องการของลูกค้า สินค้ามีความสะอาดถูกต้องตามหลักมาตรฐาน สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หลายขนาด หลายราคา และสินค้าในร้านมีความทันสมัยกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรด้านราคา ภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากเรียงลำดับดังนี้ราคาของสินค้าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้เมื่อเทียบกับร้านค้าอื่น มีสินค้าราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพอยู่ในปริมาณที่เหมาะสม สินค้ามีป้ายกำกับราคาที่ชัดเจน และราคาสินค้าปรับขึ้นลงตามท้องตลาดอย่างเหมาะสม

ช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากเรียงลำดับดังนี้การตกแต่งร้านค้ามีความปลอดภัย ปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการ ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเดินทางสะดวก และการจัดวางสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าได้สะดวก

การส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากเรียงลำดับดังนี้มีการชิงโชค มีการเปลี่ยนคืนสินค้าเป็นการสื่อสารการตลาดระหว่างนักการตลาดและผู้รับบริการร้านโชห่วย

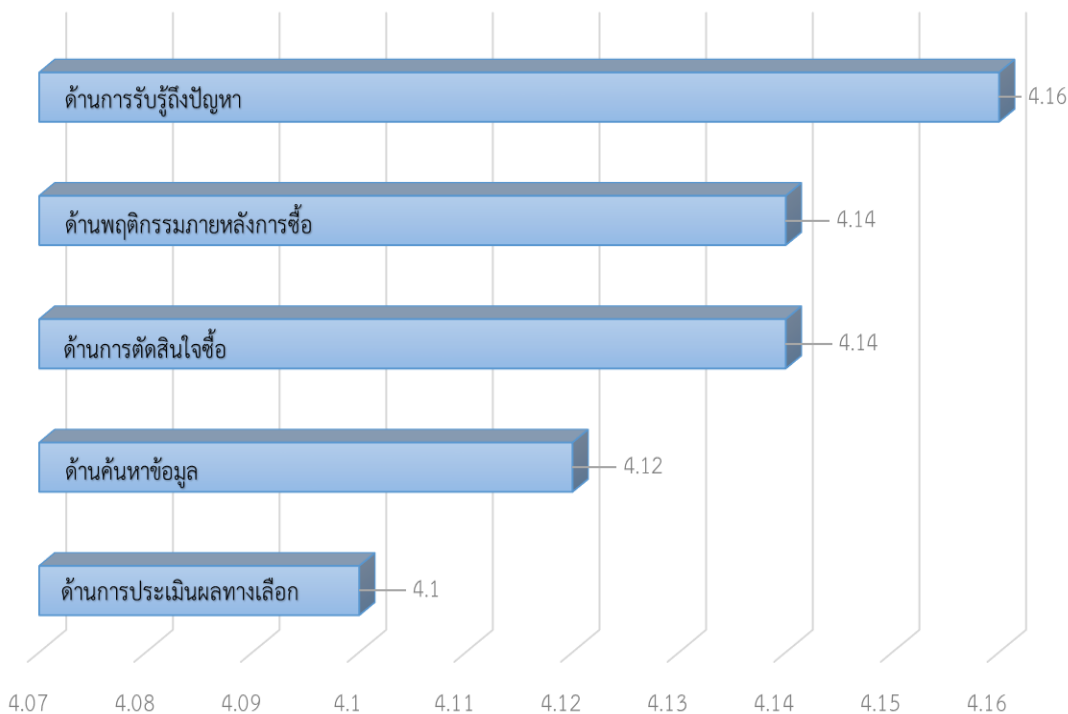


ด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร ด้านบุคลากรภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากเรียงลำดับดังนี้มีความกระตือรือร้นในการบริการ ให้คำแนะนำสินค้าภายในร้านได้เป็นอย่างดี มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และมีการบริการที่เป็นมิตรเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี

ด้านกระบวนการการให้บริการ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรด้านกระบวนการการให้บริการภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญเรียงลำดับดังนี้มีกระบวนการตรวจสอบในการจัดส่งสินค้าก่อนถึงลูกค้า กระบวนการในการชำระเงินมีความรวดเร็ว มีบริการ Delivery จัดส่งถึงบ้านและ มีการให้บริการสะดวกรวดเร็ว

ลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร ด้านลักษณะทางกายภาพภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากการเรียงลำดับดังนี้มีเป็นร้านดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ สะอาดเรียบร้อย และมีพื้นที่ร้านกว้างขวางไม่แออัด

2. การตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร



ภาพที่ 3 แสดงถึงระดับความคิดเห็นการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร

จากภาพประกอบที่ 3 แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร มีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นอยู่ที่ระดับสำคัญมาก ($\bar{X}$ = 4.13) โดยมีรายละเอียดอยู่ในระดับสำคัญมากจำนวน 5 รายการเรียงลำดับดังนี้ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ($\bar{X}$ = 4.16) ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}$ = 4.14) ด้านค้นหาข้อมูล ($\bar{X}$ = 4.12) ด้านการประเมินผลทางเลือก ($\bar{X}$ = 4.1) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในระดับสูงทิศทางเดียวกัน ($r = 0.642$) รายละเอียดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

1) ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์สูงทิศทางเดียวกัน ($r = 0.726$)

2) ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์สูงทิศทางเดียวกัน ($r = 0.686$)

3) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์สูงทิศทางเดียวกัน ($r = 0.661$)

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับตัวบ่งชี้ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์สูงทิศทางเดียวกัน ($r = 0.652$)

5) ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์สูงทิศทางเดียวกัน ($r = 0.624$)

6) ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์สูงทิศทางเดียวกัน ($r = 0.608$)

7) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์สูงทิศทางเดียวกัน ($r = 0.542$)

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน (โชห่วย) ในจังหวัดชุมพร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) เป็นส่วนมากถึง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีเพียงด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพล หุ่นหว้า (2559) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง



การตลาดในการใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรทุกด้าน ภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคล้อย
กับงานวิจัยของ Armstrong & Kotler (2015 อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ, 2560)

2. การตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร ภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับสำคัญมาก
ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผล
ทางเลือก ตามลำดับ ซึ่งผลวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับการวิจัยของ เพ็ญแข สุขสวาท ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์
และณมล วลีประทานพร (2560) ที่ศึกษาเรื่องคุณค่าตราสินค้าที่มีผล ต่อการตัดสินใจใช้เครือข่ายทรูมูฟของลูกค้า
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจใช้เครือข่ายทรูมูฟอยู่ในระดับมาก เมื่อแยก
เป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจใช้เครือข่ายทรูมูฟที่ถูกค่าปฏิบัติมากที่สุดคือ การรับรู้ถึงปัญหา โดยลูกค้า
ทรูมูฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ เลือกซื้อเพราะทรูมูฟการตลาดที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
เช่น แพ็คเก็จที่หลากหลาย สัญญาณที่กว้างไกล ระบบอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว และการมีแอปพลิเคชันที่ทันสมัย
บนโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

3. การเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพรจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล จากผล
การศึกษา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วย
ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการวิจัยของ ลภัสวีณ เลี้ยงเจริญสุข (2560) ที่ทำการวิจัยเรื่องปัจจัย
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย มีผลการวิจัยว่า ปัจจัย
ส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย
ไม่แตกต่างกัน (Sig.> 0.05)

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัด
ชุมพร ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดชุมพร
พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบ
ดั้งเดิม (โชห่วย) ในระดับสูงทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการวิจัยของ อรุณทัย ปัญญา (2562) วิจัยเรื่องปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์(เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม
การตลาด ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ 0.1

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน (โชห่วย) ในจังหวัดชุมพร
พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)
เป็นส่วนมากถึง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ
ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีเพียงด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
จากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับการวิจัยของปฏิกร
ทิพย์เลอเลิศ (2558) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีก
แบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

สินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ปัจจัย เมื่อเรียงลำดับค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของราคาและปัจจัยด้านบุคคลและกระบวนการ ตามลำดับ และช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการร้านโชห่วยแบบดั้งเดิมควรจัดหาสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ สินค้าที่คนในท้องถิ่นมีความต้องการสินค้าที่เป็นที่นิยมในแต่ละช่วงเวลามาวางจำหน่ายในร้าน ไม่นำสินค้าหมดอายุมาวางขาย จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่เลือกซื้อได้ง่ายและสะดวก
2. ผู้ประกอบการร้านโชห่วยแบบดั้งเดิมควรเลือกทำเลที่ตั้งในชุมชนที่มีคนอาศัยหนาแน่นจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในโอกาสที่เหมาะสม
3. ผู้ประกอบการร้านโชห่วยแบบดั้งเดิมควรให้บริการลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์ ใส่ใจต่อลูกค้าจดจำลูกค้าได้ แสดงความมีน้ำใจด้วยการเสนอส่วนลดอย่างเหมาะสมเพื่อสร้างความประทับใจ บริการรับคำสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าให้ถึงบ้านจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นประจำเพื่อสอบถามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอโดยเฉพาะลูกค้าผู้สูงอายุ

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- ธนากาญจน์ ดวงใน. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- น้ำทิพย์ เนียมหอม. (2560). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก.
- นภัทร ไตรเจตน์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กรณีศึกษา ในตลาดไท ปทุมธานี (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปฏิกร ทิพย์เลอฤทธิ์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เปรมกมล หงส์ยนต์ และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน. ออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.



- เพ็ญแข สุขสวาท อีรวินทร์ ภูระธีรานรัชต์ และนฤมล วลีประทานพร. (2560). คุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครือข่ายทรมูฟของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 6(11), 68-82.
- มณีวรรณ บรรลุศิลป์ และปรางทิพย์ เสยกระโทก. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (ร้านโชห่วย). *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 8(2), 1-15.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- ลักสวิณ เลี้ยงเจริญสุข. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 7(1), 187-200.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมพล พุ่งหว่า. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย). *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 41 และนานาชาติ ครั้งที่ 5 วันที่ 8-9 ธันวาคม 2559 ณ ห้องประชุมราชนครินทร์ ชั้น 5 อาคาร 100 ปี สมเด็จพระศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี*, 143-156.
- สรีพิพรรธ การญเมธีวัฒนกุล และธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นสายตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- อรุณทัย ปัญญา. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์(เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.



**ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**
**Administrative Efficiency of Sub-District Administration Administrators in
Phra Pradaeng District, Samut Prakan Province**

อภิวรรณ ปานเนตรแก้ว¹ และ ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวรรณ²
Apiwan Pannatekave¹ and Natnaporn Aeknarajindawat²

สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2}
Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2}
Email: 63563827038@ssru.ac.th¹

Received: October 22, 2022

Revised: December 26, 2022

Accepted: December 27, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 219 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความแปรปรวน t-test, F-test และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการวางแผน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ด้านการประสานงาน ด้านการจัดองค์การ ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ และด้านงบประมาณ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด และ 2) ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารตามความคิดเห็นของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารตามความคิดเห็นของบุคลากร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน รายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การบริหารงาน, องค์การบริหารส่วนตำบล



Abstract

The objective of this study 1) to study the administrative efficiency of sub-district administrators in Phra Pradaeng district. Samut Prakan Province 2) to compare the opinions of personnel towards the administrative efficiency of the administrators of sub-district administrative organizations in Phra Pradaeng District. Samut Prakan Province Classified by personal status is a quantitative research The sample group used in this research was personnel working in sub-district administrative organizations in Phra Pradaeng District. Samut Prakan Province, 219 people used questionnaires as a tool to collect data. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. and variance t-test, F-test and one-way ANOVA test.

The results showed that: 1) administrative Efficiency of Sub-District Administration Administrators in Phra Pradaeng District Samut Prakan Province. The overall average is at a high level. When considering each aspect, it was found that the mean was at a high level in all aspects. In descending order: planning with the highest average, followed by personnel placement. Coordination organization performance reporting nn command or director and budget with the lowest average, and 2) the comparison of the administrative efficiency of the executives according to the opinions of the personnel in the sub-district administrative organization in Phra Pradaeng District Samut Prakan Province. Classified by personal status, it was found that the administrative efficiency of the administrators according to the opinions of personnel in the sub-district administrative organization in Phra Pradaeng district Samut Prakan Province with gender, age, education level, position, work experience different income. There were no significant differences in opinions at the .05 level.

Keywords: Performance, Administration, Sub-District Administration

บทนำ

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เป็นหน่วยการปกครองที่เกิดขึ้นตามนโยบายการกระจายอำนาจการปกครองสู่หน่วยการปกครองขั้นพื้นฐานของรัฐบาล ซึ่งเป็นการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ปัจจุบันเรียกว่า “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจไปสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ซึ่งได้กำหนดบทบาทอำนาจหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะ การจัดสรรสัดส่วนรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละรูปแบบ ตลอดจนกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบในการให้บริการของรัฐกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยกันเอง การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีความจำเป็นในระบอบประชาธิปไตย เพราะช่วยให้คนในท้องถิ่นต่าง ๆ ได้เสนอปัญหาและหาทางแก้ไขเป็นการจัดระเบียบการปกครองตามหลักการกระจาย



อำนาจปกครอง โดยรัฐบาลมอบอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นไปดำเนินการปกครองตนเอง และจัดบริการสาธารณะบางอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น โดยอิสระตามสมควรภายในขอบเขตของกฎหมาย (นฤมล เมืองเดช, 2550)

บุคลากรจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง ที่จะทำให้หน่วยงานมีความเจริญรุ่งเรืองและ ประสบความสำเร็จได้ ดังนั้น หากหน่วยงานใดมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีประสิทธิภาพในการทำงานสูง ย่อมส่งผลทำให้งานของหน่วยงานนั้นมีทั้งปริมาณและคุณภาพดีตามไปด้วย อย่างไรก็ตามความรู้และความสามารถของบุคลากรเพียงอย่างเดียวก็ไม่อาจทำให้หน่วยงานประสบความสำเร็จได้ หากบุคลากรของหน่วยงานนั้นปราศจากความตั้งใจและความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ การที่บุคคลจะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถดังกล่าวจนเกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีได้นั้น สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งขึ้นอยู่กับความสุขและความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่องานในองค์กรนั้น ปัจจุบันการจูงใจคนในการทำงานกับองค์การ ไม่ได้คำนึงเฉพาะความรู้ความสามารถของบุคคลเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ได้ยึดเอาความพึงพอใจที่จะทำงานนั้น ๆ เป็นสำคัญแม้ว่าคนจะมีความรู้ความสามารถเพียงใด แต่ถ้าหากขาดความจริงจังหรือความพึงพอใจที่จะทำงานนั้นแล้ว ผลงานก็คงไม่อาจสำเร็จอย่างมีคุณภาพได้ ดังนั้น ความพึงพอใจของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องตระหนักและคำนึงอยู่เสมอ เพราะความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กร มีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์การหากบุคลากรในองค์กรไม่พึงพอใจในงาน ก็จะทำให้ผลการปฏิบัติงานต่ำ คุณภาพของงานลดลง มีการขาดงาน ลาออกจากงาน และเป็นปัญหาทางวินัยได้อีกด้วย แต่ในทางตรงข้าม หากบุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงาน เป็นเครื่องหมายให้เห็นถึงการบริหารที่ดีและผลของการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย (สันติ โกเศศโยธิน, 2554)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ว่ามีประสิทธิภาพอย่างไร ผลของการศึกษานี้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานในองค์การบริหารส่วนตำบล สามารถธำรงรักษาบุคลากรที่มีอยู่ให้ปฏิบัติงานกับองค์การบริหารส่วนตำบล ในระยะเวลายาวนานเท่าที่องค์กรต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากร และผู้รับบริการที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล



สมมติฐานการวิจัย

บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

ธนาถ อินทุ (2555) ได้สรุปไว้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การกระทำกิจกรรมใด ๆ ที่บรรลุผลตามที่ต้องการและตั้งเป้าหมายไว้โดยสามารถประหยัดและลดการสูญเสียของทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมได้มากที่สุด ซึ่งคำว่า ประหยัดทรัพยากร ได้แก่ ใช้แรงงานคนน้อย ประหยัดเงิน งบประมาณ การใช้จ่าย ไม่เสียเวลามาก ใช้ต้นทุนวัตถุดิบต่ำ เป็นต้น ทั้งนี้การมีประสิทธิภาพมากหรือน้อยจะพิจารณา 2 ประเด็นประกอบกันพอประมาณการบรรลุผลสำเร็จและปริมาณ ทรัพยากรที่สูญเสียไป เช่น ลักษณะงานบรรลุผลสำเร็จเหมือนกัน แตกต่างกันที่เวลา ขั้นที่ 1 ใช้เวลา 5 นาที ขั้นที่ 2 ใช้เวลา 3 นาที ย่อมหมายความว่า ขั้นที่ 2 มีประสิทธิภาพมากกว่าขั้นที่ 1 เป็นต้น

เฮอริเบิร์ตส์ ซิมอน (Herbert A. Simon, 1960) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพไว้ดังนี้ ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพคล้ายคลึงกับ Millet คือ ถ้าจะพิจารณาว่างานใดจะมีประสิทธิภาพสูงที่สุดนั้น ให้ดูจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับออกมา ดังนั้น ตามทฤษฎีนี้ ประสิทธิภาพจึงเท่ากับผลผลิตลบด้วยปัจจัยนำเข้า และถ้าเป็นการบริหารราชการและองค์การก็บวกกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) เข้าไปด้วย

สรุป ประสิทธิภาพ หมายถึง การปฏิบัติงานของบุคคลโดยใช้ทรัพยากรขององค์กรทั้งในเรื่อง ต้นทุนและเวลาให้น้อยที่สุดโดยได้ผลงานที่มากที่สุดอย่างมีคุณภาพ และเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร หรือระดับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการดำเนินงานที่ประหยัดทั้งงบประมาณ ระยะเวลา และทรัพยากรต่าง ๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร

สันติ แสงทรัพย์ (2559) การบริหาร หมายถึง ในหลักการบริหารองค์การการบริหารงานพัสดุเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารของทุกองค์การ และเป็นกลไกที่จะขับเคลื่อนกระบวนการต่าง ๆ ในองค์การให้ขับเคลื่อนกระบวนการต่าง ๆ ให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยกระบวนการบริหารงานพัสดุจะเริ่มต้นจากการกำหนดความต้องการ หรือการวางแผน หรือการวางแผน จัดทำงบประมาณการจัดหาพัสดุการควบคุมโดยการลงบัญชีหรือลงทะเบียนและตรวจสอบพัสดุประจำปี การบำรุงรักษา และกระบวนการสุดท้าย คือ การจำหน่ายพัสดุหลังจากที่ได้ตรวจสอบแล้ว เห็นว่าหมดความจำเป็นในการใช้งานหรือหากใช้ต่อไปอาจต้องสิ้นเปลืองค่าบำรุงรักษา

จรงค์ เวียงสมุทร (2559) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยอาศัยทรัพยากรการบริหาร ซึ่ง



ได้แก่ คน งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ และกระบวนการบริหาร เพื่อให้สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

สรุป แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการได้ว่า การบริหารจัดการ หมายถึง ผลการทำงานที่สามารถวัดได้จากการใช้และบริหารทรัพยากร ให้สำเร็จลุล่วงตามจุดมุ่งหมาย ประกอบด้วย ได้แก่ 1) ด้านการวางแผน 2) ด้านการจัดองค์การ 3) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน 4) ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ 5) ด้านการประสานงาน 6) ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน และ 7) ด้านงบประมาณ ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

แนวความคิดเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล

บัญญัติ พุ่มพันธ์ (2548) ได้สรุปความสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบล ดังนี้

1. เป็นองค์กรตามกฎหมายที่ทำหน้าที่บริหารจัดการพัฒนาตำบล หมู่บ้าน และชุมชน ตามนโยบายกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น
2. เป็นองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชน มีความอิสระและมีความคล่องตัวในการบริหารงานภายในกรอบที่กฎหมายกำหนดทำให้สามารถแก้ไขปัญหา อำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็ว
3. เป็นองค์กรที่มีผู้แทนประชาชนเข้าไปบริหารงานทั้งฝ่ายนิติบัญญัติ คือ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล และฝ่ายบริหาร คือ นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ด้วยการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนอย่างเต็มรูปแบบทำให้การแก้ไขปัญหาและการพัฒนาตำบล หมู่บ้านตรงกับความต้องการอัน แท้จริงของประชาชน
4. เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้การปกครองระบอบประชาธิปไตยในทางปฏิบัติแก่ประชาชนในขอบเขตที่ไม่กว้างนัก ทำให้ประชาชนมองเห็นภาพรวมอย่างชัดเจนและมีส่วนร่วมได้ไม่ยาก
5. เป็นการสร้างผู้นำทางการเมืองที่จะเข้าสู่เวทีการเมืองในระดับต่าง ๆ รวมทั้งในระดับชาติต่อไป
6. เป็นการส่งเสริมการใช้สิทธิและหน้าที่ของพลเมืองตามระบอบประชาธิปไตย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน เจ้าหน้าที่ และผู้รับบริการองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ทั้ง 6 ตำบลซึ่งมีบุคลากรจำนวน 484 คน (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดสมุทรปราการ, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงานเจ้าหน้าที่ และผู้รับบริการ องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 219 คน โดยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 จากการใช้สูตรการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้น นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้





ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์การทำงาน และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 35 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการวางแผน 2) ด้านการจัดองค์การ 3) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน 4) ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ 5) ด้านการประสานงาน 6) ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน และ 7) ด้านงบประมาณ ผู้ศึกษาใช้ลักษณะคำถามแบบมาตราส่วน 5 ระดับ โดยใช้หลักของ Likert Scale

กำหนดระดับการบริหารองค์การเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 219 ชุด เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แจกแบบสอบถามและชี้แจงพร้อมอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ รวมถึงชี้แจงให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ทั้งหมดในเดือนมีนาคม – ตุลาคม 2564
3. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและนับจำนวนให้เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง กรณีแบบสอบถามไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติทางคอมพิวเตอร์ ประมวลผลวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) ค่า t-test, F-test เพื่อนำไปวิเคราะห์กับแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพื้นฐานหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับปัจจัยที่มีจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ การทดสอบค่า



(t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับปัจจัยที่มีจำนวนมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least-Significant Different)

ผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการวางแผน 2) ด้านการจัดองค์การ 3) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน 4) ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ 5) ด้านการประสานงาน 6) ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน และ 7) ด้านงบประมาณ ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวม

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการวางแผน	3.87	0.61	มาก
2. ด้านการจัดองค์การ	3.80	0.79	มาก
3. ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน	3.81	0.47	มาก
4. ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ	3.76	0.87	มาก
5. ด้านการประสานงาน	3.80	0.56	มาก
6. ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน	3.79	0.67	มาก
7. ด้านงบประมาณ	3.71	0.81	มาก
รวม	3.79	0.30	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการวางแผน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.61) รองลงมา คือ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.47) ด้านการประสานงาน ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.56) ด้านการจัดองค์การ ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.79) ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.67) ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.87) และด้านงบประมาณ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.81) ตามลำดับ



2. ผลการทดสอบสมมติฐานต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยได้ดังนี้ บุคลากรที่ปฏิบัติงาน ในองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระ ประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การ บริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สมมติฐาน	ตัวแปรที่ทดสอบ	t	F	Sig	ผลการศึกษา	
					ยอมรับ	ปฏิเสธ
1	เพศ	-.341		.734	-	✓
2	อายุ		.449	.718	-	✓
3	ระดับการศึกษา		1.263	.285	-	✓
4	ตำแหน่งงาน	.190		.850	-	✓
5	ประสบการณ์ทำงาน		1.797	.168	-	✓
6	รายได้		1.455	.228	-	✓

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า

บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วน ตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วน ตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การ บริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน

บุคลากรที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การ บริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน

บุคลากรที่มีประสบการณ์การทำงานเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของ ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

บุคลากรที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วน ตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน



อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญและน่าสนใจมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทำให้ทราบว่าประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จะต้องให้ความสำคัญกับด้านการวางแผน ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ด้านการประสานงาน ด้านการจัดองค์การ ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ และด้านงบประมาณ ตามลำดับ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ หากขาดกระบวนการ บริหารด้านใดด้านหนึ่งจะมีผลทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง ซึ่งจากข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงกระบวนการบริหารงานว่า ควรให้ความสำคัญกับเรื่องการวางแผน ซึ่งตามแนวคิดของ Bartol and Martin (1937) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผน หมายถึง การกำหนดการทำงานขององค์กรโดยผู้บริหาร จะต้องทำการวางแผนและกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้กับองค์กร โดยมีการกำหนดแผนงาน ทั้งระยะสั้น และระยะยาว เพื่อให้การดำเนินการสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับลูเธอร์ กุลลิก (Luther Gulick อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผน เป็นการคาดคะเนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งต้องคำนึงถึงทรัพยากรภายในองค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อให้แผนที่กำหนดขึ้นมีความรอบคอบ และสามารถนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอริชา ลิมกิติสุกสิน (2560) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารงานของเทศบาลในจังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมมีประสิทธิภาพในการวางแผนอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านการวางแผน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรเห็นว่าผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ควรมีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานขององค์กร และมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการตามแผนอย่างชัดเจน วางโครงการแผนปฏิบัติการรวมทั้งวิธีปฏิบัติการไว้ล่วงหน้า เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงาน โดยยึดวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กรเป็นหลัก แล้วนำแผนและนโยบายที่วางไว้ไปปฏิบัติงานให้เกิดความรวดเร็ว ดังนั้นผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานล้วนแต่เป็นผู้ซึ่งมีการวางแผนงานมาแล้ว เพราะเมื่อมีการวางแผนก็จะมีการทำงานเป็นระบบมีแนวดำเนินการและวิธีการปฏิบัติตลอดจนขั้นตอนในการทำงานอย่างชัดเจน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเพราะการวางแผนเป็นมาตรการในการปฏิบัติให้เกิดผลได้มากกว่าปัจจัยที่ใช้ไปช่วยให้ใช้เวลาและทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างประหยัด ช่วยลดความเสี่ยงต่อความผิดพลาดเสียหาย ช่วยให้เห็นหรือคาดคะเนอุปสรรคหรือปัญหาในการปฏิบัติงานได้ หากไม่มีการวางแผนไว้แต่ต้นเมื่อเผชิญกับปัญหาก็จะยิ่งเสียเวลาหาทางแก้ไข เพราะไม่ได้คาดการณ์และเตรียมหาทางออกไว้ล่วงหน้าที่สำคัญของการมีส่วนร่วมของสมาชิกในทีม ความไว้วางใจการสื่อสาร ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนประกอบให้เกิดการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะสภาพการณ์ปัจจุบันที่ต้องเกื้อกูลซึ่งกันและกันเนื่องจากองค์กรไม่สามารถจัดจ้างบุคลากรตามใจชอบได้ เช่น ในอดีตพนักงานต้องทำงานหลายหน้าที่มากขึ้นฉะนั้นการประสานกันในทีมจึงมีความสำคัญต่อผลสำเร็จของงานแทบทุกหน่วยงาน





ขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยงานรุ่งอรุณ เกื้อนใหญ่ (2553) ศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมมีประสิทธิภาพในการวางแผนอยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านการจัดองค์การ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรเห็นว่าผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ควรจัดรูปแบบขององค์กรมีความชัดเจนตามแผน การจัดองค์การ กำหนดหน้าที่ขอบเขตงาน มอบหมายงาน ให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานชัดเจนเหมาะสมกับตำแหน่ง และความสามารถกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ ในการบริหารองค์การที่สอดคล้องกับกฎหมาย กำหนดโครงสร้างขององค์การ มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ตามสถานการณ์ และการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ตามสายการบังคับบัญชา การจัดองค์การถือได้ว่าเป็นเครื่องมือเบื้องต้นของผู้บริหารในการทำตามแผนงาน นั่นคือเป็นตัวสร้างและบำรุงรักษา ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรขององค์การทั้งหมด โดยชี้ให้เห็นว่าทรัพยากรใดควรนำไปใช้กับกิจกรรมใด เมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ความพยายามในการจัดองค์การอย่างละเอียดถี่ถ้วนช่วยผู้บริหารในการลดข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนขององค์การ เช่น การทำงานที่ซ้ำซ้อนและการใช้ทรัพยากรที่เปล่าประโยชน์ ตามแนวคิดของ Bartol and Martin (1937) ได้เสนอการจัดการองค์การ หมายถึง การจัดแบ่งงานขององค์การและหน่วยงานต่าง ๆ พร้อมกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่ส่วนงาน ตลอดจนการกำหนดการบังคับบัญชา และการควบคุมการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วารุณี ขำสวัสดิ์และสิทธิเดช สิริสุขะ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ให้ความสำคัญกับการบริหารงานในด้านการจัดองค์การภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรเห็นว่าผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ควรจัดคนเข้าทำงานตามกรอบอัตรากำลังตามตำแหน่งที่ระบุไว้ในแผนบุคลากร ตรงตามตำแหน่งและความสามารถ เฉพาะส่วนบุคคล การกำหนดอัตรากำลังและสมรรถนะที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน ส่งเสริมและฝึกอบรมพนักงาน เจ้าหน้าที่ให้สอดคล้องกับ สมรรถนะที่ขาดตกบกพร่องของแต่ละบุคคล การจัดอัตรากำลัง การสรรหา การพัฒนา และการใช้บุคลากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการเสริมสร้างและธำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพในการทำงาน ของบุคคลหรือเจ้าหน้าที่ ลูเธอร์ กุลิก (Luther Gulick อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545) ได้เสนอหลักการบริหารระบบราชการที่เรียกว่า POSDCoRB Model ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงานว่าเป็นการคัดเลือกบุคคลให้เข้ามาดำรงตำแหน่งภายในองค์การ โดยพิจารณาจากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสม ให้ได้ในปริมาณที่เพียงพอจะทำงานให้สำเร็จได้ และซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีวรรณ อรุณรุ่ง (2557) ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพการบริหารงานบุคคลของเทศบาลในอำเภอผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า พนักงานเทศบาลในอำเภอผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญกับการบริหารงานในภาพรวมด้านการสรรหาบุคคลอยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรเห็นว่าผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ควรมีภาวะความเป็นผู้นำ หรือมีความเป็นผู้บริหารมืออาชีพ



ควรจัดระบบสื่อสารและการสร้างเครือข่ายภายใน หน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงาน ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่สัมพันธ์และสอดคล้องกับความรับผิดชอบแต่ละตำแหน่ง บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ และการวินิจฉัยสั่งการและการควบคุมบังคับบัญชาบุคลากรให้ปฏิบัติงานชัดเจนเหมาะสม สอดคล้องกับกฎ และเรดอน (Gulick & Lyndall, 1973) ซึ่งเป็นนักทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มการศึกษาการจัดการตามหลักการบริหารได้เสนอหลักที่เกี่ยวกับการบริหารว่าการสั่งการหรืออำนาจการ หมายถึง การศึกษาวิธีการอำนาจการรวมทั้งการควบคุมงานและนิเทศงาน ตลอดจนศิลปะในการบริหารงาน เช่น ภาวะผู้นำ (Leadership) มนุษย์สัมพันธ์ (Human relations) และการจูงใจ (Motivation) เป็นต้น การอำนาจการในที่นี้รวมถึงการวินิจฉัย สั่งการ (Decision Making) ซึ่งเป็นหลักอันสำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการบริหารงานและขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้างานมาก เหตุเพราะการที่จะอำนาจการให้ภารกิจดำเนินไปด้วยดีได้จำเป็นต้องมีการตัดสินใจที่ดี และมีการสั่งการที่ถูกต้องเหมาะสมกับแต่ละลักษณะของการตัดสินใจ และสอดคล้องกับสุรเมธ ทองด้วง (2556) ได้กล่าวไว้ว่า การสั่งการหรือการเป็นผู้นำ (Directing Leadership) คือ กระบวนการในการนิเทศงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานเกิดขึ้นตามเครื่องชี้วัดที่กำหนดในวัตถุประสงค์

1.5 ด้านการประสานงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรเห็นว่าผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ควรมีความสามารถในการจัดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างฝ่ายหรือหน่วยงาน ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีควรจัดให้มีแผนผังและกำหนดหน้าที่ชัดเจนไม่ซ้ำซ้อน การประสานกิจการด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ การประชุมผู้ใต้บังคับบัญชาโดยใช้หลักประชาธิปไตยเปิดโอกาสให้อภิปรายอย่างสร้างสรรค์ และควรเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาและซักถามงานด้านต่าง ๆ ได้โดยตรงด้วยวิธีการติดต่อที่มีประสิทธิผลรวมถึง รูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา นพขำ (2553) ศึกษาเรื่อง การบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับการบริหารงาน ด้านการประสานงาน อยู่ในระดับมาก

1.6 ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรเห็นว่าผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ควรกำหนดการเสนอผลการรายงานเป็นช่วงระยะเวลาที่แน่นอน เพื่อป้องกันการดำเนินงานซ้ำซ้อนไม่เป็นระบบ ผู้บริหารเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการรายงานและการประเมินผลภายในหน่วยงานขององค์การ ควรมีการรายงานผลการปฏิบัติงานขององค์การตามความเป็นจริงอย่างสม่ำเสมอและเป็นปัจจุบัน รายงานความก้าวหน้า ปัญหา อุปสรรค ตลอดจน ข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การให้ทุกฝ่ายได้ทราบเพื่อประโยชน์ในการติดตามการแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงาน และการประกาศ ขั้นตอนเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานให้ทราบกันอย่างทั่วถึง และมีความโปร่งใส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภาวิณี เป็งนาคน (2557) การศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารงานของคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ความสำคัญกับการบริหารงานในด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก





1.7 ด้านงบประมาณ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรเห็นว่าผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบริหารงานในแต่ละส่วนมีระเบียบปฏิบัติชัดเจน ควรจัดทำแผนการใช้งบประมาณและดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการจัดสรรงบประมาณ มีการจัดทำงบประมาณสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน และควรมีนโยบายด้านการงบประมาณมีความชัดเจนและปฏิบัติได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวนารถ เล็กเลอสันธ์ (2560) ศึกษาประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารในองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมมีประสิทธิภาพในงบประมาณอยู่ในระดับมาก

2. ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ตามความคิดเห็นของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสมุทรปราการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้ ต่างกัน

2.1 เพศ พบว่า เพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจจะเป็นเพราะว่าบุคลากรทั้งผู้ชายและผู้หญิงเพศหญิง มีโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมกัน มีความเสมอภาคกัน ในการปฏิบัติงาน มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มทักษะความสามารถในการปฏิบัติงาน ทำให้บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปัญญา นพขำ (2553) ศึกษาเรื่อง การบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการบริหารงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

2.2 อายุ พบว่า อายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจจะเป็นเพราะว่าพนักงานได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของตนเองในการปฏิบัติงาน มีความผูกพันกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการปฏิบัติงานถึงมีอายุต่างกัน แต่ได้รับโอกาส ความเจริญก้าวหน้าในชีวิตการทำงานไม่ต่างกันส่งผลให้พนักงานมีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวารุณี ขำสวัสดิ์และสิทธิเดช สิริสุขะ (2588) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลัง พบว่า บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังไม่แตกต่างกัน

2.3 ระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจจะเป็นเพราะว่า การที่บุคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนตำบลได้ กำหนดคุณสมบัติหรือระดับการศึกษาของบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงาน เพื่อที่จะได้ปฏิบัติงานได้ตามตำแหน่ง จึงทำให้บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การ



บริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของประภาวิณี เป็ณาค (2557) การศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารงานของคณะผู้บริหารองค์การบริหาร ส่วนตำบลในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอนพบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานของคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีประสิทธิภาพในการบริหารงานไม่แตกต่าง

2.4 ตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจจะเป็นเพราะว่าบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลในปัจจุบันมีระดับการศึกษาที่เหมือนหรือใกล้เคียงกันแต่ต่างกันที่ตำแหน่ง จึงทำให้มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอริษา ลีมกิตสุภสิน (2560) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารงานของเทศบาลในจังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานของเทศบาลในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามระดับการศึกษาและตำแหน่ง มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

2.5 ประสบการณ์การทำงาน พบว่า ประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเยาวรักษ์ ฉัตรวิไล (2560) ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์การทำงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

2.6 รายได้ พบว่า รายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเสาวนารถ เล็กเลอลินธุ์ (2560) ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารในองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารตามความคิดเห็นของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนนทบุรีที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน รายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการ

1. ด้านการวางแผน ผู้บริหารควรปฏิบัติงานตามแผนและนโยบายที่วางไว้ ทำให้การปฏิบัติงานเกิดความรวดเร็ว โดยการวางแผนยืดยาวทัศน์และภารกิจขององค์การเป็นหลัก
2. ด้านการจัดองค์การ ผู้บริหารควรเน้นการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบตามสายการบังคับบัญชา โดยการกำหนดโครงสร้างขององค์การให้มีความยืดหยุ่น และสามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์



3. ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ผู้บริหารควรสนับสนุนการเสริมสร้างและดำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพในการทำงานของบุคคลหรือเจ้าหน้าที่ และมีการกำหนดอัตรากำลังและสมรรถนะที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน มีศิลปะในการสรรหาและคัดเลือกบุคคล เข้ามาทำงานในองค์การ

4. ด้านการสั่งการหรืออำนวยการ ผู้บริหารควรจัดระบบสื่อสารและการสร้างเครือข่ายภายในหน่วยงานหรือ ระหว่างหน่วยงาน บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่และที่สำคัญต้องมีความรู้ความสามารถที่จะอำนวยการมอบหมายงาน ดูแลควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้หน่วยงานดำเนินไปได้ด้วยดี

5. ด้านการประสานงาน ผู้บริหารควรมีการประสานงานกิจการด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ มีการประชุมผู้ได้บังคับบัญชาโดยใช้หลักประชาธิปไตยโดยเปิดโอกาสให้อภิปรายอย่างสร้างสรรค์

6. ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ผู้บริหารควรรายงานผลการปฏิบัติงานขององค์การตามความเป็นจริงอย่างสม่ำเสมอและเป็นปัจจุบัน มีการประกาศขั้นตอนเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานให้ทราบกันอย่างทั่วถึง และมีความโปร่งใส และการรายงานของผู้บริหารต้องมีแบบรายงานที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร

7. ด้านงบประมาณ ผู้บริหารควรจัดทำงบประมาณสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน และให้มีการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการจัดสรรงบประมาณ โดยควบคุมดูแลการใช้งบประมาณให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด และต้องมีการประเมินผลการใช้งบประมาณทุกขั้นตอนเมื่อจบโครงการหนึ่ง ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารในองค์การบริหารส่วนตำบล
2. ควรศึกษาปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานของผู้บริหารในองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง
3. ควรทำการศึกษาวิจัยของประชาชนผู้มาใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลว่ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จรงค์ เวียงสมุทร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอสามชัย จังหวัดกาฬสินธุ์ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ธนาถ อินทุ. (2555). ประสิทธิภาพการจัดกรงานพัสดุของตำรวจภูธรภาค 5 (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บัญญัติ พุ่มพันธ์. (2548). อบต. ของเรา: ท้องถิ่นของเรา. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ประภาวิณี เป็งนาคน. (2557). ประสิทธิภาพการบริหารงานของคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปัญญา นพชา. (2553). การบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี (ภาคินพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.



- นฤมล เมืองเดช. (2550). *บทบาทสตรีกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองท้องถิ่นในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- เยาวรักษ์ ฉัตรวิไล. (2560). *ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร* (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- รุ่งอรุณ เกื้อนใหญ่. (2553). *กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วารุณี ขำสวัสดิ์ และสิทธิเดช สิริสุขะ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(1), 565-581.
- ศรียรรณ อรุณรุ่ง. (2557). *ประสิทธิภาพการบริหารงานบุคคลของเทศบาลในอำเภอดักไถ่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศรียรรณ เสรีรัตน์. (2545). *ทฤษฎีองค์การ: ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดสมุทรปราการ. (2563). จำนวนบุคลากรสำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดสมุทรปราการ. ค้นเมื่อ 16 เมษายน 2564, จาก <https://www.samutprakanlocal.go.th/public/default/index/index>
- สันติ โกเศโยธิน. (2554). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในสังกัดส่วนโยธาในจังหวัดสระบุรี* (วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สันติ แสงทรัพย์. (2559). *ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารพัสดุโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 1* (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เสาวนารถ เล็กเลสินธุ์. (2560). *ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารในองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนนทบุรี*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(28), 187-196.
- สุรเมธ ทองด้วง. (2556). *การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ทอง อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด* (สารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- อริษา ล้อมกิตติคุณสิน. (2560). *ประสิทธิภาพการบริหารงานของเทศบาลในจังหวัดชัยภูมิ* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1997). *Management* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Chapman, A. (1995). *Ethical Work and Life Learning*. Retrieved April 17, 2012, from <http://www.businessballs.com/pestanalysisfreetemplate.htm>
- Gulick, L. & Urwick, L. (editors). (1937). *Paper on the Science of Administration*. New York: Institute of Public Administration.
- Simon, H. A. (1960). *Administrative Behavior*. New York: The McMillen Company.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.



การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน
อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Participation of People in Preparation of Local Development Plan of
Bang Pa-In Subdistrict Municipality, Bang Pa-in District, Ayutthaya Province

ธนกฤต ธนาธารงฤทธิ์¹ และ ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์²
Thanakrit Thanathamrongrit¹ and Natnaporn Aeknarajindawat²

สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2}
Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2}

E-mail: thanakrit.th@gmail.com¹

Received: October 22, 2022

Revised: December 26, 2022

Accepted: December 27, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2) ศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีสิทธิเลือกตั้ง อายุตั้งแต่ 18 ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 378 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความแปรปรวน t-test, F-test และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการปฏิบัติ ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ และ 2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน ด้านการตัดสินใจ ด้านการปฏิบัติ ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม, แผนพัฒนาท้องถิ่น, เทศบาลตำบล

Abstract

The objective of this study was to 1) study the level of people's participation in the preparation of local development plans of Bang Pa-In Subdistrict Municipality. Bang Pa-in District and 2) a comparative study of differences in personal factors such as sex, age, education level, occupation and income, with the process of people's participation in the preparation of local development plans of Bang Pa-In Subdistrict Municipality. Bang Pa-in District Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The samples used in this research was the population who had the right to vote, aged 18 and over, living in Bang Pa-in municipality. Bang Pa-in District Phra Nakhon Si Ayutthaya Province consisted of 378 people. This research was a quantitative research. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. and the variance t-test, F-test and One-Way ANOVA.

The results showed that: 1) People's participation in the preparation of local development plans of Bang Pa-In Subdistrict Municipality Bang Pa-in District Phra Nakhon Si Ayutthaya Province Overall, it's at a high level. When considering each aspect, it was found that the average was at a high level in all aspects. in descending order, including decision-making with the highest average, followed by practice Benefit and the evaluation aspect. 2) The results of the comparative analysis of individual factors such as sex, age, education level, occupation and income affecting people's participation in the local development plan of Bang Pa-In Subdistrict Municipality. decision-making practical Benefit and the evaluation aspect Overall, the difference was statistically significant at 0.05.

Keywords: Administration, Good governance, Subdistrict Administrative Organization

บทนำ

ระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยระเบียบการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2548 กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่ในการพัฒนาท้องถิ่น และจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และเพื่อมุ่งไปสู่สภาพการณ์ที่ต้องการในอนาคต โดยสามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2548) แม้ว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีอำนาจหน้าที่เพิ่มมากขึ้น แต่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังคงมีทรัพยากรจำกัดทั้งทรัพยากรบุคคลงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีความโปร่งใส และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ท้องถิ่นของตน แผนพัฒนาท้องถิ่นจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถดำเนินงานตามเป้าหมายที่วางไว้ จึงจำเป็นต้องกำหนดแผนที่สามารถตอบสนองต่อการทำงานเพื่อท้องถิ่น และสามารถบ่งชี้ความสำเร็จของแผน





ได้ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2548) เพื่อให้แผนพัฒนาท้องถิ่นสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหา และสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง การจัดทำแผนพัฒนาสามปีทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจน สามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาตามข้อบังคับ และงบประมาณรายจ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กรมการปกครอง, 2549)

การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นที่ดีจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้านและเป็นระบบ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหา และตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง ที่ผ่านมามีการดำเนินการตามแผนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่ง พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับประชาชนในท้องถิ่นได้เท่าที่ควร ประชาชนยังประสบกับปัญหาที่ดินทำกิน รายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ ตกงาน ประชาชนจากภาคชนบทต้องอพยพเข้ามาทำงานในเมืองหลวง ผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ นอกจากนี้การจัดทำแผนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ผ่านมา ถูกกำหนดขึ้นโดยบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหลัก ขาดการมีส่วนร่วมจากประชาชนในชุมชน มีผลให้แผนพัฒนาท้องถิ่น เมื่อนำมาปฏิบัติไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับประชาชนได้อย่างแท้จริง ประชาชนยังคงเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องปรับเปลี่ยนพัฒนาองค์กรให้มีความยืดหยุ่น มีความพร้อมที่จะทำงานเพื่อประชาชนยิ่งขึ้น มีความรับผิดชอบ ปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสตรวจสอบได้ และเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ความต้องการได้อย่างเต็มที่ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2548) กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น จึงถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดทำแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพราะว่าประชาชนจะมีความรู้ และความเข้าใจดีว่าชุมชนต้องการอะไร เนื่องจากประชาชนจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการนำแผนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาปฏิบัติ ในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการจัดทำแผนในทุกขั้นตอน ทั้งนี้ เมื่อนำแผนมาปฏิบัติจะได้ประสิทธิผลสำเร็จมากขึ้น ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน และชุมชนอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น และการดำเนินการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน ให้ประชาชนได้เห็นถึงความสำคัญของมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้นต่อไป



วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีระดับของการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

ลิส (Lisk, 1985 อ้างถึงใน ปรีดา เจษฎารางกุล, 2550) ได้ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีความสัมพันธ์กับแนวคิดของการเชื่อใจ และการยอมรับตนเอง เพื่อที่จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถสังเกตได้จากระดับความพึงพอใจ ระดับความไว้วางใจ และต้องครอบคลุมทัศนคติ ความคาดหวัง และกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติร่วมกัน

สุพิชฌาย์ อภัยสุวรรณ (2552) การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชน หรือกลุ่มคนในสังคมได้เข้าไปเกี่ยวข้องในกระบวนการทุกขั้นตอนของกิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐบาล หรือองค์กรต่าง ๆ โดยใช้ความพยายาม หรือใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อเข้าร่วมทั้งทางด้านร่วมคิดร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติการ และร่วมประเมินผลงาน ซึ่งการร่วมดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ จะเป็นไปเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้น และให้เกิดการเรียนรู้ในการนำไปพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง อีกทั้งทำให้ชุมชนเกิดความเจริญเติบโตทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครองในอนาคต

สรุปการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์ นโยบาย กระบวนการการบริหารและตัดสินใจขององค์กร ร่วมกำหนดปัญหาของประชาชน มีส่วนร่วมในการหาวิธีแก้ไข ปัญหา การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในการติดตามผล เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนเอง โดยกระบวนการมีส่วนร่วมกระทำผ่านตัวกลาง คือ ผู้นำชุมชนเป็นแกนนำในภาคประชาชนในการสื่อกลางที่ดีทั้งนี้ ต้องอยู่บนพื้นฐานของการที่ประชาชนจะต้องมีอิสระในทางความคิดมีความรู้ ความสามารถในการกระทำ และมีความเต็มใจที่เข้าร่วมต่อกิจกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น

พระราชบัญญัติกำหนดแผนขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มาตรา 30(4) และแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ข้อ 5.2 กำหนดให้รัฐต้องจัดสรรงบประมาณ ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงมีความจำเป็นในการใช้ทรัพยากรรายได้ ทั้งที่ท้องถิ่นจัดเก็บเอง





และรายได้ที่รัฐจัดสรรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีความโปร่งใสมากที่สุด การวางแผนถือเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบรรลุจุดหมาย จึงจำเป็นต้องวางแผนการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า และเกิดประโยชน์แก่ประชาชนในปัจจุบันและอนาคตมีการปฏิบัติตามแผนงานโครงการที่กำหนดให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในช่วงเวลาที่กำหนด มีการควบคุมติดตาม วัดและประเมินผล โดยการบริหารจัดการตามแผนงานโครงการ จะต้องเป็นการบริหารจัดการที่ดี มีความโปร่งใส และพร้อมให้มีการตรวจสอบทั้งโดยหน่วยงานของรัฐและประชาคม (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2548)

ประเภทของแผนพัฒนาท้องถิ่น

ระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการจัดทำและการประสานแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2548 กำหนดประเภทของแผนพัฒนาท้องถิ่นไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาคำว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งแสดงถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดหมายเพื่อการพัฒนาในอนาคตโดยสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการบริหารราชการแผ่นดิน ยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลท้องถิ่น อำเภอบริการ และแผนชุมชน

2) แผนพัฒนาสามปี หมายความว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลท้องถิ่น อันมีลักษณะเป็นการกำหนดรายละเอียดแผนงานโครงการพัฒนาที่จัดทำขึ้นสำหรับปีงบประมาณแต่ละปี ซึ่งมีความต่อเนื่องและเป็นแผนก้าวหน้าครอบคลุมระยะเวลาสามปี โดยมีการทบทวนเพื่อปรับปรุงเป็นประจำทุกปี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่น

โกวิท พวงงาม (2552) ได้สรุปสาระสำคัญของหลักการปกครองท้องถิ่น ดังนี้

1. รูปแบบหน่วยการปกครองท้องถิ่น ตามความแตกต่างของความเจริญประชากรหรือขนาดพื้นที่
2. ต้องมีอำนาจอิสระ (Autonomy) ในการปฏิบัติหน้าที่ตามความเหมาะสม
3. หน่วยการปกครองท้องถิ่นต้องมีสิทธิตามกฎหมาย ที่จะดำเนินการปกครองตนเองโดยสิทธินี้แบ่งออกเป็น 2 ประการคือ

3.1 สิทธิที่จะตรากฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3.2 สิทธิในการกำหนดงบประมาณ เพื่อบริหารกิจการตามอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่

4. เมืองที่จำเป็นในการบริหารและปกครองตนเอง คือ เมืองที่ฝ่ายบริหารและองค์กรฝ่ายนิติบัญญัติ

5. ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น

สมคิด เลิศไพฑูรย์ (2550) ได้แบ่งประเภทของการปกครองท้องถิ่นออกเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบทั่วไปที่ใช้แก่ท้องถิ่นทั่วประเทศ และรูปแบบพิเศษที่ใช้เฉพาะท้องถิ่นบางแห่ง ซึ่ง 2 รูปแบบนี้ได้ถูกบัญญัติไว้ในมาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2543 ว่าให้จัดระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ดังนี้

1. องค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. เทศบาล



3. สุขาภิบาล

4. ราชการส่วนท้องถิ่นอื่นตามที่กฎหมายกำหนด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่มีสิทธิเลือกตั้ง อายุตั้งแต่ 18 ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 6,779 คน (งานทะเบียนราษฎรสำนักปลัดเทศบาล, 2564) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 378 คน โดยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 โดยใช้สูตรของ Yamane (ศิริรัตน์ ชุณหคล้าย, 2546) ที่ความคลาดเคลื่อน (e) 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้น โดยข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด เป็นคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวน 20 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการตัดสินใจ 2) ด้านการปฏิบัติ 3) ด้านการรับผลประโยชน์ และ 4) ด้านการประเมินผล ผู้ศึกษาใช้ลักษณะคำถามแบบมาตราส่วน 5 ระดับ โดยใช้หลักของ Likert Scale กำหนดระดับการบริหารองค์กรเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 378 ชุด เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แจกแบบสอบถามและชี้แจงพร้อมอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ รวมถึงชี้แจงให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองทั้งหมด
3. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและนับจำนวนให้เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง กรณีแบบสอบถามไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน
4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติ



การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลข้อมูลวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มาประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (standard Deviation) ค่า t-test, F-test เพื่อนำไปวิเคราะห์กับแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพื้นฐานหาความถี่ (Frequency) และค่า ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำ แผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรใช้สถิติในการ วิเคราะห์ข้อมูลสำหรับปัจจัยที่มีจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ การทดสอบค่า (t-test) และการทดสอบความแปรปรวน แบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับปัจจัยที่มีจำนวนมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least-Significant Different)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยเรื่องนี้ มีสถิติที่ใช้ในการทำการวิจัยอยู่ 2 ประเภท ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (standard Deviation) สำหรับบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. สถิติอนุมาน หรืออ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบค่า (t-test) การทดสอบความแปรปรวน แบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Least-Significant Different)

ผลการวิจัย

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 378 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ส่วนใหญ่มีระดับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบล บางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน โดยภาพรวม

รายการ	ระดับการมีส่วนร่วม		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการตัดสินใจ	3.82	0.63	มาก
2. ด้านการปฏิบัติ	3.78	0.80	มาก
3. ด้านการรับผลประโยชน์	3.75	0.69	มาก
4. ด้านการประเมินผล	3.69	0.90	มาก
รวม	3.76	0.41	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมา ด้านการปฏิบัติ ($\bar{X} = 3.78$) ด้านการรับผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.75$) และด้านการประเมินผล มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีระดับของการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 เพศ ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้สถิติ t-test พบว่า ในภาพรวมค่า Significant level มากกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.56 จึงปฏิเสธสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 อายุ ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมค่า Significant level มากกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.00 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุที่ต่างกันมีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน ในด้านการปฏิบัติ และด้านการประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

3.3 ระดับการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมค่า Significant level มากกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.00 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน ในด้านการตัดสินใจ และด้านการประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01



3.4 ระดับอาชีพ ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมค่า Significant level มากกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน ในด้านการปฏิบัติ และด้านการประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

3.5 ระดับรายได้ ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมค่า Significant level มากกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.00 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้ที่ต่างกันมีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน ในด้านการตัดสินใจ ด้านการปฏิบัติ และด้านการประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

อภิปรายผล

1. ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการปฏิบัติ ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสราวุธ สืบเพ็ชร (2562) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลทะเลทรัพย์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดชุมพร ผลการวิจัยพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาล ตำบลทะเลทรัพย์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดชุมพร โดยรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการปฏิบัติ ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล อภิปรายผลได้ดังนี้

1) ด้านการตัดสินใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางหรือวิธีในการพัฒนาชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ท่านมีส่วนร่วมในการพิจารณาคัดเลือกจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและความต้องการของชุมชน ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาหมู่บ้าน (วิสัยทัศน์) และทิศทางการพัฒนาตามศักยภาพของหมู่บ้าน ท่านได้รับการเปิดโอกาสให้ร่วมตัดสินใจในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ให้ตรงกับปัญหาความต้องการของชุมชน และโครงการ/กิจกรรม ที่ท่านได้เสนอในเวทีประชาคม ได้รับการบรรจุในแผนพัฒนาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลจิตร์ เสนาราช (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลดอนกลาง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำ

แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลตอนกลาง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

2) ด้านการปฏิบัติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ท่านมีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือและประสานงานต่าง ๆ กับเทศบาล ในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ท่านมีส่วนร่วมสนับสนุนทรัพยากรเพื่อนำไปพัฒนาหมู่บ้านและชุมชน ท่านมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการปฏิบัติงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น ท่านมีส่วนร่วมเป็นกรรมการในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น และท่านมีส่วนร่วมวิเคราะห์สภาพชุมชนเพื่อหาจุดที่ต้องการได้รับการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจจา โพแดน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลลาดยาว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลลาดยาว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมด้านการรับผลประโยชน์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการมีส่วนร่วม ด้านการตัดสินใจการมีส่วนร่วม ด้านดำเนินการและการมีส่วนร่วมด้านติดตามและประเมินผล

3) ด้านผลประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ท่านได้รับแนวทางแก้ไขปัญหาจากการมีส่วนร่วมในจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ท่านได้รับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ท่านได้รับผลประโยชน์ จากการมีส่วนร่วมในการนำแผนพัฒนาท้องถิ่นไปสู่การปฏิบัติ ท่านได้รับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ในด้านค่าตอบแทนการเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ และท่านได้รับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น เกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรม ด้านการศึกษา กีฬา และเยาวชน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริมา เทพวงศ์ (2562) ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านร่วมรับผลประโยชน์ รองลงมา คือ ด้านการร่วมคิด และด้านร่วมวางแผน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการร่วมติดตามและประเมินผล และด้านร่วมปฏิบัติ

4) ด้านการประเมินผล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ท่านมีส่วนร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่นด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ท่านมีส่วนร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ท่านมีส่วนร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น จากการรายงานผลการดำเนินงานประจำปี ท่านมีส่วนร่วมติดตาม





ประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยสอบถามเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลบางปะอิน และท่านมีส่วนร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น จากผลการจัดซื้อจัดจ้างของเทศบาลตำบลบางปะอิน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของกิจจา โพแดน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลลาดยาว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลลาดยาว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมด้านการรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการมีส่วนร่วม ด้านการตัดสินใจ การมีส่วนร่วม ด้านดำเนินการและการมีส่วนร่วม ด้านติดตามและประเมินผล อยู่ในระดับปานกลาง

2. จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันไป ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนประชาชนที่มีเพศ ต่างกันมีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้ เพราะเทศบาลตำบลบางปะอิน ได้เล็งเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนเนื่องจากยอมรับว่าประชาชนในชุมชนเป็นผู้รู้ถึงสภาพปัญหา และความต้องการต่าง ๆ ของชุมชนเป็นอย่างดี เพราะเป็นผู้อยู่อาศัยในพื้นที่มานานอย่างต่อเนื่อง การที่ประชาชนซึ่งเป็นผู้ที่ทราบปัญหา และความต้องการได้เข้ามาร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ของการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น จึงเป็นสิ่งที่ดีเพื่อที่จะได้สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ และการแก้ปัญหาของชุมชนได้อย่างตรงจุดกับความต้องการมากขึ้นด้วยเหตุผลดังกล่าวทางเทศบาลจึงเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน โดยให้สิทธิเสรีภาพกับผู้เข้าร่วมทุกคน เท่าเทียมกัน ไม่แบ่งแยกเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จึงส่งผลให้ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันไป ต่างก็มีโอกาสในการเข้าร่วมจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางปะอิน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปรีญา รัตนดุษฎีจิตร (2561) การศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลป่าแฉะ อำเภอบ้านดุง จังหวัดเชียงราย ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ การมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการลงพื้นที่พบปะประชาชนเพื่อรับทราบปัญหาและความต้องการของประชาชน และประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในเวทีประชาคมเพื่อเสนอปัญหาความเดือดร้อน



และความต้องการ และร่วมลงประชามติในเรื่องที่สำคัญแล้วนำผลของประชามติไปเป็นแนวทางในการตัดสินใจของผู้บริหารท้องถิ่นในการจัดทำโครงการและแผนพัฒนาของเทศบาล

2. ควรส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีความรู้ความสามารถได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการในการจัดทำแผนพัฒนาชุมชน เสนอปัญหา และความต้องการของชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาชุมชน ร่วมสร้างสรรค์ กำหนดทิศทางในการปฏิบัติ และจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึงกัน

3. ควรมีการวางแผนนโยบายแผนงาน โครงการหรือกิจกรรมโดยคำนึงถึงความต้องการของประชาชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาให้ครอบคลุมทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านการศึกษา ด้านการพัฒนา คุณภาพชีวิตและสังคม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการส่งเสริมอาชีพ ด้านสาธาณูปโภค ด้านการศาสนา และด้านสวัสดิการชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชนทุกพื้นที่

4. ควรมีการกำหนดแนวทางในการติดตามและประเมินผลแผนพัฒนาท้องถิ่นที่ชัดเจน และควรจัดตัวแทนหรือตั้งคณะทำงานในภาคประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ในการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาของเทศบาลตำบลบางปะอิน

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่สามารถส่งผลต่อการมีส่วนร่วม เช่น แรงจูงใจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลตำบลบางปะอิน ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง. (2549). *การจัดทำแผนพัฒนาขององค์กรปกครองท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง.
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2548). *คู่มือการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น.
- กิจจา โพแดน. (2557). *การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลลาดยาว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์* (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.
- โกวิทย์ พวงงาม. (2552). *การปกครองท้องถิ่นไทย: หลักการและมิติใหม่ในอนาคต*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ปรีดา เจษฎารางกุล. (2550). *การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิสัยจิตร เสนาราช. (2559). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลดอนกลาง อำเภอกอสมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ศิริรัตน์ ชุณคล้าย. (2546). *ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์*. นนทบุรี: ออฟเซ็ท แพรส.



- สุธิมา เทพวงศ์. (2562). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุปริญญา รัตนดุษฎีวิจิตร. (2561). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลป่าแะ อำเภอบัวแตด จังหวัดเชียงราย (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา.
- สุพิชญาย์ อภัยสุวรรณ. (2552). การมีส่วนร่วมของประชาชนใน โครงการพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลสะเมิงเหนือ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมคิด เลิศไพฑูรย์. (2550). กฎหมายการปกครองท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- สรารุธ สืบเพ็ชร. (2562). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลทะเลทรัพย์ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.



รูปแบบบุพปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้

Antecedents Model for the Success of Entrepreneurs

in the Fruit Export Business

อรรณพ ปานพวง¹, ธนพล ก่อฐานะ² และ บัณฑิต ผังนิรันดร์³

Unnop Panpuang¹, Tanapol Kortana² and Bundit Pungnirund³

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Doctor of Philosophy Program Department of Management Innovation,

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

E-mail: unnop.pa@ssru.ac.th¹

Received: December 13, 2022

Revised: December 26, 2022

Accepted: December 27, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับตัวแปร การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาดและอำนาจทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ 2) ศึกษาอิทธิพลของตัวแปร การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาดและอำนาจทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ 3) สร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงผสม การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ในประเทศไทย จำนวน 300 คน กำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งออกผลไม้ จำนวน 20 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Snow ball เพื่อนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาเรียบเรียง จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ ตีความ เชื่อมโยงข้อมูล หาข้อสรุป เพื่อใช้อธิบายผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณให้มีความละเอียดลึกซึ้งมีเหตุผลมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด อำนาจทางการตลาดและความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้อยู่ในระดับปานกลาง 2) การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด และอำนาจทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และ 3) รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นคือ MPL2S Model (M = Strategic Management, P = Marketing Power, L= Entrepreneurial Leadership, S = Marketing Strategy, S = Entrepreneur's Success) ผลของงานวิจัยนี้สามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการกำหนด



นโยบายการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้เพื่อส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการ ให้ประสบความสำเร็จในตลาดโลกได้

คำสำคัญ: รูปแบบบุพปัจจัย, ความสำเร็จของผู้ประกอบการ, ธุรกิจส่งออกผลไม้

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study levels of strategic management, entrepreneurial leadership, marketing strategies, and the marketing power which influenced the success of entrepreneurs in the fruit export business; 2) examine influences of strategic management, entrepreneurial leadership, marketing strategies, and marketing power on the success of entrepreneurs in the fruit export business; and 3) develop a model for the success of the entrepreneurs in the fruit export business. This research employed a mixed research methodology. For the quantitative research part, the research sample consisted of 300 entrepreneurs in fruit export business in Thailand. The sample size was determined based on the criterion of 20 times the observed variables. They were selected via stratified sampling. Data were collected with the use of a questionnaire and analyzed with a structural equation model. As for the qualitative research component, in-depth interviews were conducted with 20 key informants consisting of entrepreneurs and experts in fruit export. By selecting a sample group in the form of a snow ball to compile qualitative data. Categorize and analyze, interpret, connect data, draw conclusions to explain the results of the quantitative analysis with more depth and reason.

The findings showed that; 1) strategic management, entrepreneurial leadership, marketing strategies, marketing power, and success of entrepreneurs in the fruit export business were rated at a moderate level; 2) strategic management, entrepreneurial leadership, marketing strategies, and marketing power had an influence on the success of the entrepreneurs in the fruit export business, with a .05 level of statistical significance; 3) the model for the success of the entrepreneurs in the fruit export business, developed by the researcher, was called the MPL2S Model, consisting of M (referring to strategic management), P (referring to marketing power), L (referring to entrepreneurial leadership), S (referring to marketing strategies), and S (referring to entrepreneur's success). The results of this research can be applied as a guideline for formulating policies for fruit export business to promote the success of the entrepreneurs so that they can enjoy sustainable success in the global market.

Keywords: Antecedents Model, Entrepreneurs' Success, Fruit Export Business



บทนำ

ความสามารถทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศทั่วโลกส่วนหนึ่งที่สำคัญเกิดจากศักยภาพในการส่งออกสินค้าและความสามารถในการค้าระหว่างประเทศที่มีการแข่งขันในการทำตลาดระดับสากล ซึ่งมีปัจจัยย่อยด้านการค้าระหว่างประเทศที่มีตัวชี้วัดที่สะท้อนความสามารถ คือ ด้านดุลบัญชีเดินสะพัด การนำเข้าและส่งออกสินค้าและบริการ และอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งหากสามารถพัฒนาการแข่งขันในการส่งออกได้มากขึ้นก็จะส่งผลต่ออันดับความสามารถของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ในประเทศไทยภาครัฐมีการพัฒนาความสามารถในการส่งออกสินค้าและบริการสู่ตลาดสากลมาโดยตลอดเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความพร้อม พัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงความต้องการของตลาดต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ สร้างโอกาสทางการตลาด รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขัน ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก การเปลี่ยนแปลงอันดับความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศเป็นผลจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจโลก เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการเมืองภายในประเทศ ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ โดยเฉพาะปัญหาการแพร่ระบาดของ COVID – 19 ที่ส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศและอุปสงค์ตลาดโลกทำให้เกิดการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานจากการปิดเมืองและจำกัดกิจกรรมทุกอย่าง เมื่อมีโอกาสและความปลอดภัยตามมาตรการการป้องกันโรคมีมากขึ้น ภาครัฐจึงใช้มาตรการในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจมากขึ้น ทั้งการเป็นผู้ประกอบการ ยุคใหม่และการเกษตรอัจฉริยะที่มีการระบุแหล่งผลิตทางภูมิศาสตร์ รวมถึงนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ให้มากขึ้น ซึ่งธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 เพื่อสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าของไทยให้สามารถขยายการส่งออกและการลงทุนไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV และกลุ่มอื่น ๆ ทั่วโลก โดยมีค่าเป้าหมายการบรรลุการส่งออกในปี พ.ศ.2565 สัดส่วนการส่งออกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกรวมของประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2564)

อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย กำหนดค่าเป้าหมายที่ต้องบรรลุในปี พ.ศ. 2565 อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยอยู่ในอันดับที่ 1 ใน 5 เมื่อพิจารณาอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของประเทศสมาชิกอาเซียน ในปี พ.ศ. 2563 พบว่า สิงคโปร์ ได้รับการจัดอันดับอยู่ในลำดับที่ 1 และประเทศไทย อยู่ในลำดับที่ 5 ภาครัฐมีการสร้างความเข้มแข็งให้เป็นผู้ประกอบการอัจฉริยะโดยเฉพาะในวิสาหกิจที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดดทำให้นานาประเทศทั่วโลกให้ความสำคัญ และกำหนดเป็นเป้าหมายในการส่งเสริม ทั้งนี้การบรรลุเป้าหมายให้มีการขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้นมีปัจจัยที่สำคัญ อาทิ ทักษะความรู้ในการประกอบธุรกิจ จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการ การพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย การปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจ รวมทั้งการสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนและช่องทางตลาดให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมยุคใหม่ การพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารในยุคดิจิทัลที่มีความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ และอุปกรณ์อัจฉริยะต่าง ๆ เพื่อยกระดับศักยภาพการดำเนินธุรกิจและอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันที่มีแนวโน้มแข่งขันกันอย่างเข้มข้น





การส่งเสริมการส่งออกผลไม้ให้กับผู้ประกอบการในประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2563 ภาครัฐได้ดำเนินมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถส่งออกในระดับสากล รวมทั้งสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพให้สามารถขยายมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นที่สำคัญเช่น โครงการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการส่งออกและ ลงทุนในต่างประเทศด้วยความมั่นใจ ซึ่งธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ได้สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศตามศักยภาพของธุรกิจ ด้วยการจัดการกับความเสี่ยงด้านการส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศ โดยใน 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2563 มูลค่าสะสมของธุรกิจบริการประกัน การค้าและการลงทุนมีมูลค่ารวม 125,192 ล้านบาท (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) และโครงการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสู่สากล ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สนับสนุนให้เกิดการจับคู่เจรจาการค้าและสร้างเครือข่าย พันธมิตรทางการค้ากับคู่ค้าต่างประเทศ ก่อให้เกิดมูลค่าการส่งออกสินค้าเป็นจำนวนมาก แม้ว่าสัดส่วนการส่งออกของ SME ต่อการส่งออกรวมของประเทศจะอยู่ในระดับที่ดีและบรรลุค่าเป้าหมาย แต่การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนดังกล่าวเกิดจากมูลค่าการส่งออกของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นผลกระทบจากอุปสงค์โลกที่หดตัวลง และการหยุดชะงักของห่วงโซ่การผลิตของโลกอันเป็นผลมาจากการระบาดของโควิด-19 การเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนการผลิตให้ทันกับบริบทและสถานการณ์ทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเร่งรัดการเจรจาและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีที่มีอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า โดยเฉพาะการส่งออกผลไม้ที่ผู้ประกอบการรายใหม่ยังขาดทักษะในการส่งออกและไม่สามารถทำให้การส่งออกผลไม้มีศักยภาพในการแข่งขันระดับโลก

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา เรื่อง รูปแบบบุปปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้สามารถขยายตลาดต่างประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยจากการส่งออกให้มั่นคงและเติบโตอย่างมีศักยภาพตลอดไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับตัวแปร การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาดและอำนาจทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปร การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการกลยุทธ์ทางการตลาดและอำนาจทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้
3. เพื่อสร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้

สมมติฐานการวิจัย

1. ตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ
2. ตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาด



3. ตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรอำนาจทางการตลาด
4. ตัวแปรภาวะผู้นำของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาด
5. ตัวแปรอำนาจทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาด
6. ตัวแปรภาวะผู้นำของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้
7. ตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้
8. ตัวแปรอำนาจทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้

การทบทวนวรรณกรรม

รูปแบบบุพปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้มีเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1) แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ 2) แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้

ในการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง ไปต่างประเทศนั้นผู้ประกอบการต้องมีศักยภาพในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการส่งสินค้าออก ใช้ทักษะในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ มีความรู้เกี่ยวกับพิธีสาร และมีการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถตอบสนองลูกค้าในแต่ละประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการต้องมีภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ด้านการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง โดยสามารถทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ และสามารถสร้างความได้เปรียบจากประเทศคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าของไทยมากที่สุด ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงต้องมีการวางแผน กำหนดนโยบายการส่งออกที่ชัดเจน นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Sisay, 2018)

Suhana Safari et al. (2021) ได้ให้แนวคิดของตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการทำให้การส่งออกผลไม้ได้รับการยอมรับจากลูกค้า ซึ่งมาจากกลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งออกที่สามารถทำให้ลูกค้าต่างประเทศเกิดความประทับใจในสินค้า และผ่านการตรวจสอบตามมาตรฐานของกฎระเบียบในแต่ละประเทศและมาตรฐานสากล ผู้ส่งออกเข้าใจห่วงโซ่อุปทานส่งออกผลไม้ไปยังต่างประเทศตามมาตรการใหม่ที่ลงนามข้อตกลงทางการค้า จึงเข้าใจการส่งออก ห่วงโซ่อุปทานมีความจำเป็นสำหรับการตัดสินใจภายใต้ข้อมูลผ่านการจัดตั้งทีมงานข้ามสายงานด้วยความไว้วางใจและเต็มใจด้วยความมุ่งมั่นจะกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มขึ้นของการส่งออกผลไม้ในอนาคต การปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก ทั้งวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของผู้นำ ทรัพยากรบุคคล ความสามารถในการจัดการความสามารถขององค์กร ความสามารถทางการตลาดที่ตอบสนองต่อลูกค้า ความสามารถในการจัดการ



ความสัมพันธ์ ความสามารถทางเทคนิค ความสามารถในการตอบโต้ของคู่แข่ง ความสามารถในการรับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความสามารถทางการเงิน ความสามารถด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ และการจัดการตราสินค้า เป็นการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ การใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ และการสร้างอำนาจทางการตลาด เพื่อปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกในบริบทของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งเป็นตัวแปรในการนำไปสู่ความสำเร็จของการส่งออกผลไม้ (Minh Tuan NGUYEN, Bui Thanh KHOA, 2020)

ในการทำตลาดและการประสานงานระหว่างกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้ากับท้องถิ่น เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของการส่งออกผลไม้ ผู้ส่งออกให้ความสำคัญกับการเก็บรักษา บรรจุภัณฑ์ การติดตามแหล่งกำเนิดสินค้า และการบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นการวางรากฐานสำหรับโอกาสในตลาดอื่น ๆ ต่อการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Callaghan, 2021) ในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าผลไม้ ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีการวางแผนในการคิดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามที่ตลาดต่างประเทศต้องการ โดยการกำหนดราคาที่เหมาะสม มีช่องทางและสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดใจลูกค้า สร้างพันธมิตรและเครือข่ายทางการค้าในแต่ละประเทศเพื่อการจำหน่ายสินค้า โดยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะและประสบการณ์ในการส่งออกสินค้า มีการนำเสนอสินค้าหลากหลายรูปแบบทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ รวมถึงการจัดแสดงสินค้าเพื่อสร้างความใกล้ชิดกับผู้บริโภคในทุกประเทศที่มีการส่งออกผลไม้ (Callaghan, 2021) ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวเกิดจากภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ที่มีทักษะในการส่งออกผลไม้ที่มีวิสัยทัศน์ในการส่งออกและมีความรอบรู้ในด้านลูกค้าของแต่ละประเทศ นอกจากนั้นสามารถรักษาการเติบโตของการส่งออกผลไม้ที่มีการควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสารกำจัดศัตรูพืชตกค้าง มุ่งเน้นการเสริมสร้างด้านวัตถุดิบเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของผลไม้ส่งออก การเพิ่มคุณภาพผลไม้ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกสำหรับการส่งออก

Karimi, et al. (2021) พบว่า ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการและการวางแผนทางการตลาด เป็นบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ ดังนั้นประสิทธิภาพของนโยบายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและกฎหมายในการส่งเสริมนวัตกรรมผู้ประกอบการข้ามทวีปจึงขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในการสร้างอำนาจในการแข่งขันเพื่อให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจส่งออก (Guerrero and Urbano, 2019) ที่เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดระดับสากล มุ่งคิดค้น พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสู่ตลาดใหม่จะเป็นปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จในการค้าของตลาดต่างประเทศ

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสังเคราะห์การทบทวนวรรณกรรม จึงได้องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ที่ได้จากการสังเคราะห์องค์ประกอบในการวิจัยมี 4 ตัวแปร ดังนี้ 1) การจัดการเชิงกลยุทธ์ 2) ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ 3) กลยุทธ์ทางการตลาด 4) อำนาจทางการตลาด

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้

ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการส่งออกผลไม้ไปต่างประเทศ เกิดจากความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้ประกอบการในการส่งออกผลไม้ที่พิจารณาคัดเลือกประเภทและชนิดของผลไม้ส่งออกให้สอดคล้องกับ



ความต้องการของประเทศปลายทางที่อนุญาตให้นำเข้าโดยการผ่านพิธีสารซึ่งผลไม้ที่ส่งออกมีทั้งสด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ที่มีคุณภาพสูงระดับมาตรฐานสากล สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและลูกค้าในต่างประเทศ Callaghan (2021) ได้กล่าวถึงความสำเร็จของการส่งออกผลไม้ว่า สามารถทำให้ธุรกิจได้รับผลกำไรที่สูงขึ้นจากการยอมรับของลูกค้าที่ประทับใจในรสชาติของผลไม้ ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 การส่งออกและการตลาดผลไม้ปรับเปลี่ยนวิธีการทางธุรกิจโดยเปิดจำหน่ายทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งก็ได้ผลดีที่สามารถทำให้ธุรกิจส่งออกผลไม้ยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ (Knowles, 2021)

Henry (2020) มีแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการส่งออกผลไม้ว่า เป็นประสิทธิภาพในการส่งออกผลไม้ของผู้ประกอบการที่สามารถสร้างกำไรให้มากขึ้นจากความนิยมของลูกค้าในต่างประเทศ เพราะการที่มีผลไม้รสชาติเป็นเลิศในราคาที่ไม่แพงเกินไปทำให้ยอดการสั่งซื้อผลไม้จากทุกประเทศเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ Jing Zang (2021) ที่เห็นว่าความสำเร็จในการส่งออกผลไม้ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องลูกค้าให้กับยอมรับมากขึ้น การส่งออกผลไม้ที่อยู่ในความต้องการและการตอบรับของลูกค้าทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

Siekman (2021) เห็นว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ เกิดจากการจัดการในการส่งออกที่มีประสิทธิภาพ ทำให้มีกำไรจากผลประกอบการสูงขึ้นจากความนิยมของลูกค้าทุกประเทศ และยอดการสั่งซื้อผลไม้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจมีอำนาจในการแข่งขันมากขึ้น

Sisay (2018) เห็นว่า ความสำเร็จของธุรกิจส่งออกผลไม้เป็นผลประกอบการของธุรกิจที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าในแต่ละประเทศที่ส่งออก ทั้งด้านคุณภาพของผลไม้และราคาที่ลูกค้ารับได้ ทั้งสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศ สอดคล้องกับแนวคิดของ Safari et al. (2021) ที่เห็นว่า ห่วงโซ่อุปทานในการส่งออกก็มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออกผลไม้ การยอมรับของลูกค้าในสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากจะทำให้มีการสั่งซื้อสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Thabit & Raewf (2018) เห็นว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมีส่วนสำคัญในการทำให้ธุรกิจส่งออกได้รับการยอมรับจากลูกค้าเพราะสามารถสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าได้เห็นคุณภาพและความสมบูรณ์ของผลไม้ทั้งรสชาติและความปลอดภัย ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในสินค้าส่งผลให้มียอดสั่งซื้อสินค้าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการขายมีผลอย่างมากต่อการเพิ่มยอดขายสินค้า และการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพส่งผลดีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และสอดคล้องกับแนวคิดของ Guerrero (2021) ที่เห็นว่าศักยภาพและภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสามารถส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจและทำให้ธุรกิจเติบโตจากการขยายตลาดและมีอำนาจในการแข่งขัน ส่งผลให้ธุรกิจได้รับการยอมรับมากขึ้นและมีผลประกอบการเพิ่มขึ้น

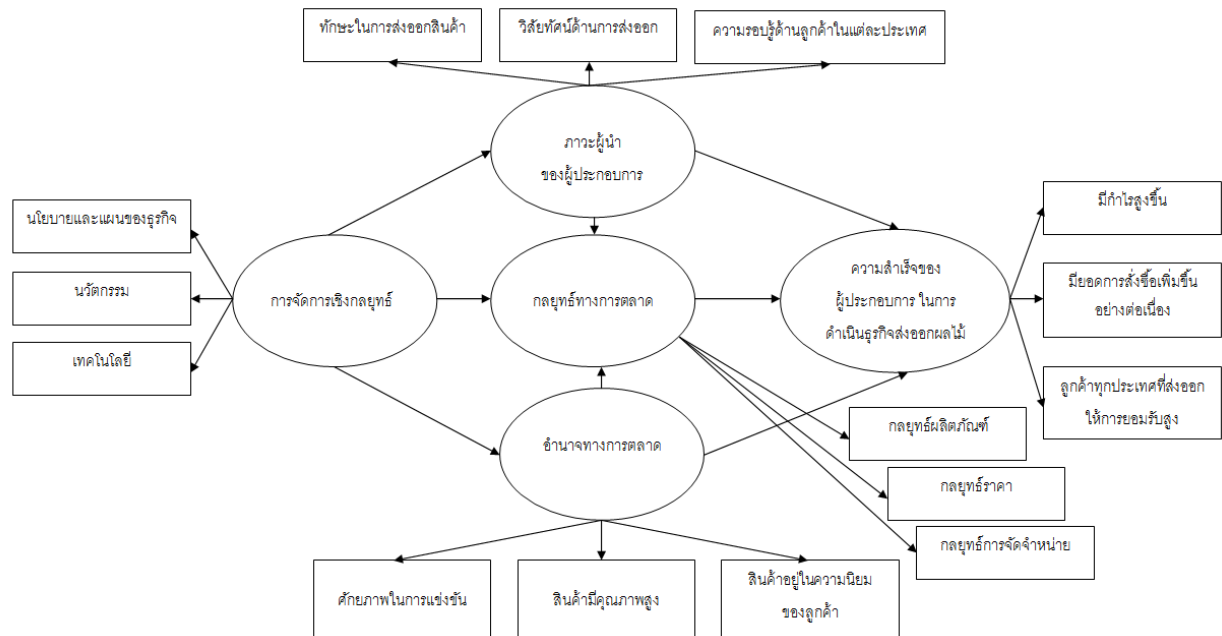
พิมพ์ณัฐชา บุญยมาลิก (2560) ได้กล่าวถึงความสำเร็จของการส่งออกผลไม้ว่า กลยุทธ์ส่งเสริมการส่งออกที่เน้นคุณภาพของผลไม้ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำไปจนถึงมือของผู้บริโภคในต่างประเทศ และเน้นการตลาดรวมถึงการจัดแสดงสินค้าที่ควรจัดแสดงอย่างต่อเนื่องในตลาดต่างประเทศ จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจส่งออกผลไม้ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในทุกประเทศที่ส่งออก

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสังเคราะห์การทบทวนวรรณกรรม แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ที่ได้จากการสังเคราะห์องค์ประกอบในการ



วิจัย มี 3 ตัวแปร ดังนี้ 1) มีกำไรสูงขึ้น 2) มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และ 3) ลูกค้าทุกประเทศที่ส่งออกให้การยอมรับสูง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ดำเนินการโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methodology) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ในประเทศไทย จำนวน 624 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณได้มาโดย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการประมาณค่าจากตัวแปรสังเกต (Observation Variable) ในสัดส่วน 1 ต่อ 20 ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 15 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 300 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ จากผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การจัดทำเครื่องมือในการวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสอบถามจากผู้ประกอบการส่งออกผลไม้

โครงสร้างแบบสอบถามมีลักษณะการตอบแบบปลายปิด แบ่งเป็น 6 ตอนคือ



ตอนที่ 1 คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา กำไรสุทธิ จากธุรกิจต่อปีและผู้ประกอบการส่งออกผลไม้อะไร

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ เกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ นโยบายและแผนของธุรกิจ นวัตกรรม และเทคโนโลยี จำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ เกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ทักษะในการส่งออกสินค้า วิสัยทัศน์ด้านการส่งออก และความรอบรู้ด้านลูกค้าในแต่ละประเทศ จำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามการรับรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย จำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 5 แบบสอบถามการรับรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ เกี่ยวกับอำนาจทางการตลาด ศักยภาพในการแข่งขัน สินค้ามีคุณภาพสูง และสินค้าอยู่ในความนิยมของลูกค้า จำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 6 แบบสอบถามการรับรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ เกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ มีกำไรสูงขึ้น มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และลูกค้าทุกประเทศที่ส่งออกให้การยอมรับสูง จำนวน 24 ข้อ

สำหรับตอนที่ 2 ถึงตอนที่ 6 ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ โดยตั้งคำถามจากวัตถุประสงค์ ส่วนเนื้อหาในการตั้งคำถาม มาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาออกแบบเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราประมาณค่า โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert, 1932) ซึ่งเป็นมาตรวัดแบบรวมคะแนน มีการแบ่งคำตอบในมาตรวัดประเภทนี้ออกเป็น 5 ช่วง ได้แก่ มากที่สุดเท่ากับ 5 คะแนน มากเท่ากับ 4 คะแนน ปานกลางเท่ากับ 3 คะแนน น้อยเท่ากับ 2 คะแนน และน้อยที่สุดเท่ากับ 1 คะแนน

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่วัดค่าความถูกต้องด้านเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ และมีการปรับแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ที่ไม่ได้เลือกจากการจับฉลาก และมีลักษณะคุณสมบัติใกล้เคียงกับผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน โดยวิธีการสอบถามต่อหน้า (face to face) หากมีข้อสงสัยจะได้อธิบายหรือแก้ไขให้ถูกต้องตามความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม และสอดคล้องกับเนื้อหาที่จะทำการวัด หลังจากนั้นจึงนำผลที่ได้มาทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือโดยวิธีการของ ครอนบัค (Cronbach's alpha) (Cronbach, 1951) ผลการทดสอบปรากฏว่ามาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไปแสดงว่ามาตรวัดของตัวแปรมีความน่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย ในการอธิบายระดับของตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด และอำนาจทางการตลาด ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยการหาค่าเฉลี่ยจากคะแนนคำตอบของ





มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่าแต่ละมาตรวัดตัวแปรเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการแปลผลข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการแปลผลข้อมูลตามเกณฑ์การแปลความหมายและค่าเฉลี่ยของบุญชม ศรีสะอาด (2539)

สถิติเพื่อการวิเคราะห์ ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อ 2 ของการวิจัย การตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมากับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้พิจารณาใช้ค่าดัชนีและเกณฑ์การพิจารณาตามแนวทางของนักวิชาการหลายท่าน (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008; Mac Callum et al., 1996; Schumacker & Lomax, 2010) ดังนี้

(1) ค่าไคส์แควร์สัมพัทธ์ (relation chi – square) คือค่าไคส์แควร์หารด้วยค่าองศาแห่งความเป็นอิสระ (X^2 / df) หากมีค่าน้อยกว่า 5.0 ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008)

(2) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า Root Mean Square Error of Approximation; RMSEA) หากมีค่าเท่ากับหรือต่ำกว่า 0.08 ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Mac Callum, et al., 1996)

(3) ค่าดัชนีที่บ่งบอกถึงความสอดคล้องของข้อมูลเชิงประจักษ์ กับแบบจำลองที่กำหนดขึ้น (Goodness of Fit Index: GFI) หากมีค่ามากกว่า 0.90 ขึ้นไป ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

(4) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องอิงเกณฑ์ (normed fit index: NFI) หากมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Schumacker & Lomax, 2010)

(5) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Schumacker & Lomax, 2010)

(6) ค่าดัชนีวัดค่าเฉลี่ยส่วนที่เหลือจากการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวน และค่าความแปรปรวนร่วม (Root Mean square Residual : RMR) หากเท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05 ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

(7) ค่าดัชนีความกลมกลืนเชิงประหยัด (Parsimonious Fit indices: PGFI, PNFI) มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบนัยทางความคิดของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ รวมทั้งความคิดเห็นต่อตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ



ส่งออกผลไม้ จำนวน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับธุรกิจส่งออกผลไม้ จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน ซึ่งมีความรู้ ความสามารถเพียงพอในการให้ข้อมูลได้ (Marshall, 1996) โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้ 1. เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ 2. เป็นผู้ที่ปฏิบัติงานในระดับผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ในประเทศไทย 3. เป็นผู้ประกอบธุรกิจส่งออกผลไม้ในประเทศไทยไม่น้อยกว่า 1 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง โดยใช้การสังเกตและการสัมภาษณ์เป็นหลักในการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ จะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งแบบสัมภาษณ์จะเป็นไปตามแนวคำถามของวัตถุประสงค์การวิจัย แต่จะเปิดกว้างด้านคำตอบ คำถามหลักจะประกอบไปด้วย ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด และอำนาจทางการตลาดเมื่อสร้างแบบสัมภาษณ์เสร็จจะนำไปขอรับการแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อความถูกต้องต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบและดำเนินการดังนี้ (1) จัดระเบียบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล (data organization) (2) แสดงข้อมูล (data display) ด้วยการนำมาจัดใหม่เป็นกลุ่มจากความรู้พื้นฐานในงานวิจัยของผู้วิจัยเอง เพื่อให้ได้ความหมายและความเข้าใจอีกระดับหนึ่ง เกิดความหมายใหม่ในการตอบคำถามการวิจัย (3) หาข้อสรุปและตรวจสอบรวมทั้งตีความข้อสรุปที่หาได้ (ไชย โปธิสิตา, 2550)

ผลการวิจัย

1) การศึกษาระดับของตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด อำนาจทางการตลาด และความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของระดับตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด และอำนาจทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ (n=300)

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
การจัดการเชิงกลยุทธ์ (STRMN)	3.30	.81	ปานกลาง
ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ (ENTLD)	3.20	.84	ปานกลาง
กลยุทธ์ทางการตลาด (MAKSG)	3.31	.80	ปานกลาง
อำนาจทางการตลาด (MKPOW)	3.41	.84	ปานกลาง
ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้(FRTEX)	3.30	.81	ปานกลาง



จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อแยกรายด้านตามลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ อำนาจทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์ ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ และภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ตามลำดับ

2) อิทธิพลของตัวแปร การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด และอำนาจทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้ (n=300)

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น			
			ภาวะผู้นำของ	อำนาจทาง	กลยุทธ์ทาง	การจัดการ
			ผู้ประกอบการ (ENTLD)	การตลาด (MKPOW)	การตลาด (MAKSG)	เชิงกลยุทธ์ (STRMN)
ภาวะผู้นำของ ผู้ประกอบการ (ENTLD)	.80	DE	-	-	-	.90*(11.46)
		IE	-	-	-	-
		TE	-	-	-	.90*(11.46)
อำนาจทางการตลาด (MKPOW)	.36	DE	-	-	-	.60*(9.34)
		IE	-	-	-	-
		TE	-	-	-	.60*(9.34)
กลยุทธ์ทางการตลาด (MAKSG)	.61	DE	.86*(2.96)	.70*(4.96)	-	.65*(4.57)
		IE	-	-	-	.23*(2.99)
		TE	.86(2.96)	.70*(4.96)	-	.88*(6.72)
ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ ในการ ดำเนินธุรกิจส่งออก ผลไม้(FRTEX)	.70	DE	.43*(3.85)	.50*(2.53)	.40*(4.00)	-
		IE	.34*(2.96)	.34*(2.70)	-	.71*(11.77)
		TE	.77*(5.74)	.84*(2.96)	.40*(4.00)	.71*(11.77)
$\chi^2 = 105.28$ df = 65 p-value = .00116, $\chi^2 / df = 1.61$, RMSEA = .046, RMR = .024, SRMR = .036, CFI = .99, GFI = .96, AGFI = .92, CN = 245.56						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

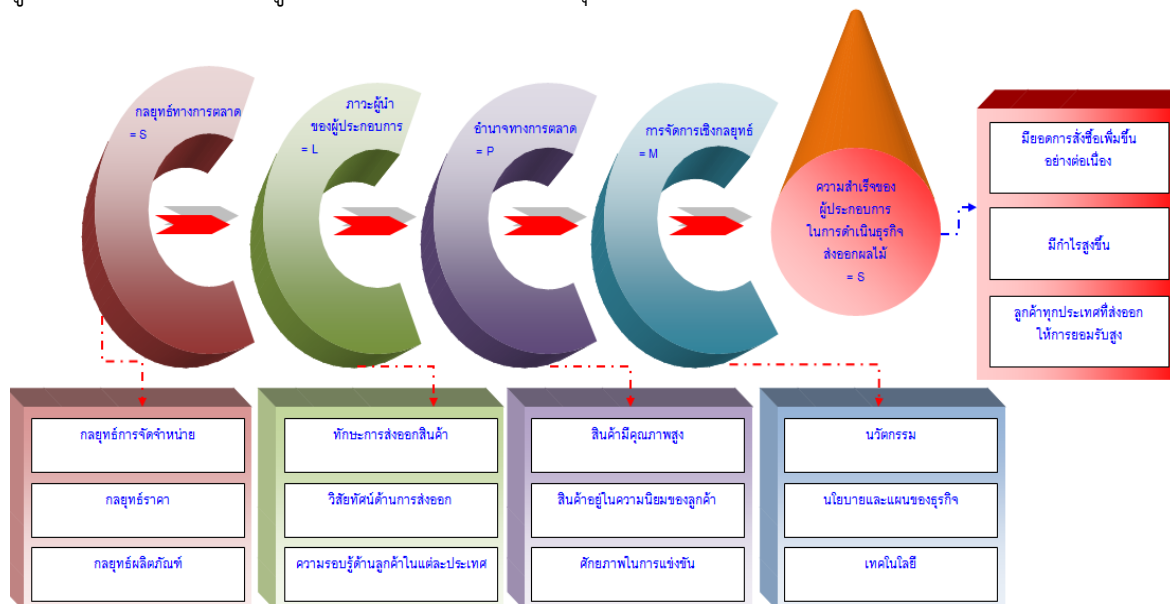
หมายเหตุ ในวงเล็บ เป็นค่าสถิติทดสอบ t หากมีค่าไม่อยู่ระหว่าง -1.96 ถึง 1.96 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า อิทธิพลของตัวแปร การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการกลยุทธ์ทางการตลาดและอำนาจทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ พบว่า สมการเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุ (Independent Variable) ที่ส่งผลทางตรง (Direct Effect) ต่อตัวแปรแฝงเชิงผล (Dependent Variable) ในแบบจำลองที่พัฒนาและปรับแก้แล้ว (Adjust Model)



แสดงให้เห็นว่า อำนาจทางการตลาด ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถอธิบายความแปรปรวน หรือทำนาย ได้ร้อยละ 70 สรุปได้ว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยทุกข้อ

3) รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ผลการวิจัยพบว่า สมการเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกที่มีอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) ต่อตัวแปรแฝงภายใน (Reduced equations) ที่ได้ทำการศึกษาในแบบจำลองที่พัฒนาและปรับแก้แล้ว (Adjust Model) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลโดยรวมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถทำนายได้ร้อยละ 51 หลังจากที่ได้ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้ว จึงได้พัฒนา MPL2S Model (M = Strategic Management, P = Marketing Power, L = Entrepreneurial Leadership, S = Marketing Strategy, S = Entrepreneur's Success) เป็นรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ MPL2S Model (M = Strategic Management, P = Marketing Power, L = Entrepreneurial Leadership, S = Marketing Strategy, S = Entrepreneur's Success)

อภิปรายผล

1) ระดับของตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด อำนาจทางการตลาด และความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ผลการวิจัยพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง การสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ควรมีการจัดการด้านกระบวนการบริหารของธุรกิจส่งออกผลไม้ด้วยการกำหนด นโยบายและแผนของธุรกิจ ให้มีความชัดเจน โดยการนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการส่งออก สอดคล้องกับการศึกษาของ สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และเมธา สุธีโรจน์ (2555) เรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของ



อุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า สภาพการแข่งขันในปัจจุบันองค์กรจำเป็นต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ด้านการส่งออกจะใช้ความรู้และทักษะในการส่งออกสินค้า ในการวิเคราะห์ การวางแผนการปฏิบัติงานทางการตลาด ทั้งยังต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเทศเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ การใช้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และ การจัดจำหน่าย ก็มีส่วนสำคัญในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองลูกค้าได้ตามที่ต้องการ ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสร้างการรับรู้คุณค่าของสินค้าผลไม้ส่งออกในราคาที่เหมาะสม มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สร้างความสะดวกรวดเร็วในแต่ละประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของอนุสรณ์ คนกล้า และคณะ (2562) ที่ทำการศึกษาลำดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองพะเยา ผลการวิจัยแสดงว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านผลิตภัณฑ์ คือสินค้ามีคุณภาพดีตามสรรพคุณและคุณสมบัติ ด้านราคา คือมีราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือมีสถานที่ตั้งมีความสะดวกในการซื้อ จำหน่ายสินค้าหลากหลาย สามารถหาซื้อได้ง่าย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันด้วยคุณภาพของสินค้าและความนิยมของลูกค้า เป็นอำนาจทางการตลาดที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และนำไปสู่กำไรที่สูงขึ้น มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและลูกค้าให้การยอมรับในทุกประเทศ

2) อิทธิพลของตัวแปร การจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการกลยุทธ์ทางการตลาดและอำนาจทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ พบว่าเป็นไปตามสมมติฐานทั้ง 8 ข้อ โดยสามารถอภิปรายผลโดยมีผลงานวิจัยที่มีความสอดคล้องกับตัวแปรที่กำหนดโดยสรุปได้ดังนี้

2.1) อิทธิพลของตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อตัวแปรภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ได้ข้อค้นพบว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ประกอบด้วย นโยบายและแผนของธุรกิจ นวัตกรรม และเทคโนโลยีสามารถทำให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะและวิสัยทัศน์ในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเทศ สอดคล้องกับการศึกษาของเริงชัย ต้นสุชาติและสุเทพ นิมสาย (2559) ที่ศึกษาการวิเคราะห์หลักการตลาดและแนวทางการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจของการส่งออกผลไม้สดของไทยในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าการเพิ่มโอกาสทางการศึกษาพบว่า แนวโน้มความต้องการนำเข้าผลไม้สดของประเทศไทยในสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาสและความท้าทายของอุตสาหกรรมการส่งออกผลไม้สดของไทย ปัจจุบันแนวโน้มตลาดและความนิยมของผู้บริโภคผลไม้สดของไทยในสหรัฐอเมริกา เอ็มเรตส์อยู่ในเกณฑ์ดี และมีความสามารถในการแข่งขันสูง สามารถแบ่งตลาดได้ 3 ระดับ คือ ตลาดระดับบน ตลาดระดับกลาง และตลาดระดับทั่วไป

2.2) อิทธิพลของตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาดได้ข้อค้นพบว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ประกอบด้วย นโยบายและแผนของธุรกิจ นวัตกรรม และเทคโนโลยีสามารถทำให้ การวางแผนการส่งออกผลไม้และการคัดคุณภาพของผลไม้แต่ละชนิดเป็นไปตามเป้าหมายในช่วงเวลาที่ต้องการเพื่อการจัดจำหน่ายและส่งถึงมือผู้บริโภคในแต่ละประเทศตามยอดที่สั่งซื้อ สอดคล้องกับการศึกษาของ Emily (2021) ที่ศึกษาเรื่อง Yonghui Superstores CEO Unveils New Direction as Digital Platform พบว่า การเปิดตัว



ทิศทางใหม่ในฐานะแพลตฟอร์มดิจิทัลในการค้าปลีกทุกช่องทางดิจิทัล โดยอิงจากวัตถุดิบสดใหม่และเน้นที่ลูกค้าจากมุมมองขององค์กรจะมุ่งไปสู่โครงสร้างที่มุ่งเน้นการส่งเสริมผู้มีความสามารถรุ่นใหม่ และเป็นแพลตฟอร์มการค้าปลีกแบบ Omnichannel ที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

2.3) อิทธิพลของตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อตัวแปรอำนาจทางการตลาดได้ข้อค้นพบว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ประกอบด้วย นโยบายและแผนของธุรกิจ นวัตกรรม และเทคโนโลยีสามารถทำให้ ธุรกิจส่งออกผลไม่มียกยภาพในการแข่งขัน เพราะสินค้ามีคุณภาพสูง และสินค้าอยู่ในความนิยมของลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ Chung and Ho (2021) เรื่อง International competitive strategies, organizational learning and export performance: a match and mis-match conceptualization ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การแข่งขันระดับนานาชาติ การเรียนรู้ขององค์กรและประสิทธิภาพการส่งออก เพื่อตรวจสอบผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขันระหว่างประเทศ เช่น ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนและการสร้างความแตกต่างต่อประสิทธิภาพการส่งออก ส่วนแบ่งการตลาดและกลยุทธ์ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีผลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของส่วนแบ่งการตลาด ผลกระทบนี้ได้รับการปรับปรุงโดยการเรียนรู้เชิงสำรวจ ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนยังส่งผลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพเชิงกลยุทธ์

2.4) การอภิปรายผล อิทธิพลของตัวแปรภาวะผู้นำของผู้ประกอบการที่มีต่อตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาด ได้ข้อค้นพบว่าภาวะผู้นำของผู้ประกอบการที่ประกอบด้วย การมีทักษะในการส่งออกสินค้า มีวิสัยทัศน์ด้านการส่งออก และความรอบรู้ด้านลูกค้าในแต่ละประเทศสามารถทำให้ ปรับเปลี่ยนและจัดหาผลไม่ที่มีคุณภาพสูงตามที่ลูกค้าต้องการด้วยราคาที่ไม่แพงเกินไปและเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทางเพื่อให้ลูกค้าสะดวกและได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับการศึกษาของ Mehmood, Zhang, Waheed (2019) ได้ศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำของผู้ประกอบการที่มีต่อนวัตกรรมองค์กร บทบาทของบรรยากาศนวัตกรรม โดยศึกษากับผู้ประกอบการของประเทศปากีสถาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า มีผลเชิงบวกที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมองค์กร และศักยภาพภาวะผู้นำมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรโดยรวม

2.5) อิทธิพลของตัวแปรอำนาจทางการตลาดที่มีต่อตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาด ได้ข้อค้นพบว่าอำนาจทางการตลาดที่ประกอบด้วย ศักยภาพในการแข่งขัน สินค้ามีคุณภาพสูง และสินค้าอยู่ในความนิยมของลูกค้า สามารถทำให้ มีการปรับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคาและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Daniel (2018) ที่ศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์ทางการตลาดต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อประสิทธิภาพองค์กร ทั้งกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การกำหนดราคา กลยุทธ์การส่งเสริมการขายและกลยุทธ์การจัดวางที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดในด้านประสิทธิภาพ พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งโปรโมชั่น ราคา การจัดจำหน่ายและผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพโดยรวมของบริษัท และการปรับตัวมีผลกระทบต่อยอดขาย ลูกค้า และประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทโดยความสำเร็จในการดำเนินการจากกลยุทธ์ทางการตลาด

2.6) อิทธิพลของตัวแปรภาวะผู้นำของผู้ประกอบการที่มีต่อตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม่ได้ข้อค้นพบว่าภาวะผู้นำของผู้ประกอบการที่ประกอบด้วย มีทักษะในการส่งออก



สินค้า มีวิสัยทัศน์ด้านการส่งออก และความรอบรู้ด้านลูกค้าในแต่ละประเทศ สามารถทำให้ ธุรกิจส่งออกผลไม้กำไรสูงขึ้น มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และลูกค้าทุกประเทศที่ส่งออกให้การยอมรับสูง สอดคล้องกับการศึกษาของ Shahin Assadinia, Nathaniel Boso, Magnus Hultman, Matthew Robson (2019) ที่ศึกษากระบวนการเรียนรู้การส่งออกส่งผลต่อการเติบโตของยอดขายในกิจกรรมการส่งออกหรือไม่ ความเข้าใจในการเรียนรู้จากประสบการณ์ผ่านกระบวนการเรียนรู้การส่งออก และผลลัพธ์มีจำกัดในเอกสารการตลาดระหว่างประเทศ ผลพบว่า กระบวนการเรียนรู้การส่งออก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ส่งออกทั้งในสหราชอาณาจักรและจีน ผลลัพธ์ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของแหล่งความรู้จากประสบการณ์และการปรับกลยุทธ์ในความสัมพันธ์ระหว่าง กระบวนการเรียนรู้การส่งออก และการเติบโตของยอดขายส่งออก ในทั้งสองตัวอย่าง ทรัพยากรความรู้จากประสบการณ์ การปรับกลยุทธ์ทางการตลาดมีบทบาทในเชิงลบกับกลุ่มตัวอย่างของจีน แต่ไม่มีผลกระทบดังกล่าวในกลุ่มตัวอย่างในสหราชอาณาจักร

2.7) อิทธิพลของตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีต่อตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ได้ข้อค้นพบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดที่ประกอบด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา และกลยุทธ์การจัดจำหน่าย สามารถทำให้ ลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพของผลไม้ส่งออก ราคาและช่องทางการเข้าถึงสินค้าส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ซึ่งสอดคล้องกับ Richards & Richards (2020) ศึกษาผลกระทบจากโควิด-19 ต่อตลาดผักและผลไม้ ตลาดผลไม้และผักของแคนาดา พบว่าได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากการแพร่กระจายของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ COVID-19 ซึ่งเริ่มในเดือนมีนาคม 2020 เนื่องจากการปิดร้านอาหาร บาร์ และโรงเรียน ผู้ปลูก และผู้จัดจำหน่ายถูกบังคับให้เปลี่ยนวิธีการเกือบทั้งหมดจากบริการด้านอาหารไปยังช่องทางการขายปลีก ผู้ขนส่งรายงานข้อจำกัดด้านแรงงานและการขนส่งในการเปลี่ยนแปลง แต่ห่วงโซ่อุปทานของผลิตผลยังคงแข็งแกร่ง ในระยะยาว คาดหวังการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในพฤติกรรมซื้ออาหารออนไลน์ของผู้บริโภค ข้อจำกัดที่เพิ่มขึ้นในตลาดแรงงานอพยพ และความเข้มข้นที่เข้มงวดมากขึ้นในการกระจายผลิตผลและการค้าขายปลีก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะทำให้เกิดผลกระทบกับธุรกิจน้อยที่สุด

2.8) อิทธิพลของตัวแปรอำนาจทางการตลาดที่มีต่อตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ได้ข้อค้นพบว่าอำนาจทางการตลาดที่ประกอบด้วย ศักยภาพในการแข่งขัน สินค้ามีคุณภาพสูง และสินค้าอยู่ในความนิยมของลูกค้าสามารถทำให้ ผลไม้ส่งออกมีประสิทธิภาพตามที่ลูกค้าต้องการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับ Henry (2020) เรื่องการส่งออกแตงโมและแก้วมังกรของเวียดนามเผชิญกับความท้าทายใหม่ ที่พบว่า การส่งออกแตงโมและแก้วมังกรของเวียดนามเผชิญกับความท้าทายใหม่จากเจ้าหน้าที่ศุลกากรในเมืองหนานหนิง มณฑลกว่างซี โดยมีการตรวจสอบตัวอย่างแตงโมและแก้วมังกรที่นำเข้าจากเวียดนาม หากสินค้ามีปัญหาสามารถส่งผลกระทบต่ออำนาจในการตลาดจากความไม่ปลอดภัยของสินค้า ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันจึงจำเป็นต้องทำการตรวจสอบให้ผ่านมาตรฐานความปลอดภัยในการส่งออกผลไม้ เพราะสามารถส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

3) รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออก ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ อำนาจทางการตลาด ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อ



ตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ จึงสามารถสร้างรูปแบบที่ชื่อว่า MPL2S Model (M= Strategic Management, P = Marketing Power, L = Entrepreneurial Leadership, S = Marketing Strategy, S = Entrepreneur's Success) สอดคล้องกับการวิจัยของ ณัฐริกันต์ แก้วโกสฐาภรณ์ และธนสุวิทย์ ทับทิมสุริยาภรณ์ (2564) ในงานวิจัยเรื่องรูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ที่ผลการวิจัยพบว่า นโยบายการบริหาร คุณภาพการให้บริการ และกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทุกตัวแปรสามารถร่วมกันทำนายความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุได้ ร้อยละ 56 และสอดคล้องกับการศึกษาของ ทศพร บุญวัชรภักย์ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และขวัญฤดี ตันตระกูล (2559) ที่ศึกษาเรื่องความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทย ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทยเป็นผลลัพธ์และกระบวนการที่มาจากการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าเป้าหมายที่มาใช้บริการ และความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมบริการเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมของการใช้ความคิดสร้างสรรค์สร้างสรรค์การบริการร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการส่งผลให้เกิดนวัตกรรมบริการเฉพาะกลุ่มหรือบุคคลที่หลากหลาย ซึ่งประโยชน์จากงานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาธุรกิจบริการอื่น ๆ ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมและกลายเป็นองค์กรแห่งการสร้างสรรค์ เพื่อสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลและเอกชนควรกำหนดนโยบายความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ในการพัฒนาความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปกำหนดนโยบายและแผนแบบบูรณาการเพื่อเสริมสร้างความความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ โดยส่งเสริมและพัฒนาการจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด และอำนาจทางการตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้เติบโตในตลาดสากลอย่างมั่นคงต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการและการนำไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อค้นพบไปใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาในเชิงวิชาการ ด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้
2. รัฐบาล โดยกระทรวงพาณิชย์และองค์กรที่ดำเนินการเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการส่งออกผลไม้ ควรสนับสนุนและส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้อย่างต่อเนื่อง
3. ภาครัฐ ภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ทางการตลาด และอำนาจทางการตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ ประสบความสำเร็จในตลาดสากลอย่างยั่งยืน



เอกสารอ้างอิง

- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- ณัฐริกันต์ แก้วโกลธำภ และ ธนสุวิทย์ ทับทิมรักรักษ์. (2564). รูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(10), 114-131.
- ทศพร บุญวัชรภักย์, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และขวัญฤดี ตันตระกูลบัณฑิตย์. (2559). ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทย. *Veridian E-Journal*, 9(3), 1242-1259.
- พิมพ์ณัฐชา บุญยมลิก. (2560). *กลยุทธ์ในการส่งเสริมการส่งออกผลไม้ไทยประเภทพรีเมียมสู่ตลาดโลกอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษามะม่วงไทย*. กรุงเทพฯ: รายงานรายวิชาการเศรษฐกิจหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 60 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- เริงชัย ตันสุชาติ และสุเทพ นิมสวาย. (2559). *การวิเคราะห์ศักยภาพตลาดและความสามารถในการแข่งขันของมะขามไทยเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของมะขามไทย*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พัฒนาระบบโดยศูนย์ความรู้เฉพาะด้านวิศวกรรมความรู้และวิศวกรรมภาษา สนับสนุนโดยสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน).
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2564). *ฐานข้อมูลดัชนีเศรษฐกิจการค้า*. นนทบุรี: กระทรวงพาณิชย์.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2564). *วิเคราะห์สภาวะการณ์ ส่งออก – นำเข้า กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า*. นนทบุรี: กระทรวงพาณิชย์.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (8) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2565, จาก http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2022/03/14_NS-08_070365.pdf
- สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และเมธา สุธีโรจน์. (2555). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 2(2), 39-45.
- อนุสรณ์ คนกล้า และคณะ. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองพะเยา. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*, 2(1), 35-44.
- Callaghan, L.O. (2021). *WeChat supports Lancang – Mekong Fruit Festival*. Retrieved April 17, 2022, from <https://www.fruitnet.com/asiafruit/wechat-supports-lancang-mekong-fruit-festival/185729.article>
- Chung, H. F. L. & Ho, M. H. W. (2021). *International competitive strategies, organizational learning and export performance: a match and mis-match conceptualization*. *European Journal of Marketing*, 55(10), 2794-2822.



- Daniel, C. O. (2018). Effects of marketing strategies on organizational performance. *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*, 3(9), 01-09.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, A. D. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. London: Sage Publications.
- Emily, F. (2021). *Yonghui Superstores CEO Unveils New Direction as Digital Platform*. Retrieved April 23, 2022, from <https://www.producereport.com/article/yonghui-superstores-ceo-unveils-new-direction-digital-platform>
- Guerrero, M. (2021). Ambidexterity and Entrepreneurship Studies: A Literature Review and Research Agenda. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 17(5–6), 436-650.
- Guerrero, M., Urbano, D., & Herrera, F. (2019). Innovation practices in emerging economies: Do university partnerships matter? *The Journal of Technology Transfer*, 44(2), 615–646.
- Henry, B. (2020). *Vietnamese Watermelon and Dragon Fruit Exports Face New Challenges*. Retrieved May 11, 2021, from <https://www.producereport.com/article/vietnamese-watermelon-dragon-fruit-exports-face-new-challenges>
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal on Business Research Methods*, 6, 53-60.
- Karimi, A et al. (2021). The influence of entrepreneurial orientation on firm growth among Iranian agricultural SMEs: the mediation role of entrepreneurial leadership and market orientation *Journal of Global Entrepreneurship Research*. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00282-1>
- Knowles, M. (2021). *Macfrut hails recovery and pushes trade with China. Rimini exhibition's physical return brings prospect of new of new growth*, especially in Italy's exports to the Asian market. Retrieved May 11, 2021 from <http://www.fruitnet.com/asiafruit/article/186204/macfrut-hails-recovery-and-pushes-trade-with-china>.
- MacCallum, R. C., et al. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1, 130-149.
- Marshall, M.N. (1996) Sampling for Qualitative Research. *Family Practice*, 13, 522-525.
- Mehmood, M. S., Zhang, J., & Waheed, A. (2019). The influence of entrepreneurial leadership on organizational innovation: mediating role of innovation climate. *International Journal of Information Systems and Change Management*, 11(1), 70-89.
- Minh Tuan NGUYEN, Bui Thanh KHOA. (2020). Improving the Competitiveness of Exporting Enterprises: A Case of Kien Giang Province in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 495 – 508.



- Richards, T. J. & Rickard, B. (2020). COVID-19 impact on fruit and vegetable markets. *Canadian journal of Agricultural Economics*, 68(2), 189-194.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). A beginner's guide to structural equation modeling. (3rd Edition). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Shahin Assadinia, Nathaniel Boso, Magnus Hultman. Matthew Robson. (2019). Do Export Learning Processes Affect Sales Growth in Exporting Activities? *Journal of International Marketing of International Marketing*, 27(3), 1-25.
- Siekman, D. (2021). *Banner Year in China for South African Apples, YOY Exports Nearly Double*. Retrieved May 11, 2021, from <https://www.producereport.com/article/banner-year-china-south-african-apples-yoy-exports-nearly-double>
- Sisay, M. A. (2018). Assessment of Challenges in Export Marketing: The Case of Ethiopian Vegetable and Fruit Commercial Growers. *iBusiness*, 10, 1-20.
- Suhana Safari, Nur Azlin Razali, Wan Mahfuzah Wan Ibrahim and Mohd Sukri Abdul Rahim. (2021). From farm to China: A case study of Malaysian frozen whole durian export supply chain (Dari ladang ke China: Kajian kes rantaian bekalan eksport durian sejuk beku Malaysia dan bentuk biji). *Economic and Technology Management Review*, 16, 1 – 20.
- Thabit, H. T. & Manaf, B. R. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4), 100-109.
- Zang, J. (2021). *Market Access of Cambodian Longans to China Appears Imminent*. Retrieved May 11, 2021, from <https://www.producereport.com/article/market-access-cambodian-longans-china-appears-imminent>



การพัฒนาศักยภาพกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาของจังหวัดตาก พ.ศ. 2566 – 2570

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

Potential Development of Development Planning Process of Tak Province,

2023 – 2027 Fiscal Year 2023

ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์¹, ดำเกิง อัสวสุนทรางกูร² และ ศุภวรรณ ทองแท้³

Natnaporn Aeknarajindawat¹, Damkerng Aswasuntrangkul² and Suphawan Thongtae³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3},

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

Email: natnaporn.ae@ssru.ac.th¹

Received: December 2, 2022

Revised: December 27, 2022

Accepted: December 28, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารวบรวมสภาพทั่วไป ประเด็นปัญหา และสถานการณ์การพัฒนาจังหวัดตาก 2) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพการพัฒนาเชิงพื้นที่ของจังหวัดตาก 3) เพื่อนำเสนอเป้าหมายและประเด็นการพัฒนาของจังหวัดตาก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 20 คน ที่อยู่ในคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดตาก จากการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้คือการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง วิเคราะห์เชิงคุณภาพตามหลักตรรกศาสตร์ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย และกรอบแนวคิด ผลการศึกษพบว่า 1) จังหวัดตากมีศักยภาพของพื้นที่ที่เชื่อมโยงเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ EWEC และ NSEC จึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ด้านการค้า การลงทุน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดและมูลค่าการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น 2) จังหวัดตากมีจุดแข็งในด้านศักยภาพด้านพื้นที่ชายแดนที่เป็นฐานการค้าชายแดนและตั้งอยู่บนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ส่วนจุดอ่อนสำคัญของจังหวัด คือ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการยังไม่ครอบคลุม และ 3) เป้าหมายและประเด็นการพัฒนา จังหวัดตากให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางควบคู่ไปกับการพัฒนามิติด้านอื่น ๆ สอดรับกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยกำหนดว่า ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าทางเกษตร และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการ และการค้าการลงทุนในพื้นที่

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ, กระบวนการ, แผนพัฒนาจังหวัดตาก



Abstract

The research article has purpose 1) to study the general condition, issues problems and development situation of Tak Province; 2) to analyze the environment and spatial development potential of Tak Province; 3) to present the goals and development issues of Tak Province. This is qualitative research by in-depth interview, 20 key informants who are in the Integrated Provincial Administrative Committee, Tak Province. There were selected in purposive sampling. The instrument used was semi-structured interviews. Analysis according to logic according to research objectives and conceptual framework. The results of the study revealed that 1) Tak Province has the potential of the area linking the EWEC and NSEC Economic Corridors, thus being a strategic area for trade and investment, resulting in an increase in the province's gross domestic product and border trade value 2) Tak Province has strengths in terms of potential border areas, which are border trade bases and located on the economic corridor. There are important tourist attractions, beautiful natural resources. The main weakness of the province is its infrastructure. Utilities and utilities are not yet covered; and 3) the goals and development issues. Tak province places importance on and focuses on human-centered development along with other dimensions of development in line with the National Economic and Social Development Plan, stipulating that people have a better quality of life. create added value from agricultural products and generate income from tourism, service business and trade and investment in the area.

Keywords: Potential Development, Process, Tak Provincial Development Plan

บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 กำหนดให้รัฐจัดระบบการบริหารราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ให้มีขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบที่เหมาะสมแก่การพัฒนาประเทศ เป็นการปรับปรุงระบบการบริหารราชการในส่วนภูมิภาคให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) รัฐบาลได้มุ่งเน้นความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคีพัฒนาทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสถาบันต่าง ๆ รวมถึงภาคชุมชน เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนโดยนำเอาแนวทางการพัฒนาตาม ยุทธศาสตร์ของแผนมาแปลงไปสู่แผนปฏิบัติการในระดับรองลงมา โดยให้สนับสนุนให้จังหวัดมีแผน และงบประมาณเพื่อพัฒนาจังหวัด เพื่อประโยชน์ของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งกำหนดให้รัฐต้องดำเนินนโยบาย ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น และพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2550 ประกอบพระราช กฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551 กำหนดให้จังหวัดและกลุ่ม



จังหวัดสามารถยื่นคำขอตั้งงบประมาณได้ และกำหนดให้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายระดับชาติ และความต้องการของพื้นที่ (สถาบันดำรงราชานุภาพ, 2554)

จุดมุ่งหมายสำคัญของการบริหารงานจังหวัด คือ 1) การบริหารงานแบบบูรณาการยึดพื้นที่เป็นหลัก (Area-Based Approach) เพื่อพัฒนาแต่ละพื้นที่ให้มีความเจริญเติบโตที่เท่าเทียมกันตามยุทธศาสตร์และทิศทางการพัฒนาของแต่ละพื้นที่ โดยคำนึงถึงปัญหาและความต้องการเฉพาะพื้นที่มาเป็นแนวทางในการกำหนดจุดยืนการพัฒนาของจังหวัด และ 2) สร้างความร่วมมือในการบริหารจัดการที่ดี บูรณาการการทำงานแนวดิ่งของราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการใช้งบประมาณแผ่นดิน และการบูรณาการในแนวนอน บริหารความสัมพันธ์ของภาคเอกชนและภาคประชาชน ให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดทำแผนและงบประมาณเพื่อพัฒนาจังหวัด ยึดหลักร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหา และร่วมรับผิดชอบ ผ่านกระบวนการประชาพิจารณ์ ประชามติ และการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้ทราบโดยทั่วกัน ลักษณะของแผนพัฒนาจังหวัดเป็นแผนในระยะยาว เพื่อให้นำไปจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปีและค่าของงบประมาณในปีนั้น ๆ ในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดจึงได้กำหนดให้มีลักษณะเป็นแผนรวม (Comprehensive Plan) ที่ต้องพิจารณามิติการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง สิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และตอบสนองความต้องการของประชาชนในจังหวัด ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ และกิจกรรมที่จะพัฒนาและแก้ไขปัญหาดังกล่าว จะต้องมีการบูรณาการร่วมกันทั้งแผนงานโครงการในแผนพัฒนาจังหวัด กิจกรรมและงบประมาณของส่วนราชการ งบประมาณจังหวัด งบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัด รวมทั้งงบประมาณของภาคเอกชนที่ต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดด้วย ดังนั้น กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดจึงต้องมีการวิเคราะห์ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของปัญหา โอกาสการพัฒนาในเชิงพื้นที่ ความต้องการของประชาชน และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ แนวทางและแผนงาน โครงการที่มีความชัดเจน โดยผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นหรือการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการในพัฒนาพื้นที่เป็นการพัฒนาที่มุ่งแบบองค์รวม ครอบคลุมทุกมิติของพื้นที่ (ณัฐฐา ไชยภักดี, 2562)

จังหวัดตากเป็นราชการส่วนภูมิภาค สังกัดกระทรวงมหาดไทย ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2566 - 2570 ตามระเบียบกฎหมายที่กำหนด ดำเนินการโดยคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) ประกอบด้วย ส่วนราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน และภาคประชาชน มีหน้าที่หลักในการจัดทำและพิจารณาแผนพัฒนาจังหวัด วิเคราะห์ปัญหา ความต้องการของประชาชนผ่านกลไกการประสานแผนในระดับพื้นที่ ตั้งแต่แผนพัฒนาหมู่บ้าน/ชุมชน แผนพัฒนาตำบล แผนพัฒนาท้องถิ่น และแผนพัฒนาอำเภอ เพื่อกำหนดศักยภาพและการพัฒนาพื้นที่ ซึ่งเป็นจุดรวมของกระบวนการกำหนดทิศทางการพัฒนาพื้นที่ในอนาคตจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องกับแนวนโยบายแห่งชาติและจุดเน้นระดับประเทศ ดังนั้น กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด จึงมีการเชื่อมโยงการทำงานและภารกิจของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม นำไปสู่การร่วมมือกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ได้อย่างตรงจุด ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาข้อมูลเพื่อการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดตาก



พ.ศ. 2566 - 2570 เพื่อนำไปเป็นข้อมูลและกรอบการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด ตาม พ.ศ. 2566 - 2570 แผนปฏิบัติการและคำของบประมาณประจำปี เกิดกระบวนการกำหนดทิศทางการพัฒนาพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ยกย่องขีดความสามารถของจังหวัดในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดให้พื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษารวบรวมสภาพทั่วไป ประเด็นปัญหา และสถานการณ์การพัฒนาจังหวัดตาก
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพการพัฒนาเชิงพื้นที่ของจังหวัดตาก
3. เพื่อนำเสนอเป้าหมายและประเด็นการพัฒนาของจังหวัดตาก

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

- 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาทบทวนสาระสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด กฎหมาย นโยบายและระเบียบ กระบวนการในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ที่มาจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการและขั้นตอนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด
- 2) ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ พื้นที่ 9 อำเภอ ในจังหวัดตาก
- 3) ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key-information) จำนวน 30 คน ได้จากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ได้แก่ คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดตาก (ก.บ.จ.ตาก) ซึ่งมีองค์ประกอบ คือ ผู้บริหารจังหวัด หัวหน้าส่วนราชการ ผู้แทนผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้แทนหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ผู้แทนภาคเอกชน และผู้แทนภาคประชาชน
- 4) ขอบเขตด้านระยะเวลาดำเนินการวิจัย 10 เดือน ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2564

การทบทวนวรรณกรรม

กระบวนการในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด

กระบวนการหลักในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด ประกอบด้วยขั้นตอนอย่างน้อย 10 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

- 1) การเตรียมการจัดทำแผน โดยมีขั้นตอนย่อย คือ (1) การรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูล (Database) (2) การรวบรวมปัญหา ความต้องการพัฒนาที่สำคัญของจังหวัด (3) การแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนพัฒนา



จังหวัดและคณะกรรมการ ได้แก่ คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) และ คณะอนุกรรมการประเด็นยุทธศาสตร์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์

2) การวิเคราะห์เพื่อประเมินศักยภาพการพัฒนาจังหวัดในปัจจุบัน เป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาส ภาวะคุกคาม ที่เป็นสภาวะแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อการพัฒนาด้านต่าง ๆ ของจังหวัด รวมทั้งวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนของจังหวัด อันเป็นสภาวะแวดล้อมภายในจังหวัด ซึ่งทั้งหมดเป็นการวิเคราะห์เพื่อประเมินศักยภาพของ จังหวัดในปัจจุบัน สำหรับใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดการดำเนินงานในอนาคตต่อไป ทั้งนี้ โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เป็นเครื่องมือ

3) การจัดทำวิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัด (Vision) หมายถึง การพัฒนาที่จังหวัดต้องการจะเป็นในอนาคต ตามห้วงระยะเวลาที่กำหนด โดยระบุเป็นข้อความที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นเกี่ยวกับทิศทางและจุดยืนที่ต้องการ ผลักดันให้เกิดขึ้น เป็นจุดหมายปลายทางร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นการตอบคำถามว่า “จังหวัดต้องการ เป็นอะไรในอนาคต”

4) การกำหนดพันธกิจ (Mission) เป็นการกำหนดกรอบหรือขอบเขตการดำเนินงานของจังหวัด ที่จะใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์ต่อไป

5) การกำหนดเป้าประสงค์ (Goal) คือ การระบุหรือบอกให้ทราบเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรจะทำให้ได้หรือ สิ่งที่ต้องการต้องการจะเป็นสำหรับระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง

6) การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues) เป็นการกำหนดประเด็นหลักที่ต้องพัฒนาเพื่อให้ บรรลุจุดหมายที่จังหวัดตั้งไว้ โดยประเด็นยุทธศาสตร์สามารถทำได้โดยการนำพันธกิจแต่ละข้อมาพิจารณา

7) การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPI) เป็นสิ่งที่บ่งชี้ว่าจังหวัด สามารถปฏิบัติงานบรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้ได้หรือไม่ โดยมีการกำหนดค่าเป้าหมายที่ชัดเจนสามารถวัดได้

8) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) คือ สิ่งที่จังหวัดจะต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ โดยกลยุทธ์นี้ จะกำหนดขึ้นจากการพิจารณาว่า ในการบรรลุเป้าประสงค์ข้อหนึ่ง ๆ นั้น จะมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อ ความสำเร็จ และจำเป็นต้องทำอย่างไรเพื่อไปสู่จุดนั้นได้ ทั้งนี้ ในแต่ละกลยุทธ์ก็จะมีแผนงาน โครงการที่เป็นตัว ขับเคลื่อนให้กลยุทธ์สำเร็จ

9) การกำหนดแผนงาน โครงการ (Project Idea) เป็นการกำหนดแผนงาน โครงการสำคัญที่จะไป ขับเคลื่อนกลยุทธ์ ตัวชี้วัด เป้าประสงค์ ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ให้บรรลุผลสำเร็จ โดยเน้นทำงานร่วมกัน ระหว่างจังหวัด กระทรวง กรม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรเอกชนในจังหวัด ทั้งนี้ โดยยึดพื้นที่ เป้าหมาย (Areas) เป็นหลัก มีการนำภารกิจ Function ของแต่ละส่วนราชการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาดำเนินการ ร่วมกัน ในลักษณะของความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) และมีรูปแบบการบริหารจัดการแบบผู้จัดการ โครงการ (Project Manager) ให้การดำเนินงานตามแผนมีความเชื่อมโยง สอดคล้อง และสนับสนุนซึ่งกันและกัน นำไปสู่เป้าหมายในทิศทางเดียวกัน

10) การกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบ (Agencies) เป็นการกำหนดหน่วยงานเจ้าภาพ หน่วยงานสนับสนุน ในแต่ละแผนงานโครงการ (บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และปธาน สุวรรณมงคล, 2564)



ความสำคัญของแผนพัฒนาจังหวัดเป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทุกมิติ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและความมั่นคง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตสนองต่อความต้องการของประชาชนในจังหวัด เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาหรือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องผ่านกลไกการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้ได้จุดมุ่งหมายในการพัฒนาหรือวิธีดำเนินการให้บรรลุจุดมุ่งหมาย เห็นได้ว่า การจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดเกี่ยวเนื่องกับแนวคิดอันเป็นทฤษฎีหลายประการเป็นแนวคิดสำคัญประกอบการวิเคราะห์ อันจะนำมาบูรณาการเป็นหลักการเดียวกัน โดยมีแนวคิดและทฤษฎีสำคัญ ได้แก่ การมีส่วนร่วมของประชาชน การประสานงานและบูรณาการแผน รวมถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interviews) การประชุมกลุ่ม (Focus Group) การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา และวิเคราะห์เชิงคุณภาพตามหลักตรรกศาสตร์ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบแนวคิด เป็นข้อค้นพบที่เป็นข้อสรุปใช้เป็นแนวทางการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จำนวน 20 คน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบด้วย ผู้บริหารจังหวัดตาก หัวหน้าส่วนราชการ ผู้แทนผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้แทนหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ผู้แทนภาคเอกชน และผู้แทนภาคประชาชน ในคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดตาก (ก.บ.จ. ตาก)

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สร้างแบบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อให้มีแนวคำถามที่ชัดเจนและใช้แนวคำถามเดียวกันทั้งหมด โดยแนวคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิดและยืดหยุ่น เพื่อได้รับทราบความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 สภาพการณ์ปัจจุบันและประเด็นความต้องการในการพัฒนาของจังหวัดตาก มีลักษณะเป็นอย่างไร

ประเด็นที่ 2 ศักยภาพของจังหวัดตาก ส่วนที่เป็นจุดเด่น จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค มีอะไรบ้าง

ประเด็นที่ 3 เป้าหมายและประเด็นการพัฒนาจังหวัดตาก มีแนวทางอย่างไร

ทั้งนี้ ในการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะขออนุญาตบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อใช้อุปกรณ์บันทึกเสียงช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และแม่นยำ นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ในกรณีที่ข้อมูลไม่ครบหรือมีประเด็นปัญหารายละเอียดในการสอบถาม ทั้งนี้ จะมีการขออนุญาตสัมภาษณ์เพิ่มเติมและกำหนดเวลาในการสัมภาษณ์อย่างชัดเจน



การประชุมกลุ่ม (Focus Group)

เนื่องจากการวางแผนการจัดทำยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาจังหวัด มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และท้องถิ่น ดังนั้น เพื่อให้แผนพัฒนาจังหวัดที่จะจัดทำขึ้นเป็นที่ยอมรับและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องจัดประชุมเพื่อรับฟังสภาพการณ์ ความต้องการ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และประเด็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการวางแผนจัดทำยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาจังหวัดตาก โดยจะจัดการประชุม Focus Group จำนวน 2 ครั้ง รายละเอียดของการจัดประชุม ดังนี้

การจัดประชุม Focus Group ครั้งที่ 1 ได้เชิญตัวแทนกลุ่มนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำนันผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนภาคประชาสังคม ในพื้นที่ 9 อำเภอ ของจังหวัดตาก ประชุม 1 ครั้งต่อ 1 อำเภอ ครั้งละ 12 - 15 ราย เพื่อรับฟังสภาพปัญหา อุปสรรค ความต้องการในการพัฒนาของพื้นที่ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปวิเคราะห์และกำหนดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาจังหวัดตากต่อไป

การจัดประชุม Focus Group ครั้งที่ 2 ได้เชิญตัวแทนกลุ่มผู้บริหารจังหวัดตาก กลุ่มหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัด และกลุ่มหัวหน้าหน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการกิจด้านยุทธศาสตร์การจัดทำแผนพัฒนาของจังหวัด โดยคัดเลือกตัวแทนเพื่อเข้าร่วมประชุม Focus Group ครั้งละ 12 - 15 ราย การจัดประชุมครั้งนี้ เป็นการนำเสนอสภาพการณ์ปัจจุบันของจังหวัด ข้อมูลทั่วไป ประเด็นความต้องการของพื้นที่ ศักยภาพของจังหวัด เพื่อนำข้อมูลไปประมวล วิเคราะห์ สังเคราะห์ และกำหนดลงในร่างแผนพัฒนาจังหวัดตาก พ.ศ. 2566 – 2570 ต่อไป

ผลการวิจัย

1) ศึกษารวบรวมสภาพทั่วไป ประเด็นปัญหาและสถานการณ์การพัฒนาจังหวัดตาก สรุปได้ ดังนี้

สภาพการณ์ด้านเศรษฐกิจ จังหวัดตากเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ด้านการค้า การลงทุน และการพัฒนาภูมิภาคของประเทศไทย ผ่านช่องทางค้าชายแดนไทย - เมียนมา ณ บริเวณด่านพรมแดนถาวรแม่สอด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด มีมูลค่าการค้าชายแดนในปี พ.ศ. 2563 มูลค่ารวม 77,177 ล้านบาท กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนอกเหนือจากการค้าการลงทุน คือ การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายของสภาพพื้นที่ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปะ ประเพณีวัฒนธรรม เชื้อชาติและวิถีชุมชน จึงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาในพื้นที่ในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 1,261,423 คน สร้างรายได้ จำนวน 3,745 ล้านบาท หากเปรียบเทียบสถานการณ์ปกติในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยว จำนวน 2,256,306 คน สร้างรายได้จำนวน 7,134 ล้านบาท

สภาพการณ์ด้านสังคม พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมที่สำคัญ คือ การทำนา ทำไร่ ทำสวน โดยปลูกพืชผักผลไม้สำคัญ ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง ถั่วเขียวฝั่มัน มันสำปะหลัง อ้อยเอทานอล เป็นต้น รวมทั้งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในพื้นที่น้ำจืด และเลี้ยงวัวพันธุ์เนื้อ รองลงมา ได้แก่ อาชีพรับจ้างและค้าขาย จากการจัดเก็บข้อมูลประจำปี พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี ในปี พ.ศ. 2562 เท่ากับ 69,522.66 บาท/คน/ปี มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 จังหวัดตากมีสถานพยาบาล รวม 270 แห่ง มีโรงเรียนทั้งหมดจำนวน 251 แห่ง มีนักเรียนจำนวน 80,496 คน มีครูจำนวน 4,804 คน



สภาพการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า จังหวัดตากมี (1) *ทรัพยากรดิน* จังหวัดตากมีพื้นที่ทั้งหมด 10,324,156.25 ไร่ ส่วนใหญ่เป็นดินทราย ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรดินอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ มีการใช้สารเคมีหรือสารอันตราย ส่งผลกระทบให้มีการปนเปื้อนของดิน ดินส่วนใหญ่มีคุณภาพต่ำไม่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก (2) *ทรัพยากรไม้* มีพื้นที่ป่า 7,780,484.56 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 71.95 ของพื้นที่จังหวัด สังคมพืชโดยส่วนใหญ่มีทั้งป่าผลัดใบและป่าไม่ผลัดใบ มีไม้มีค่าอยู่หลายชนิด (3) *ป่าชุมชน* จังหวัดตากได้ส่งเสริมการจัดตั้งป่าชุมชนในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและพื้นที่สาธารณะ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 - 2562 จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 323 หมู่บ้าน รวมพื้นที่กว่า 372,667 ไร่ 2 งาน 24 ตารางวา (4) *แหล่งน้ำ* จังหวัดตากมีแม่น้ำที่สำคัญไหลผ่าน ได้แก่ แม่น้ำปิง แม่น้ำวัง และแม่น้ำเมย ซึ่งมีความสำคัญต่อการเพาะปลูกและการประมงน้ำจืด ประชากรส่วนใหญ่ใช้น้ำจากลำห้วยที่พาดผ่านพื้นที่ของหมู่บ้านหรือใกล้เคียง และในบางพื้นที่มีการกักเก็บน้ำโดยการสร้างฝาย เพื่อใช้อุปโภค มีแหล่งเก็บกักน้ำขนาดใหญ่ที่สำคัญ คือ อ่างเก็บน้ำเขื่อนภูมิพล ความจุของอ่างเก็บน้ำ 13,462 ล้านลูกบาศก์เมตร นอกจากนั้น ยังมีแหล่งกักเก็บน้ำอื่น ๆ รวม 226 แห่ง

การดำเนินการรับฟังปัญหาและความต้องการเชิงพื้นที่ จากการประชุม Focus Group เปิดโอกาสให้ส่วนราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา ประชาชนทั่วไป และบุคคลผู้ที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาจังหวัด ได้แสดงความคิดเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวางสรุปปัญหาและความต้องการของจังหวัดตาก จำนวน 6 ด้าน ได้แก่

1) ปัญหาด้านคุณภาพชีวิต พบว่า จังหวัดตากมีประชากรทั้งสิ้นจำนวน 673,786 คน เป็นชาวไทยภูเขา 214,353 คน ทำให้ประสบปัญหาการว่างงาน ไม่มีงานทำ มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต ส่งผลให้สัดส่วนประชาชนที่อยู่ใต้เส้นคนยากจนอยู่ที่ระดับ 2.280 เมื่อเปรียบเทียบกับค่ากลางของประเทศ รวมถึงการขาดแคลนนักศึกษาสายวิชาชีพ และแรงงานที่มีทักษะฝีมือได้มาตรฐาน

2) ปัญหาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า จังหวัดตากมีเส้นทางคมนาคมทางหลวงที่สำคัญตัดผ่าน 2 เส้นทาง แต่ในส่วนของเส้นทางคมนาคมระหว่างพื้นที่ เช่น ระหว่างตำบล หมู่บ้าน ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร เนื่องจากการพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตป่าสงวน และเขตอุทยานแห่งชาติ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการพัฒนาได้ ประกอบกับการถ่ายโอนภารกิจความรับผิดชอบให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมักจะประสบปัญหาไม่มีงบประมาณดำเนินการ เนื่องจากเกินศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่หมู่บ้าน/ชุมชน ประชาชนได้รับความเดือดร้อนขาดแคลนน้ำสำหรับอุปโภคและบริโภคในชีวิตประจำวัน

3) ปัญหาด้านการเกษตร พบว่า สินค้าเกษตรและปศุสัตว์เป็นสินค้าหลักในโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัด อย่างไรก็ตาม เกษตรกรในพื้นที่ส่วนใหญ่ยังมีฐานะยากจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้ทำนาและทำไร่ ซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาสำคัญ คือ ขาดแคลนน้ำเพื่อการเกษตร ต้นทุนการผลิตสูง ราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ ระบบการขนถ่ายสินค้าการเกษตร เป็นต้น

4) ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า เนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยและขยายพื้นที่เพาะปลูกของชาวไทยภูเขา จึงก่อให้เกิดปัญหาการถูกบุกรุกแผ้วถางและตัดไม้ทำลายป่าเพื่อประกอบอาชีพ และจังหวัดตากเป็น 1 ใน 9 จังหวัดที่ประสบปัญหาไฟป่าหมอกควัน



5) ปัญหาด้านการท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดตากแม้จะมีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายเท่าที่ควร เนื่องจากมีปัญหาต่าง ๆ คือ เส้นทางคมนาคมไม่สะดวกในการเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทรุดโทรม ขาดแคลนระบบสาธารณูปโภค และขาดสิ่งอำนวยความสะดวก การขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวยังไม่ทั่วครอบคลุมทุกพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

6) ปัญหาด้านความมั่นคงชายแดน เนื่องจากมีพื้นที่ติดชายแดนประเทศเมียนมาเป็นระยะทาง 540 กิโลเมตร มี 5 อำเภอติดกับชายแดน ทำให้มักประสบปัญหาต่าง ๆ ได้แก่ การลักลอบค้า หรือการค้าสินค้าที่ผิดกฎหมาย ปัญหายาเสพติด ปัญหาแรงงานต่างด้าว ลักลอบเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย ส่วนใหญ่เป็นชาวเมียนมาส่งผลกระทบต่อความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาอาชญากรรม และโรคติดต่อที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

2) การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาจังหวัดตาก โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ศักยภาพทางการบริหาร (SWOT Analysis) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพการพัฒนาเชิงพื้นที่ หรือการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) อันเป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมิน เพื่อค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน รวมทั้งประเมินโอกาสและภัยคุกคามจากภายนอก สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของจังหวัดตาก สามารถกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

ด้านจุดแข็ง (Strengths) พบว่า 1) มีศักยภาพด้านพื้นที่ชายแดนที่เป็นฐานการค้าชายแดน และตั้งอยู่บนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ ทั้ง NSEC , EWEC และ LIMEC 2) มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่มีความหลากหลายด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ชาติพันธุ์ วิถีชีวิตชุมชนและเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ 3) มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม พื้นที่ป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ และมีความหลากหลาย และมีคุณค่าทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม 4) พื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับการส่งเสริมการปลูกพืช ผัก และผลไม้เมืองหนาว/การเกษตรพื้นที่สูง และพื้นที่เศรษฐกิจ 5) มีเขื่อนภูมิพลเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่และเป็นแหล่งผลิตกระแสไฟฟ้าสำคัญของประเทศ โดยมีแม่น้ำปิง แม่น้ำวัง แม่น้ำยมไหลผ่าน และ 6) มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีมูลค่าที่สามารถสร้างรายได้และถ่ายทอดไปยังลูกหลาน

ด้านจุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า 1) โครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการยังไม่ครอบคลุมทั่วถึง/ชำรุดทรุดโทรม 2) การท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างครบวงจรและเชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียง/ไม่เป็นที่รู้จัก 3) สภาพภูมิประเทศบางพื้นที่เป็นพื้นที่เสี่ยงภัย อาจเกิดอุทกภัย และปัญหาดินโคลนถล่มที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น 4) การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการเกษตร อุตสาหกรรม สินค้า OTOP วิสาหกิจชุมชน ขาดประสิทธิภาพ 5) ระบบชลประทานและแหล่งน้ำยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ทางการเกษตร และ 6) ขาดการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิต แปรรูปสินค้าเกษตรการค้าและบริการ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้

ด้านโอกาส (Opportunities) พบว่า 1) นโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานส่วนกลางส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษตาก และเชื่อมโยงการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยว รองรับการพัฒนาตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน 2) นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการค้าชายแดนบริเวณด่านถาวรแม่สอด และมีการสร้างสะพานมิตรภาพไทย - เมียนมา แห่งที่ 2 3) นโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาระบบโครงข่ายการ



คมนาคมทางรางและทางบก 4) นโยบายของรัฐบาล ในการกำหนด Zoning พื้นที่การเกษตร และส่งเสริมการทำ การเกษตรอุตสาหกรรมในพื้นที่ 5) ตลาดท่องเที่ยวขยายตัวนักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ท่องเที่ยวกลางแจ้งเพื่อสุขภาพ และกีฬา การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน และ 6) เทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ทำให้ช่วยในการแพร่กระจายข่าวสารและการ ประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง และตรงกลุ่มเป้าหมาย

ด้านอุปสรรค (Threats) พบว่า 1) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นการบริโภค อาหารปลอดภัย (Safety Food) และข้อกำหนดด้านมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร (Food Safety) อาจส่งผลกระทบต่อสินค้าทางการเกษตรของจังหวัด 2) ปัญหาที่เกิดจากการข้ามแดน การลักลอบเข้าเมืองจาก ประเทศเพื่อนบ้าน ปัญหาอาชญากรรม รวมถึงยาเสพติด และ 3) ข้อกฎหมาย กรอบความร่วมมือต่าง ๆ ระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศเมียนมาร์ อาจส่งผลกระทบต่อการค้าชายแดนด้านจังหวัดตาก

3) นำเสนอเป้าหมายและประเด็นการพัฒนาของจังหวัดตาก สามารถสรุปได้ ดังนี้

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวชี้วัดการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ผลจากดัชนีรวมการพัฒนา จังหวัด ปรากฏว่า จังหวัดตากอยู่อันดับที่ 23 คะแนน 51.07 เมื่อเปรียบเทียบกับค่ากลางของประเทศที่คะแนน 52.87 คะแนนที่ได้ยังต่ำกว่าค่ากลางของประเทศ ดังนั้น จังหวัดตากจึงควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นที่จะพัฒนา ในมิติการพัฒนานคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ควบคู่ไปกับมิติเศรษฐกิจและความมั่นคง มิติสิ่งแวดล้อม มิติสันติภาพ และความยุติธรรม และมิติความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา โดยการรวบรวมปัญหาและความต้องการของประชาชนใน พื้นที่นำมากำหนดเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดตาก ได้ดังนี้

เป้าหมายการพัฒนาจังหวัดตาก (Vision) “ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าทาง เกษตร และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการ และการค้าการลงทุนในพื้นที่”

ประเด็นการพัฒนา (Strategic Issues) มี 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

1) การพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน และแก้ไขปัญหาความยากจน ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ คือ (1) พัฒนาปรับปรุง/ก่อสร้าง พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน (2) ส่งเสริมพัฒนาระบบการศึกษา และสร้างแหล่ง เรียนรู้ ปลุกฝังค่านิยมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น (3) ส่งเสริมพัฒนาการบริการสุขภาพ และการ เข้าถึงบริการด้านสาธารณสุข (4) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชนในพื้นที่ทุกกลุ่มเป้าหมายให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และ (5) สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และพัฒนาทักษะอาชีพให้ครอบคลุมทุก กลุ่มเป้าหมาย

2) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์ คือ (1) ป้องกันและแก้ไข ปัญหาภัยพิบัติที่เกิดขึ้นจากทางธรรมชาติ และเกิดขึ้นจากฝีมือมนุษย์ (2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน จากทุกภาคส่วนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควัน และไฟป่า ภัยพิบัติทางธรรมชาติ (3) ส่งเสริมการสร้าง เครือข่ายในการอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรธรรมชาติ (4) ส่งเสริมการบริหารจัดการขยะ ลดปริมาณ ของเสีย และน้ำ เสียในพื้นที่หมู่บ้านและชุมชน (5) ส่งเสริมการปลูกป่า และเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับหมู่บ้าน ชุมชน (6) ส่งเสริมให้ ประชาชนอยู่ร่วมกับป่า และสร้างอาชีพเสริมจากป่า ควบคู่กับการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน



(7) ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน ควบคู่กับนวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์ พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และ (8) ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพร และนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3) การพัฒนาสภาพทางการเกษตร ประกอบด้วย 12 กลยุทธ์ คือ (1) พัฒนาแหล่งน้ำสำหรับการเกษตรในพื้นที่ชลประทาน และนอกเขตพื้นที่ชลประทาน (2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตร (3) ส่งเสริมเกษตรกรทำเกษตรปลอดภัย เกษตรแปลงใหญ่ และลดการปลูกพืชเชิงเดี่ยว (4) ส่งเสริมเกษตรกรปลูกพืชเศรษฐกิจ (5) ส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ เพื่อสร้างอาชีพเสริมควบคู่กับทำการเกษตร (6) ส่งเสริมมาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตรและปศุสัตว์ (7) ส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและปศุสัตว์ (8) ส่งเสริมการเกษตรผสมผสานตามแนวพระราชดำริ (9) ส่งเสริมนวัตกรรมการผลิต การแปรรูป และการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรและปศุสัตว์ (10) ส่งเสริมการรวมกลุ่มให้กับเกษตรกร (11) ส่งเสริมกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรและปศุสัตว์ และ (12) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรและปศุสัตว์

4) การส่งเสริมการท่องเที่ยว สินค้า OTOP และการค้าขายแดน ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์ คือ (1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน (2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการขับเคลื่อนของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก (3) ส่งเสริมการผลิต การแปรรูป สินค้า OTOP และสินค้าวิสาหกิจชุมชน (4) ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี สำหรับการผลิต และการแปรรูปในภาคอุตสาหกรรมและนอกภาคอุตสาหกรรม (5) ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก (6) ส่งเสริมการตลาด การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP และสินค้าวิสาหกิจชุมชน และ (7) ส่งเสริมกิจกรรมการค้าการลงทุนในพื้นที่และเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก

5) การบริหารจัดการภาครัฐ และการรักษาความมั่นคงชายแดนและความสงบเรียบร้อย ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์ คือ (1) ส่งเสริมการป้องกัน ลาดตระเวน เฝ้าระวัง การกระทำผิดทางอาชญากรรม ยาเสพติด และการลักลอบเข้าเมือง (2) ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ความมั่นคงของจังหวัด และพื้นที่ชายแดน (3) ส่งเสริมกระบวนการพัฒนากระบวนการทำงานของภาครัฐ (4) ส่งเสริมมาตรฐานและสนับสนุนนวัตกรรมในการป้องกันการกระทำผิดทางอาชญากรรม (5) ส่งเสริม สนับสนุน นวัตกรรมในการให้บริการภาครัฐ (6) ส่งเสริม สนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้านความมั่นคง สร้างความปรองดอง และถ่ายทอดองค์ความรู้ในการปกป้องสถาบัน (7) พัฒนาระบบและสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการของภาครัฐ และ (8) ส่งเสริมการเชื่อมความสัมพันธ์ด้านความมั่นคงระหว่างประเทศ

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล และนำมาสู่ผลการวิจัย ซึ่งในการอภิปรายผล ผู้วิจัยได้สรุปเชื่อมโยงแนวคิดและงานวิจัยเพื่อนำไปสู่การค้นพบข้อเท็จจริงของการศึกษา สามารถจำแนกได้ ดังต่อไปนี้

1) ผลการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า จังหวัดตากมีปัญหาจำนวน 6 ด้าน คือ (1) ด้านคุณภาพชีวิต (2) ด้านการเกษตร สอดคล้องกับการศึกษาของ พิรพงศ์ กนกเลิศวงศ์ (2562) พบว่า อำเภอเมืองตาก มีปัญหาด้านคุณภาพชีวิตและคุณภาพการศึกษา การขาดองค์ความรู้ที่ไม่ทันยุคปัจจุบัน การขาดแหล่งรายได้หลักของประชากร



ส่วนใหญ่ของจังหวัด และขาดการบริหารจัดการแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร แหล่งน้ำอุปโภคบริโภคเพื่อใช้ในการเกษตรไม่เพียงพอ (3) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สอดคล้องกับการศึกษาของ กรกรณ์ ชีวะตระกูลพงษ์ และคณะ (2015) พบว่า ความพร้อมด้านกายภาพในแง่ความเหมาะสมและโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ด้านการคมนาคมยังมีปัญหาเนื่องจากยังไม่มีรถไฟ ส่วนถนนยังอยู่ระหว่างการปรับปรุง (4) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับการศึกษาของ มีชัย วงษ์อุบ และ อีรวีสิฐ มุลงามกุล (2558) ว่า ภาพรวมจังหวัดตากยังคงมีปัญหาด้านความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ต้องเร่งแก้ไข เพื่อให้คงความเป็นฐานทรัพยากรป่าไม้ ต้นน้ำ และแหล่งบริการท่องเที่ยว โดยมีปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรป่าไม้ เนื่องมาจากผลการพัฒนาที่ใช้การขยายพื้นที่เพื่อทำการเกษตร และการลักลอบตัดไม้ทำลายป่า ทำให้จำนวนพื้นที่ป่าไม้ลดลง (5) ด้านการท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ หริรักษ์ จันทิมะ และ ศุเจนทร์ วัฒนะโกศล (2563) พบว่า การส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ยังมีไม่มากนัก การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ยังมีน้อย อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงยังต้องได้รับการพัฒนาอีกมาก และ (6) ด้านความมั่นคงชายแดน สอดคล้องกับการศึกษาของ นพพล อัครชาติ (2555) พบว่า ท้องถิ่นที่อยู่ในบริเวณพื้นที่เมืองการค้าชายแดนนั้นต้องเผชิญกับปัญหาที่มีปัจจัยที่มาจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น แรงงานข้ามชาติ ประชากรแฝง ยาเสพติด เป็นต้น และปัจจัยที่เกิดมาจากในตัวพื้นที่และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงในประเทศ ปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านี้ มีผลกระทบกับประชาชนในพื้นที่โดยตรง

2) ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาจังหวัดตาก โดยการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงโอกาสและภัยคุกคามจากภายนอก พบว่า จุดแข็ง (Strengths) สอดคล้องกับการศึกษาของ พิศพงศ์ กนกเลิศวงศ์ (2562) ที่สรุปว่า อำเภอเมืองตากมีจุดแข็ง คือ (1) มีฐานเศรษฐกิจเข้มแข็ง และมีแนวโน้มความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง (2) มีศักยภาพในการพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้แรงงานสูง (3) มีศักยภาพในด้านการเกษตร ผลผลิตด้านการเกษตรตลอดทั้งปี (4) มีพื้นที่ชายแดนเป็นฐานการค้าชายแดนและการพัฒนาการประกอบการร่วมกันกับประเทศเมียนมาร์ (5) มีแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาให้เป็นพื้นที่/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และ (6) มีพื้นฐานความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม

ส่วน จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ กรกรณ์ ชีวะตระกูลพงษ์ และคณะ (2558) ได้วิเคราะห์โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคของอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า ระบบโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่โดยรวมนั้นอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ถึงอย่างนั้น ยังไม่สามารถรองรับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ และการศึกษาของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสวัสดิภาพของประเทศไทย (2563) ว่า การทำการเกษตรของเกษตรกรไทยส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ภาคเกษตรกรรมกำลังเผชิญกับปัญหาความยากจนอันเกิดจากเกษตรกรไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ และการบริหารจัดการ ปัญหาเรื่องทุน และโครงสร้างพื้นฐาน จึงเป็นสิ่งที่ทำให้การพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรยังล่าช้า

ด้าน โอกาส (Opportunities) พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ พิศพงศ์ กนกเลิศวงศ์ (2562) พบว่า อำเภอเมืองตากมีโอกาที่จะพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนและการพัฒนาภาคบริการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายด้านการพัฒนาของประเทศที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดตาก มีโอกาสที่จะเป็นฐานรองรับการ



ย้ายฐานการลงทุนด้านอุตสาหกรรมประเภทการใช้แรงงานสูง (พื้นที่ลงทุนใหม่) ตามนโยบายการปรับโครงสร้างการผลิตภาคอุตสาหกรรม และการพัฒนาการประกอบการร่วมกันกับประเทศเมียนมาร์ (Co-production area) รวมถึงโอกาสได้รับการพัฒนาจากการเป็นพื้นที่จุดตัดระหว่างเส้นทางการพัฒนาแนว EWEC และ NSEC

ส่วน อุปสรรค (Threats) พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ พิรพงศ์ กนกเลิศวงศ์ (2562) พบว่า อำเภอเมืองตากมีข้อจำกัดหรือภัยคุกคาม หนึ่งในนั้นได้แก่ ปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติด โดยเฉพาะยาเสพติดในสถานศึกษา กลุ่มเยาวชน วัยรุ่นและประชาชน ซึ่งกลุ่มผู้ค้าเป็นชาวเขาชนกลุ่มน้อยอาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล ยากต่อการป้องกันดูแลและตรวจค้น

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวชี้วัดการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ผลจากดัชนีรวมการพัฒนาจังหวัดปรากฏว่าจังหวัดตาก อยู่อันดับที่ 23 คะแนน 51.07 เมื่อเปรียบเทียบกับค่ากลางของประเทศที่คะแนน 52.87 คะแนนที่ได้ยังต่ำกว่าค่ากลางของประเทศ ดังนั้น จังหวัดตากจึงให้ความสำคัญและมุ่งเน้นที่จะพัฒนาในมิติการพัฒนาคน มิติเศรษฐกิจและความมั่นคง มิติสิ่งแวดล้อม มิติสันติภาพและความยุติธรรม และมิติความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา โดยการรวบรวมปัญหาและความต้องการของประชาชนในพื้นที่นำมากำหนดเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดตาก ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่เน้นให้คนเป็นศูนย์กลางหรือเป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนา เพราะคนเป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกเรื่อง โดยการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเพียงเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยทำให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเท่านั้น รวมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการวางแผน มาเป็นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมหรือบูรณาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมุ่งเน้นที่จะให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศทุกขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบ คือ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมติดตามผลร่วมปรับปรุงวิธีการดำเนินงาน และร่วมได้รับประโยชน์จากการพัฒนา การพัฒนาที่เน้นให้คนเป็นศูนย์กลางหรือเป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนา เรียกอีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นการพัฒนาของคนโดยคนและเพื่อคน ซึ่งจะทำให้การพัฒนาประเทศไทยก้าวเข้าสู่การพัฒนาที่พึงปรารถนาในระยะยาว คือ เศรษฐกิจดีสังคมไม่มีปัญหาและการพัฒนายั่งยืน (ธีรวิ ทองเจือ และปรีดี ทุมเมฆ, 2560)

สรุปผล

จังหวัดตากให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางควบคู่ไปกับการพัฒนามิติด้านอื่น ๆ สอดรับกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติโดยกำหนดเป้าหมาย (Vision) ว่า “ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าทางเกษตร และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการ และการค้าการลงทุนในพื้นที่” และมีประเด็นการพัฒนา (Strategic Issues) สำคัญ 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) การพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนและแก้ไขปัญหาความยากจน 2) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 3) การพัฒนาผลิตภาพทางการเกษตร 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยว สินค้า OTOP และการค้าชายแดน และ 5) การบริหารจัดการภาครัฐ และการรักษาความมั่นคงชายแดนและความสงบเรียบร้อย



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ควรมุ่งเน้นพัฒนาส่งเสริมการค้าการลงทุนในพื้นที่ชายแดนและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP และวิสาหกิจชุมชน จัดช่องทางจำหน่ายสินค้าและกระตุ้นเศรษฐกิจส่งเสริมการค้าการลงทุนในพื้นที่ สร้างความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน

2) ควรเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคการผลิตที่สำคัญของจังหวัดเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันจากผลกระทบภายนอก เช่น การแข่งขันทางด้านสินค้าเกษตร ปัจจัยการผลิตมีราคาสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและความสามารถในการแข่งขันลดลง รวมทั้งตลาดสินค้าการเกษตรราคาตกต่ำ ไม่นั่นเอง รวมทั้งวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

3) ควรเร่งรัดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เชื่อมโยงโอกาสจากการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะด้านคมนาคมทางบกและทางราง

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1) จังหวัดตาก ควรนำผลการดำเนินการศึกษาและข้อค้นพบที่ได้ไปกำหนดข้อมูลพื้นฐาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดตาก พ.ศ. 2566 – 2570 ให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2) การวิจัยครั้งนี้ เป็นกรณีศึกษาเฉพาะพื้นที่ คือ จังหวัดตาก ดังนั้น จึงควรศึกษากระบวนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อการพัฒนา ศักยภาพการพัฒนา เป้าหมายและประเด็นการพัฒนา เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์สำหรับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรกรณีย์ ชีวะตระกูลพงษ์ และคณะ. (2558). *แนวทางและมาตรการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษพื้นที่ชายแดน*. นนทบุรี: สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ณัฐฐา ไชยภักดี. (2562). *กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดจังหวัดหนองบัวลำภู พ.ศ. 2561-2565* (การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธีรวิ ทองเจือ และปรีดี ทুমเมฆ. (2560). *แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21: มิติด้านการศึกษา*. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 5(3), 389-403.
- นพพล อัครชาติ. (2555). *ปัญหาการจัดการท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่เมืองการค้าชายแดน: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลท่าสายลวดและเทศบาลนครแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก*. *วารสารสหวิทยาการวิจัย ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 1(2), 112-122.
- บุญเกียรติ การเวกพันธุ์ และปธาน สุวรรณมงคล. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัด*. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2563, จาก http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=แผนพัฒนาจังหวัด#cite_note-1
- พีรพงศ์ กนกเลิศวงศ์. (2562). *แผนพัฒนาและยุทธศาสตร์ชุมชนอำเภอเมืองตาก เพื่อพัฒนาสถานะเศรษฐกิจความ เป็นอยู่และสังคมของชุมชนอย่างยั่งยืน*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 9(1), 98-106.

- มีชัย วงษ์อุบ และธีรวิสิฐ มุลงามกุลจ. (2558). แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ (Proceedings) เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 15, 23 กรกฎาคม 2558, 205-217.
- สถาบันดำรงราชานุภาพ. (2554). เทคนิคงานแผนพัฒนาจังหวัด. กรุงเทพฯ: สถาบันดำรงราชานุภาพ.
- สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดตาก. (2563). แผนงานพัฒนาเกษตรกรรมอำเภอเมืองตาก/ตำบลแม่ท้อ พ.ศ. 2563 – 2566. ตาก: สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดตาก.
- หริรักษ์ จันทิมะ และคเชนทร์ วัฒนะโกศล. (2563). แนวทางเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอแม่สอด อำเภอพบพระ และอำเภอแม่ระมาด เพื่อรองรับการขยายตัวของระเบียบเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก เขตเศรษฐกิจพิเศษ “นครแม่สอด”. วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 13(1), 99-117.



มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี
707 ม.3 ถ.เลี้ยวเมืองอุดรธานี-สามพร้าว ต.สามพร้าว อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000
โทรศัพท์: 097-9359356
Email: possru23@gmail.com