



วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2565)
JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE
UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY
Vol. 4 No. 5
SEPTEMBER – OCTOBER 2022
ISSN 2228-8031 (Print)
ISSN 2697-5300 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2565)

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการในกลุ่มสาขาต่าง ๆ ได้แก่ บริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป การบัญชี นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีและผู้เขียนจากหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นการเผยแพร่และส่งเสริมการนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และบุคคลทั่วไป โดยบทความที่ได้รับการตีพิมพ์นั้น ล้วนผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์บทความละ 2 ท่าน กำหนดรูปแบบการประเมินโดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้เขียนบทความ และผู้เขียนบทความไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน (Double-blind peer review)

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

กำหนดการเผยแพร่

6 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 มกราคม – กุมภาพันธ์ (กำหนดออกเดือนกุมภาพันธ์)

ฉบับที่ 2 มีนาคม – เมษายน (กำหนดออกเดือนเมษายน)

ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน (กำหนดออกเดือนมิถุนายน)

ฉบับที่ 4 กรกฎาคม – สิงหาคม (กำหนดออกเดือนสิงหาคม)

ฉบับที่ 5 กันยายน – ตุลาคม (กำหนดออกเดือนตุลาคม)

ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน – ธันวาคม (กำหนดออกเดือนธันวาคม)

การจัดพิมพ์

ฉบับละ 300 เล่ม

สถานที่พิมพ์

ศักดิ์ศรีอักษรการพิมพ์

เลขที่ 33 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-341202 โทรสาร: 042-341203

สถานที่ติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 1160 โทรสาร: 042-211069

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2565)

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตรา ธัญสุนทรสกุล

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชต สอนสวัสดิ์

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐ อมรภิญโญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย

สาขาวิชาการตลาด

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐ อมรภิญโญ

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ณ หนองคาย

สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสกสรร สายสีสด

สาขาวิชานิเทศศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิธาน เมฆกมล

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์สิริ ชูศรีโหม

สาขาวิชาการท่องเที่ยว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริสา จัตุชัย

สาขาวิชาการบัญชี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังคกุลนุวัฒน์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ หวังเจริญเดช

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.เผ่าไทย วงศ์เหลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิงสุวดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวิทย์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ศรีวิชัยวรรณะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผไทรัตน์ ภาสน์พิพัฒนกุล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2565)

คณะกรรมการดำเนินงาน

รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐ อมรภิญโญ	ประธานกรรมการ
อาจารย์กนกกานดา ไต้จันทร์กอง	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
อาจารย์สุชีรา สินทร์พย	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
อาจารย์ณัฐศิริ พงศาวลี	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพรพย์ เลิศปรีดากร	กรรมการฝ่ายตรวจสอบภาษาต่างประเทศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาวิตรี บุญมี	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชума มูลศรี	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ดร.สมคิด นาพรม	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
นางธนารีย์ เลิศนราพันธ์	กรรมการฝ่ายดำเนินการและจัดการ วารสารและฝ่ายพิสูจน์อักษร
นายชินโชติ หล้ามาชน	กรรมการฝ่ายดำเนินการและจัดการ วารสารและฝ่ายพิสูจน์อักษร
นายพีระชัย ศรีบุญเรือง	กรรมการฝ่ายสารสนเทศ
นางสาวชวพร แสงราม	กรรมการฝ่ายการเงินและพัสดุ
นายณฤพนธ์ ลาลด	กรรมการฝ่ายออกแบบรูปเล่ม

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2565)

ศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.กิงพร ทองใบ
รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ชันทอง
รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง
รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี ทองประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.เผ่าไทย วงศ์เหลา
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี
รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย
รองศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ทวีศักดิ์ รูปสิงห์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณดา ทับทิมจรรยา

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

- บทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
- ผู้เขียนบทความต้องไม่ส่งต้นฉบับบทความซ้ำซ้อนกับวารสารอื่น
- ข้อมูลในบทความจะต้องเกิดจากผลการทำวิจัยของผู้เขียน ไม่มีการบิดเบือนข้อมูลหรือให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ
- ผู้เขียนบทความต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น หากมีการนำผลงานเหล่านั้นมาใช้ในผลงานตนเอง เช่น ภาพ ตาราง หรือข้อความที่เป็นเนื้อหา เป็นต้น รวมทั้งจัดทำรายการอ้างอิงท้ายบทความตามรูปแบบที่กำหนด
- ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบและขนาดตัวอักษรที่วารสารกำหนดไว้
- ผู้เขียนที่มีชื่อในบทความ ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการบทความนั้นๆ จริง
- ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยนี้ และหากมีผลประโยชน์ทับซ้อนจะต้องระบุในบทความและแจ้งให้บรรณาธิการได้รับทราบ

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

- บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ และไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยผ่านการตีพิมพ์จากที่อื่นมาก่อนแล้ว
- บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียน และผู้ประเมินบทความ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องได้รับทราบ
- บรรณาธิการมีหน้าที่ในการคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความถูกต้องของระเบียบวิธีวิจัย และความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย มาเป็นหลักเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจ
- บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ
- บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง
- หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น จะต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนบทความทันที เพื่อแจ้งผลตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์
- หากบรรณาธิการตรวจสอบพบว่า บทความมีการคัดลอกบทความอื่นโดยมิชอบ หรือปลอมแปลงข้อมูลอันเป็นเท็จ และเป็นเหตุให้ถูกถอดถอนบทความ หากผู้เขียนปฏิเสธการถอดถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอดถอนบทความได้ โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียนบทความ

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบาทหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

- ผู้ประเมินบทความ ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
- หากผู้ประเมินบทความรับทราบว่าตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้น ๆ
- ผู้ประเมินบทความ ควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญเท่านั้น โดยพิจารณาจากเนื้อหาสาระในบทความว่ามีความสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของตนเอง
- หากผู้ประเมินบทความพบว่ามีส่วนหนึ่งส่วนใดของบทความที่มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการได้รับทราบ

สารบัญ

บทบรรณาธิการ.....	vi
จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	vii
สารบัญ.....	ix
บทความวิจัย	
การพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	
ธัญพร ศรีดอกไม้.....	1
ผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคา หลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	
พิธาน แสงภักดี และ ปฐมพงศ์ กุกแก้ว.....	17
แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน	
วีรวิชัย ปิยนนทศิลป์.....	29
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร	
ทัตเทพ ทวีไทย และ ชูดาพร สอนภักดี.....	43
การพัฒนาคุณภาพฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ	
วุฒิพงศ์ บุษราคัม.....	59
ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการ เปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	
ทวีศักดิ์ อุ่นทานนท์ และ เบญจพร โมกษะเวส.....	81
การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง “เทคโนโลยีสารสนเทศ” กลุ่มสาระการเรียนรู้ อาชีพและเทคโนโลยีของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1	
ราชสิทธิ์ ศรีแสนห์.....	95
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของ ผู้ประกอบการตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี	
อภิเดช อภิพัฒน์ภาตุล และ ปาลิดา ศรีศรกำแพง.....	107
คำแนะนำสำหรับผู้เขียน.....	121

ข้อความที่ปรากฏในบทความแต่ละเรื่องในวารสารวิชาการเล่มนี้
ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้จัดทำ บรรณาธิการ
กองบรรณาธิการ และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละเรื่อง
เป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน

การพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ
ในจังหวัดสมุทรปราการ

DEVELOPING MOBILE COMMERCE WEB APPLICATION PROTOTYPE FOR
GENERATING INCOME FOR THE ELDERLY IN SAMUT PRAKAN PROVINCE

ธัญพร ศรีดอกไม้¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Tanyaporn Sridokmai¹

¹ Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

(Received: March 10, 2021; Revised: March 1, 2022; Accepted: March 25, 2022)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้พัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ที่สอดคล้องกับความต้องการใช้งานระบบของกลุ่มผู้ใช้งานระบบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความต้องการใช้งานระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุและหารูปแบบที่เหมาะสม 2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ และ 4) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้สูงอายุที่อาศัยในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 217 คน ซึ่งอยู่ในกลุ่มของผู้ที่เป็นจำหน่ายสินค้า และบุคคลทั่วไปที่ใช้งานต้นแบบฯ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้การวิจัย ได้แก่ การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ความต้องการใช้งานระบบ แบบวิเคราะห์หามาตรฐานของระบบ และแบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของระบบต้นแบบ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุรับรู้ว่ารายได้ ต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ สามารถสร้างโอกาสในการสร้างและทำให้กิจการสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้มากกว่าเดิม ขณะที่กลุ่มของบุคคลทั่วไปมีปัจจัยความต้องการในฐานะของผู้เข้าชมและใช้งานต้นแบบฯ ในฐานะลูกค้า ประกอบด้วย การรับรู้ถึงการใช้งานง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจในผู้ขาย และการรับรู้ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น แนวทางการพัฒนารูปแบบที่เหมาะสม พบว่า ทางกลุ่มผู้สูงอายุ มีความต้องการในการพัฒนาระบบให้สามารถใช้งานได้ง่าย มีข้อจำกัดในด้านความชำนาญการใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน ทั้งในรูปแบบของคอมพิวเตอร์ ประเภทต่าง ๆ และโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟนที่ผู้สูงอายุมีและใช้งานอยู่แล้ว เพื่อนำเสนอสินค้าประชาสัมพันธ์ และเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มลูกค้าทุกระดับ ผู้สูงอายุรับรู้ว่ารเว็บแอปพลิเคชันสามารถสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ และทำให้กิจการสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้มากกว่าเดิม โดยมีข้อจำกัดในด้านความชำนาญการใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน โดยผู้ใช้งานระบบซึ่งเป็นผู้สูงอายุและบุคคลทั่วไปมีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อการทดลองใช้ระบบต้นแบบฯ ในภาพรวม เท่ากับ 4.86 และ 4.87 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านคุณภาพของการบริการ

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, โมบายพาณิชย์, การพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน

ABSTRACT

This research developing mobile commerce web application prototype for generating income for the elderly in Samutprakarn province that satisfies the needs of the user group, with the objectives of 1) determining the need for access to the web application prototype system, generating income for the elderly, and determining the appropriate model, 2) determining methods for developing mobile commerce web application prototype for generating income for the elderly in Samutprakarn province, and 3) developing mobile commerce web application prototype for generating income for the elderly in Samutprakarn province Interviews are used to acquire data from individuals among the 400 people who serve as the product master and the general public who use the prototype. System access requirements, analysis of system standards, and questionnaires for prototyping system performance assessment; data analysis statistics such as percentage, average, and standard deviation. The study's findings indicated that older adults are aware of their financial situation. The elderly benefit financially from a web application prototype. It may provide prospects for expansion and increase the business's competitiveness. Meanwhile, groups of persons have a desire for access to the prototype as a guest. Include the following information about yourself as a customer: Convenience of usage Recognize the advantages, have faith in the vendors, and have a realistic assessment of the hazards Recommendations for creating the optimal model The elderly was discovered to have A system that is simple to use is required. There are restrictions to web application skills in terms of the computers, PCs, and smartphones that the elderly currently own and use to market items, conduct public relations, and expand distribution channels for clients at all levels. Older generations understand how web apps can generate cash and help organizations compete more effectively. The elderly and people who utilize the system express an average degree of satisfaction with the prototype system's trial. Overall, the highest and most pleased ratings for service quality were 4.86 and 4.87, respectively.

Keywords: Elderly, Electronic commerce, Mobile commerce, Web Application

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนประชากรวัยสูงอายุ (60 ปี ขึ้นไป) เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) โดยได้เข้าสู่สังคมสูงวัย (Aged society) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และคาดการณ์ว่าจะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Completed aged society) ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นสังคมสูงวัยอย่างสุดยอด (Super aged society) ภายในปี พ.ศ. 2578 (คณะกรรมการ

ผู้สูงอายุแห่งชาติ กองทุนผู้สูงอายุ, 2559; ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2556) จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) พบว่า ผู้สูงอายุร้อยละ 90 มีเงินไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพในวัยหลังเกษียณ เนื่องจากส่วนมากไม่มีงานทำทำให้ไม่มีรายได้เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน จำเป็นต้องอาศัยการเกื้อหนุนทางการเงินจากบุตรหรือญาติพี่น้องเป็นแหล่งรายได้สำคัญ แต่การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมทำให้ผู้สูงอายุส่วนมากถูกละเลย ไม่ได้รับการเอาใจใส่เท่าที่ควรและจำเป็นต้องพึ่งพาตนเองมากขึ้น จากข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร ประจำปี พ.ศ. 2562 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) พบว่า มีผู้สูงอายุที่ทำงานจำนวน 4,235,680 คน จากจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 12,269,291 คน คิดเป็นร้อยละ 34.52 โดยประกอบอาชีพด้านเกษตรและประมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือ พนักงานบริการและผู้จำหน่ายสินค้า ร้อยละ 18.7 ช่างฝีมือและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 8.3 และอาชีพงานพื้นฐาน ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ โดยพบว่า เป็นการประกอบธุรกิจส่วนตัวโดยไม่มีลูกจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมาคือ ช่วยธุรกิจครัวเรือน ร้อยละ 20.4 ลูกจ้างเอกชน ร้อยละ 11.2 นายจ้าง ร้อยละ 3.7 และลูกจ้างรัฐบาล ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

โดยภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ที่ครอบคลุมผู้สูงอายุทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับการดูแล ช่วยเหลือและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี มีศักดิ์ศรี และมีความมั่นคงของชีวิต ซึ่งจะเห็นได้จากการกำหนดยุทธศาสตร์ มาตรการ แผนดำเนินการต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้สูงอายุ เป็นต้นว่า พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2553 ที่ได้กำหนดสิทธิผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ เช่น การบริการทางการแพทย์ การศึกษา การประกอบอาชีพ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 12 ที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันควบคุมโรคให้แก่ผู้สูงอายุ การจัดสภาพแวดล้อมให้เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ และหลักประกันทางสังคมที่สอดคล้องกับความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2553; ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2556) แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2525-2544) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ เป็นต้นว่า ด้านสุขภาพอนามัยและสวัสดิการ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษา ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม ตลอดจนการเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุอย่างมีคุณภาพ (คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ, 2559)

ทั้งนี้ การพัฒนาและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุของประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ทักษะ ทั้งการเพิ่มทักษะ (Up-skill) และการเสริมทักษะใหม่ (Re-skill) เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุในช่วงหลังเกษียณ ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นคงด้านรายได้ และสร้างคุณค่าให้กับตนเอง ให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพชีวิตที่ดี และอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข นอกจากนี้ ยังได้มีการส่งเสริมให้มีการสร้างผลิตภัณฑ์ของผู้สูงอายุ และสนับสนุนให้มีการประกอบธุรกิจขนาดเล็กของตนเองให้แก่ผู้สูงอายุ (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2559; เจษฎา จันทวงศ์, 2561) แต่การดำเนินการดังกล่าวพบว่า เกิดปัญหาในกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นแรงงาน ซึ่งส่วนใหญ่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจไม่มั่นคง และต้องการรายได้จากการทำงานเพื่อยังชีพและลดภาระครอบครัว รวมถึงผู้สูงอายุส่วนใหญ่ซึ่งอยู่ในภาคชนบทและมีฐานะยากจน ที่ยังคงต้องทำงานเพื่อเลี้ยงดูตนเอง หรืออาจจะต้องเลี้ยงดูคนในครอบครัว แม้จะได้นำความรู้ที่ได้จากการส่งเสริมอาชีพ หรือ

ความรู้ที่สั่งสมจากประสบการณ์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต ประเพณี และได้รับการพัฒนาต่อยอด ด้วยความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น ผลิตเป็นสินค้าหรือบริการ แต่ขาดช่องทางการจำหน่าย ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงสินค้าหรือบริการนั้นได้ ขณะที่การตลาดในยุคปัจจุบัน ได้นำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสาร รวมถึงระบบเครือข่ายสัญญาณต่าง ๆ เข้ามาช่วยให้การติดต่อสื่อสารทำได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น โดยได้นำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการ หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุกช่องทาง โดยพบว่าผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน มีอุปกรณ์การสื่อสารหลากหลาย เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน และมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้น รวมถึงมีการใช้งานอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2562 พบว่า ประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไปเข้าถึงอินเทอร์เน็ตโดยใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ร้อยละ 96.4 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สูงอายุมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด จากร้อยละ 0.83 ของประชากรสูงอายุในปี พ.ศ.2551 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12 ในปี พ.ศ.2561 โดยร้อยละ 59 ของผู้สูงอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2562,2563; สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552,2563) จะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุในปัจจุบันมีความคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือมากขึ้น อีกทั้งหน่วยงานราชการและสถาบันการศึกษาได้มีการจัดอบรมการใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟนให้กับกลุ่มผู้สูงอายุเป็นประจำ จึงไม่ใช่เรื่องยากในการนำโทรศัพท์มือถือที่ผู้สูงอายุคุ้นเคยมาเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุต่อไป (พิมลอร ดันหัน, 2559)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้พัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการเพื่อเป็นการแก้ปัญหาการขาดช่องทางการจำหน่ายสินค้าของผู้สูงอายุ และสามารถเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุอย่างมั่นคง โดยแบ่งการรูปแบบสร้างรายได้ของผู้สูงอายุเป็นสองลักษณะคือ ผู้สูงอายุที่ต้องการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้มาวางจำหน่าย และผู้สูงอายุที่นำความรู้ที่ได้จากการส่งเสริมอาชีพหรือความรู้ที่สั่งสมมาจากระบบการ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต ประเพณี ความสามารถของตนเองมาถ่ายทอดหรือประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ในรูปแบบของการให้บริการ โดยผู้สูงอายุใช้โทรศัพท์มือถือเครื่องเดิมที่ใช้อยู่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการเข้าใช้งานระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุและหารูปแบบที่เหมาะสม
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการในจังหวัดสมุทรปราการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยซึ่งประกอบด้วย 2 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. การสร้างต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน ประกอบด้วย การวางแผนและการวิเคราะห์ความต้องการ การออกแบบระบบเว็บแอปพลิเคชัน การพัฒนาระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน การตรวจสอบโครงสร้างของต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันโดยผู้เชี่ยวชาญ และการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

2. การศึกษาผลการใช้ต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน ประกอบด้วย การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การเตรียมเครื่องมือ การทดลองใช้ต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน รวบรวมและวิเคราะห์การประเมินผลการใช้งาน และสรุปผล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วย 1) ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ 2) บุคคลทั่วไปที่ใช้งานต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ

กลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วย

1.1 ผู้สูงอายุ จำนวน 217 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ทำให้ได้ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-75 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ อำเภอเมืองสมุทรปราการ อำเภอพระประแดง อำเภอบางพลี อำเภอพระสมุทรเจดีย์ และ อำเภอบางบ่อ

1.2 บุคคลทั่วไปที่ใช้งานต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ผู้วิจัยใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างของโคชราน (Cochran, 2005) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ

2.1.1 ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการพัฒนาระบบ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน

2.1.2 ซอฟต์แวร์ ได้แก่ ระบบปฏิบัติการ CentOS Linux และส่วนโปรแกรมประยุกต์ที่ใช้ในการพัฒนาและทดสอบระบบ ประกอบไปด้วย เทคโนโลยี PHP, ฐานข้อมูล MySQL, ภาษา HTML/XHTML, เทคโนโลยี CSS (Cascading Style Sheets), เทคโนโลยี AJAX (Asynchronous JavaScript and XML), JavaScript

2.2 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้ ประกอบไปด้วย แบบสอบถามความต้องการการใช้งานระบบ แบบวิเคราะห์มาตรฐานของระบบ และแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบ

2.2.1 แบบสอบถามความต้องการการใช้งานระบบ สำหรับผู้สูงอายุและบุคคลทั่วไป ประกอบด้วย

(1) แบบสอบถามสำหรับผู้สูงอายุแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลประสบการณ์ และความต้องการเข้าใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามระดับการรับรู้ประโยชน์ และข้อจำกัดของเว็บแอปพลิเคชัน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

(2) แบบสอบถามสำหรับบุคคลทั่วไปแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยความต้องการของผู้เข้าชมเข้าใช้งานระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความต้องการระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความต้องการระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความต้องการระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความต้องการระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความต้องการระดับน้อยที่สุด

2.2.2 แบบวิเคราะห์หามาตรฐานของระบบ เป็นแบบสอบถามเพื่อใช้รวบรวมชุดความรู้ที่จะนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบไปด้วย โมดูลสำหรับสมาชิกผู้ซื้อ โมดูลสำหรับสมาชิกผู้ขาย โมดูลสำหรับผู้ดูแลระบบ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าเหมาะสม

ระดับ 0 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าไม่แน่ใจ

ระดับ -1 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าไม่เหมาะสม

2.2.3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบต้นแบบฯ ในด้านคุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการบริการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยตรวจสอบความสอดคล้องรายด้าน (Item Object Congruence, IOC) ได้แก่ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ และความถูกต้องของภาษา และดำเนินการปรับปรุงแบบสอบถาม

ให้มีความเหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องรายด้านเท่ากับ 0.6-1.0

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมาสรุปประเด็นปัญหา โครงสร้างและองค์ประกอบของต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ โดยวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการ นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการกำหนดปัญหาวิเคราะห์ตามกระบวนการวิเคราะห์และออกแบบระบบ แล้วทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการผู้เชี่ยวชาญด้าน รูปแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุทำการประเมิน

3.1 ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ บันทึกการสัมภาษณ์ด้วยการจดบันทึก และนำแบบสอบถามไปให้ผู้สูงอายุตอบ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุ

3.2 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามทางออนไลน์ให้ผู้ใช้งานทั่วไป เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้งานทั่วไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00 หมายถึง มีความต้องการ/ความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50–4.49 หมายถึง มีความต้องการ/ความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50–3.49 หมายถึง มีความต้องการ/ความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50–2.49 หมายถึง มีความต้องการ/ความพึงพอใจ อยู่ในระดับน้อย

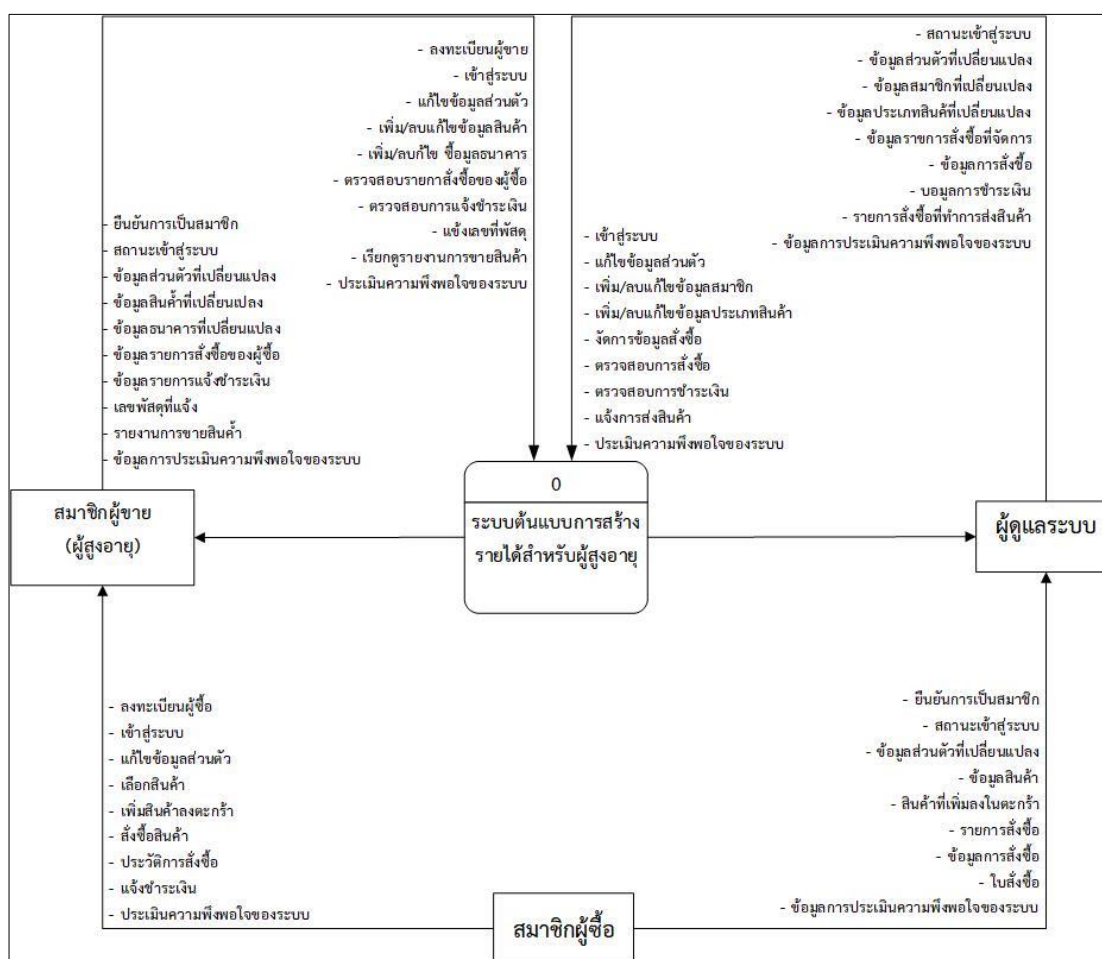
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.49 หมายถึง มีความต้องการ/ความพึงพอใจ อยู่ในระดับน้อย

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความต้องการใช้งานระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาต้นแบบระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ และทำการออกแบบระบบเพื่อให้ใช้งานได้ทั้งในรูปแบบของคอมพิวเตอร์ประเภทต่าง ๆ และโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟนที่ผู้สูงอายุมีและใช้งานในชีวิตประจำวัน และทำการพัฒนาระบบซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของหน้าร้าน (Front Office) ประกอบด้วย การนำเสนอสินค้า การค้นหา สินค้า การสั่งซื้อสินค้า การชำระเงินและการจัดส่งสินค้า และส่วนของหลังร้าน (Back Office) ประกอบด้วย การจัดการข้อมูลสมาชิกหรือลูกค้า การจัดการสินค้า ความถูกต้องและปลอดภัยของระบบ และรายงานสรุป

ในการพัฒนาต้นแบบระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ มีผู้ใช้งานระบบประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้ดูแลระบบ สามารถทำงานในส่วนของผู้ดูแลระบบ เช่น แก้ไข

ข้อมูลส่วนตัว จัดการข้อมูลสมาชิก จัดการประเภทสินค้า ตรวจสอบข้อมูลการเพิ่มสินค้า จัดการข้อมูลสั่งซื้อ ตรวจสอบการสั่งซื้อของสมาชิกผู้ซื้อ ตรวจสอบการชำระเงินของสมาชิกผู้ซื้อ ทำการแจ้งเลขพัสดุส่งสินค้า และประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบ 2) ผู้ขาย สามารถทำงานในส่วนของผู้ขาย เช่น แก้ไขข้อมูลส่วนตัว จัดการข้อมูลสินค้า จัดการข้อมูลธนาคาร ตรวจสอบรายการสั่งซื้อของสมาชิกผู้ซื้อ ตรวจสอบการแจ้งชำระเงินของสมาชิกผู้ซื้อ ทำการแจ้งเลขพัสดุส่งสินค้า เรียกดูรายงานการขายสินค้า และประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบ 3) ผู้ซื้อ สามารถทำงานในส่วนของผู้ซื้อ เช่น แก้ไขข้อมูลส่วนตัว เลือกรายการสินค้า เพิ่มสินค้าลงตะกร้า สั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบประวัติการสั่งซื้อ แจ้งชำระเงิน และประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบ ภาพที่ 1 แสดงแผนภาพกระแสข้อมูลระดับสูง (Context Diagram)



ภาพที่ 1 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับสูง (Context Diagram)

ผู้วิจัยได้ออกแบบการวางผังหน้าเว็บไซต์หลัก และหน้าแสดงรายละเอียด สำหรับผู้ใช้งานระบบซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ใช้ทั่วไป ผู้ดูแลระบบ ผู้ขาย และผู้ซื้อ เพื่อให้ผู้ใช้งานระบบสามารถทำงานได้ตามความต้องการ นอกจากนี้ยังได้ออกแบบหน้าจอ (User Interface) ที่ประกอบไปด้วย การออกแบบส่วนนำเข้า (Input Design) การออกแบบส่วนแสดงผล (Output Design) และการออกแบบ

รายงาน (Report Design) ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างการวางผังหน้าเว็บไซต์ประวัติการสั่งซื้อในส่วนของผู้ซื้อ โดยแสดงหน้าจอที่ออกแบบมาแสดงผลหน้าประวัติการสั่งซื้อในส่วนของผู้ซื้อบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนและเครื่องคอมพิวเตอร์



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการออกแบบหน้าจอแสดงผลบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนและเครื่องคอมพิวเตอร์

ตอนที่ 3 ผลการหาตัวแบบมาตรฐานของต้นแบบระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ

ผลการวิเคราะห์หามาตรฐานของต้นแบบระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า โมดูลสำหรับผู้ซื้อ โมดูลสำหรับผู้ขาย และโมดูลสำหรับผู้ดูแลระบบ มีความเหมาะสมในทุกโมดูลย่อย สามารถนำไปใช้ได้

ผลการทดสอบคุณภาพของต้นแบบระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความชำนาญ รวมทั้งมีประสบการณ์ในการพัฒนาและใช้งานระบบสารสนเทศ พบว่า ต้นแบบระบบอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม มีคุณภาพสูง สามารถใช้งานได้จริง

ตอนที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ

ตารางที่ 1 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ชาย (ผู้สูงอายุ) ต่อระบบ

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)			
1. ข้อมูลมีความชัดเจน ครบถ้วนและมีประโยชน์ไม่ซ้ำซ้อน	4.86	0.35	มากที่สุด
2. ข้อมูลเชื่อมโยงตรงตามลิงก์ไปยังเนื้อหาได้ถูกต้อง	4.91	0.29	มากที่สุด
3. วิธีการนำเสนอข้อมูลมีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มี	4.91	0.29	มากที่สุด
ความน่าสนใจ			
4. การจัดหมวดหมู่เนื้อหาต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ	4.82	0.39	มากที่สุด
5. การจัดเรียงลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง เข้าใจ	4.88	0.33	มากที่สุด
ง่าย			
6. การแสดงผลข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้	4.88	0.33	มากที่สุด
7. ภาพและข้อความบนหน้าจอมีความเหมาะสม สอดคล้องกัน	4.86	0.35	มากที่สุด
เป็นระเบียบเข้าใจง่าย			
ภาพรวมคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	4.84	0.36	มากที่สุด
คุณภาพของระบบ (System Quality)			
1. ระบบมีการจัดวางรูปแบบโครงสร้างของระบบไว้อย่างดี	4.83	0.38	มากที่สุด
2. ระบบมีเมนูการใช้งานที่ครอบคลุมทุกกระบวนการ	4.8	0.4	มากที่สุด
3. การเข้าถึงหน้าเว็บง่ายและเวลาที่มีความเหมาะสม	4.87	0.34	มากที่สุด
4. ความสามารถในการจัดการที่ดีด้านระบบสมาชิก สามารถทำ	4.87	0.34	มากที่สุด
ตามขั้นตอนได้อย่างสะดวก			
5. ความสามารถในการจัดการที่ดี ระบบค้นหาและแสดง	4.86	0.35	มากที่สุด
รายการสินค้า สามารถทำตามขั้นตอนได้อย่างสะดวก			
6. ความสามารถในการจัดการที่ดีด้านระบบตะกร้าสินค้า	4.8	0.4	มากที่สุด
สามารถทำตามขั้นตอนได้อย่างสะดวก			
7. ความสามารถในการจัดการที่ดีด้านระบบ สามารถทำตาม	4.84	0.36	มากที่สุด
ขั้นตอนได้อย่างสะดวก			
8. สามารถขายสินค้าและบริการโดยไม่จำกัดทางด้านสถานที่	4.85	0.34	มากที่สุด
และเวลา			
9. ระบบมีการรักษาความปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือ	4.83	0.38	มากที่สุด
ภาพรวมคุณภาพของระบบ (System Quality)	4.8	0.4	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
คุณภาพของการบริการ (Service Quality)			
1. ระบบสามารถตอบสนองกับผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว	4.81	0.39	มากที่สุด
2. ประสิทธิภาพของการใช้งานระบบ	4.86	0.35	มากที่สุด
3. การแสดงคำแนะนำหรือวิธีการใช้บริการเว็บ	4.86	0.35	มากที่สุด
4. สามารถทำเป็นอาชีพหรือมีรายได้เสริมได้	4.86	0.35	มากที่สุด
5. มีบริการช่องทางการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยง่าย	4.89	0.31	มากที่สุด
6. ความพร้อมของระบบสามารถเข้าถึงได้ง่าย และใช้งานง่าย	4.85	0.36	มากที่สุด
รองรับหลายอุปกรณ์			
7. การบริการให้ความช่วยเหลือจากระบบเมื่อผู้ใช้ประสบปัญหา	4.82	0.38	มากที่สุด
ในการใช้งาน เช่น มีช่องทางการติดต่อร้องเรียนต่าง ๆ			
ภาพรวมคุณภาพของการบริการ (Service Quality)	4.85	0.33	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.86	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ชาย (ผู้สูงอายุ) มีระดับความพึงพอใจต่อการทดลองใช้ระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.86, S.D. = 0.33) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของการแปรผันค่าของพบว่าระดับความพึงพอใจของระดับความพึงพอใจของผู้ชายเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 6.75 เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่ามีความพึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 อันดับ ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ ภาพรวมคุณภาพของการบริการ ($\bar{X}$ = 4.85, S.D. = 0.33) อันดับที่ 2 ภาพรวมคุณภาพของข้อมูล ($\bar{X}$ = 4.84, S.D. = 0.36) และสุดท้าย คือภาพรวมคุณภาพของระบบ ($\bar{X}$ = 4.8, S.D. = 0.4)

ตารางที่ 2 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ (บุคคลทั่วไป) ต่อระบบ

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)			
1. ข้อมูลมีความชัดเจน ครบถ้วนและมีประโยชน์ไม่ซ้ำซ้อน	4.85	0.36	มากที่สุด
2. ข้อมูลเชื่อมโยงตรงตามลิงก์ไปยังเนื้อหาได้ถูกต้อง	4.90	0.30	มากที่สุด
3. วิธีการนำเสนอข้อมูลมีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีความน่าสนใจ	4.90	0.30	มากที่สุด
4. การจัดหมวดหมู่เนื้อหาง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ	4.80	0.40	มากที่สุด
5. การจัดเรียงลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง เข้าใจง่าย	4.93	0.26	มากที่สุด
6. การแสดงผลข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้	4.93	0.26	มากที่สุด

ตารางที่ 2 (ต่อ)

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
7. ภาพและข้อความบนหน้าจอมีความเหมาะสม สอดคล้องกันเป็นระเบียบเข้าใจง่าย	4.85	0.36	มากที่สุด
ภาพรวมคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	4.88	0.28	มากที่สุด
คุณภาพของระบบ (System Quality)			
1. ระบบมีการจัดวางรูปแบบโครงสร้างของระบบไว้อย่างดี	4.85	0.36	มากที่สุด
2. ระบบมีเมนูการใช้งานที่ครอบคลุมทุกกระบวนการ	4.88	0.33	มากที่สุด
3. การเข้าถึงหน้าเว็บง่ายและเวลาที่มีความเหมาะสม	4.88	0.33	มากที่สุด
4. ความสามารถในการจัดการที่ดีด้านระบบสมาชิก สามารถทำตามขั้นตอนได้อย่างสะดวก	4.88	0.33	มากที่สุด
5. ความสามารถในการจัดการที่ดี ระบบค้นหาและแสดงรายการสินค้า สามารถทำตามขั้นตอนได้อย่างสะดวก	4.83	0.38	มากที่สุด
6. ความสามารถในการจัดการที่ดีด้านระบบตะกร้าสินค้าสามารถทำตามขั้นตอนได้อย่างสะดวก	4.85	0.36	มากที่สุด
7. ความสามารถในการจัดการที่ดีด้านระบบ สามารถทำตามขั้นตอนได้อย่างสะดวก	4.85	0.36	มากที่สุด
8. สามารถขายสินค้าและบริการโดยไม่จำกัดทางด้านสถานที่และเวลา	4.80	0.40	มากที่สุด
9. ระบบมีการรักษาความปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือ	4.85	0.36	มากที่สุด
ภาพรวมคุณภาพของระบบ (System Quality)	4.85	0.33	มากที่สุด
คุณภาพของการบริการ (Service Quality)			
1. ระบบสามารถตอบสนองกับผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว	4.86	0.35	มากที่สุด
2. ประสิทธิภาพของการใช้งานระบบ	4.91	0.29	มากที่สุด
3. การแสดงคำแนะนำหรือวิธีการใช้บริการเว็บ	4.88	0.33	มากที่สุด
4. ท่านมีความไว้วางใจใน "ระบบ" ของ เว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ	4.88	0.33	มากที่สุด
5. มีบริการช่องทางการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยง่าย	4.91	0.29	มากที่สุด
6. ความพร้อมของระบบสามารถเข้าถึงได้ง่าย และใช้งานง่าย	4.87	0.34	มากที่สุด
7. การบริการให้ความช่วยเหลือจากระบบเมื่อผู้ใช้ประสบปัญหาในการใช้งาน เช่น มีช่องทางการติดต่อร้องเรียนต่าง ๆ	4.84	0.37	มากที่สุด
ภาพรวมคุณภาพของการบริการ (Service Quality)	4.88	0.30	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.87	0.29	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผู้ซื้อ (บุคคลทั่วไป) มีระดับความพึงพอใจต่อการทดลองใช้ระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$, S.D.= 0.29) และค่าสัมประสิทธิ์ของการแปรผันค่าของพบว่าระดับความพึงพอใจของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อโดยรวมอยู่ที่ 6.00 เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่ามีค่าความพึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 อันดับ ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ ภาพรวมคุณภาพของการบริการ ($\bar{X} = 4.88$, S.D.= 0.30) ซึ่งเท่ากับ ภาพรวมคุณภาพของระบบ ($\bar{X} = 4.88$, S.D.= 0.28) อันดับที่ 3 คือ ภาพรวมคุณภาพของข้อมูล ($\bar{X} = 4.85$, S.D.= 0.33) โดยสามารถแปลผลได้ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

การพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ มีขั้นตอนการดำเนินงานที่ประกอบไปด้วย

1. การวางแผน (Planning) โดยการศึกษาความเป็นไปได้ของรูปแบบเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยยึดหลักความถูกต้องและความเหมาะสมเพื่อรองรับการใช้งานของผู้สูงอายุ

2. การวิเคราะห์ความต้องการ (Requirement Specification) โดยการรวบรวมความต้องการของกลุ่มของผู้สูงอายุและบุคคลทั่วไปโดยใช้แบบสอบถามความต้องการและจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติม เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ และหาคุณสมบัติหรือสาระสำคัญที่ระบบใหม่ควรมี เพื่อใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการออกแบบระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ

3. การออกแบบ (Design) เป็นการออกแบบระบบให้สามารถใช้งานได้ง่าย ทั้งในรูปแบบของคอมพิวเตอร์ประเภทต่าง ๆ และโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟนที่ผู้สูงอายุมีและใช้งานอยู่แล้ว

4. การพัฒนาระบบ (Development) การพัฒนาระบบ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนของหน้าร้าน ประกอบด้วย การนำเสนอสินค้า การค้นหาสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน และการจัดส่งสินค้า มีการบันทึกข้อมูลพื้นฐานที่ครบถ้วน ส่วนปฏิสัมพันธ์ของระบบมีความน่าสนใจ การออกแบบหน้าจอใช้งานง่าย การใช้สีสบายตา สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์

ส่วนของหลังร้าน ประกอบด้วย การจัดการข้อมูลสมาชิก การจัดการสินค้า การจัดการทางการเงิน ความถูกต้องและปลอดภัยของระบบ โดยที่การทำงานของระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุนั้น ผู้ใช้แต่ละกลุ่มจะต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิก และเข้าสู่ระบบก่อน จึงจะสามารถทำงานตามสิทธิของสมาชิกในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ 1) สมาชิกผู้ซื้อ สามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัว เลือกรายการสินค้า เพิ่มสินค้าลงตะกร้า สั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบประวัติการสั่งซื้อ แั่งชำระหนี้ และประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบ และการร้องเรียนร้านค้า 2) สมาชิกผู้ขาย สามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัว จัดการข้อมูลสินค้า จัดการข้อมูลธนาคาร ตรวจสอบรายการสั่งซื้อของสมาชิกผู้ซื้อ ตรวจสอบการแจ้งชำระเงินของสมาชิกผู้ซื้อ ทำการแจ้งเลขพัสดุส่งสินค้า เรียกดูรายงานการขายสินค้า และประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบ และ 3) ผู้ดูแลระบบ สามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัว จัดการข้อมูลสมาชิก จัดการประเภทสินค้า ตรวจสอบข้อมูลการเพิ่มสินค้า จัดการข้อมูลสั่งซื้อ ตรวจสอบการสั่งซื้อของสมาชิกผู้ซื้อ ตรวจสอบการชำระเงินของสมาชิกผู้ซื้อ ทำการแจ้งเลขพัสดุส่งสินค้า และประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบ และรายงานสรุป

5. การทดสอบ (Testing) เป็นการทดสอบระบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การทดสอบระบบรวมและการแก้ไขข้อผิดพลาดที่พบ เมื่อทดสอบระบบและทำการแก้ไขเรียบร้อยแล้ว จึงนำไปใช้งานจริง

6. การนำไปใช้งานจริง (Production) การนำไปใช้งานจริงเป็นขั้นตอนที่นำระบบเว็บไซต์ที่พัฒนาสำเร็จและผ่านการทดสอบแล้วไปใช้งาน ทำการติดตั้ง และสอนวิธีการใช้งานแก่กลุ่มผู้ใช้

จากผลการศึกษาความต้องการการใช้งานระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุรับรู้เว็บแอปพลิเคชันสามารถสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ และทำให้กิจการสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้มากกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิจิตรา โพธิสาร และคณะ (2560) พบว่า เว็บแอปพลิเคชันสามารถสร้างโอกาสในการทำธุรกิจและสามารถสร้างรายได้ และการใช้เว็บแอปพลิเคชันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของกิจการให้มีความทันสมัย ขณะเดียวกันผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในด้านความชำนาญในการใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน เช่นเดียวกับ โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วนิชชัย (2562) พบว่า ผู้ประกอบการซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยกลางคนและวัยสูงอายุขาดทักษะความชำนาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่จำเป็นต้องมีก่อนการใช้งาน ขณะที่บุคคลทั่วไปมีปัจจัยความต้องการของผู้เข้าชมเข้าใช้งานระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงการใช้ง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจในผู้ขาย และการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิ นิมปรางค์ และอนุวัต สงสม (2562) ในเรื่องเว็บแอปพลิเคชันต้องถูกออกแบบให้เข้าใจง่าย สามารถใช้งานได้ง่าย สามารถงานใช้ได้หลายอุปกรณ์ ผลที่ได้จากการพัฒนาระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ทำให้ได้ระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันที่มีคุณภาพสูง และมีความเหมาะสม สามารถใช้งานได้จริง โดยผู้ใช้งานระบบซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ชาย (ผู้สูงอายุ) และผู้ซื้อ (บุคคลทั่วไป) มีระดับความพึงพอใจต่อการทดลองใช้ระบบต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านคุณภาพของการบริการ เมื่อนำเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้งานต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลในกลุ่มของผู้ขายนั้น ความพึงพอใจในการใช้งานพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงนั้นมีความพึงพอใจของใช้งานไม่แตกต่างกัน แต่จากการสังเกตในการเก็บข้อมูลพบว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงนั้นมีการเรียนรู้และพึงพอใจกับการใช้ระบบได้อย่างรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่น ๆ ในส่วนผู้ใช้งานต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในจังหวัดพบว่า ผู้ใช้ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์แตกต่างกัน และโดยผู้ใช้บริการเว็บไซต์อายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอื่น ๆ และผู้ใช้ที่มีความพึงพอใจส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มคนที่มีเงินเดือนประจำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lin et al. (2014) ที่ศึกษาผลกระทบของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าในบริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบกิจการควรจะมุ่งเน้นทางด้านของคุณภาพบริการ ทั้งการให้บริการผ่านระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-service) และการให้บริการขนส่ง ซึ่งมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1.1 ควรมีการอบรม แนะนำ การใช้เว็บแอปพลิเคชัน ก่อนการใช้งาน
- 1.2 ต้นแบบระบบเว็บแอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้กับโทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์เท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีระบบมีการรองรับการใช้งานได้หลายภาษา
- 2.2 ควรมีรูปแบบการชำระเงินที่หลากหลาย
- 2.3 ควรมีระบบแจ้งเตือนไปยังลูกค้าผ่านทางอีเมล หรือทางโทรศัพท์มือถือ (SMS)
- 2.4 ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้รองรับการใช้งานบนระบบปฏิบัติการอื่นเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2553). พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546. กรุงเทพฯ: เทพเพ็ญวานิสัย.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2559). แผนกลยุทธ์กรมกิจการผู้สูงอายุ พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ: เทพเพ็ญวานิสัย.
- โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วนิชชัย. (2562). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ. วารสารราชพฤกษ์, 17(2), 130-138.
- คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ. (2559). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2558 (ปราโมทย์ ประสาทกุล บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- เจษฎี จันทวงศ์. (2561). การพัฒนาอาชีพผู้สูงอายุของประเทศไทย. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 อาเซียนบนเส้นทางของประชาคม (ASEAN on the Path of Community), หน้า 55-62. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิธิ นิมปรังค์ และอนูวัต สงสม. (2562). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีคุณภาพของเว็บไซต์ ความไว้วางใจ และความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์: การซื้อสินค้าจากร้านออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 11(1), 1-11.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2556). สถานการณ์ผู้สูงอายุ แนวโน้ม และผลกระทบจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. เอกสารประกอบการบรรยาย. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2559, จาก http://hp.anamai.moph.go.th/download/ผู้สูงอายุ/Meeting10_13Dec.2556/12.Dec.2556/3.สถานการณ์ผู้สูงอายุ.ศ.ดร.ปราโมทย์.pdf
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2562). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2561. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2563). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2562. นครปฐม: พรินเทอรี่.

วิจิตรา โพธิสาร และคณะ. (2560). การศึกษาการยอมรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ
กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุรินทร์. ใน การประชุมวิชาการ
ระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4, เพชรบูรณ์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2552). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารใน
ครัวเรือน พ.ศ.2551. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ รายจังหวัด
และภาค พ.ศ. 2553-2562. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2559, จาก

<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารใน
ครัวเรือน พ.ศ.2562. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

Cochran, W. G. (2007). **Sampling Techniques**, 3rd Edition. India: Wiley India Pvt. Limited.

Lin, Y., Luo, J., Zhou, L., Ieromonachou, P., Huang, L., Cai, S., & Ma, S. (2014, June).

The impacts of service quality and customer satisfaction in the e-commerce
context. In **2014 11th International Conference on Service Systems and
Service Management (ICSSSM)** (pp. 1-6). IEEE.

**ผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคาหลักทรัพย์
ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**

**EFFECTS OF ACCOUNTING INFORMATION AFTER THE ANNOUNCEMENT OF THE
GOVERNMENT'S FINANCIAL POLICY ON THE COMPANY'S SECURITIES PRICES IN
THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND**

พิธาน แสนภักดี¹ และ ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว¹

¹คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Pitan Sanpakdee ¹ and Pathompong Kookkaew¹

¹ Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi

(Received: March 31, 2021; Revised: February 8, 2022; Accepted: February 8, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562 ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม sSET จำนวน 57 บริษัท และทำการวิเคราะห์กำไรต่อหุ้น มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญ อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีขนาดธุรกิจ และสำนักงานสอบบัญชีเป็นตัวแปรควบคุม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และ ค่าร้อยละ สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และขนาดธุรกิจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ ในขณะที่กำไรต่อหุ้น อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และสำนักงานสอบบัญชีไม่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ข้อมูลทางการเงินทางบัญชี, นโยบายการเงิน, ราคาหลักทรัพย์

ABSTRACT

This research aimed to study the effects of post-financial accounting information of the government sector on the securities prices of companies on the Stock Exchange of Thailand. The data were collected from the financial report and the annual report (Form 56-1) during the year 2017-2019 of the companies listed on the Stock Exchange of Thailand in the sSET group amount 57 companies and analyze the earnings per share, book value per common share, current ratio, return on total assets were affecting on the stock price with business size and the audit firm as a control variable.

The statistics used for data analysis were descriptive statistics consisting of frequency and percentage and inferential statistics was multiple regression analysis.

The results of the research found that: book value per common share, return on total assets and business size were effects on the stock price. While earnings per share, current ratio, return on equity and audit firms were not affecting the stock price of companies in the Stock Exchange of Thailand, statistically significant at 0.05.

Keywords: accounting information, monetary policy, stock prices

บทนำ

ปัจจุบันการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมของแต่ละประเทศนั้นล้วนให้ความสำคัญในหลายด้าน ซึ่งการลงทุนคงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และส่งผลให้เกิดนโยบายต่าง ๆ ได้อีกมากเพื่อนำไปพัฒนาด้านอื่น ๆ อีกต่อไป โดยตัวแปรเศรษฐกิจที่ได้ทำการศึกษา นั้น สามารถแบ่งออกเป็น นโยบายการเงินและนโยบายการคลังกับข้อมูลทางบัญชี ซึ่งนโยบายการเงิน ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยนโยบาย อัตราแลกเปลี่ยน ส่วนนโยบายการคลัง ได้แก่ รายจ่ายรัฐบาล อัตราภาษีเงินได้ (นิติบุคคล) และข้อมูลทางบัญชี ได้แก่ งบการเงินบริษัท ส่วนใหญ่จะเน้นการรักษาเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจโดยรวม นโยบายการเงินจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ โดยเป็นกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างราบรื่น (อัครเดช บุญญะ, 2560)

ตลาดหลักทรัพย์ (Stock Market) เป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญในตลาดทุนและตลาดเงิน เป็นแหล่งรวมของบริษัทหลาย ๆ บริษัทที่เข้ามาทำการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้ ผู้ที่มีเงินเก็บซึ่งเรียกว่า "นักลงทุน" เข้ามาร่วมลงทุนแล้วจัดสรรเงินลงทุนให้เป็นไปอย่างมีระบบ ซึ่งจะกลายเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นของบริษัท การลงทุนในตลาดหุ้นจึงเป็นทางเลือกเพื่อการออมเงินในระยะยาวที่ผู้ออมสามารถหลีกเลี่ยงหรือป้องกันการขาดทุนที่เกิดจากระดับอัตราเงินเฟ้อได้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดให้มีศูนย์กลางสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์และเพื่อการระดมเงินทุนในประเทศ (ตรีเพชร พุทธแดง, 2560)

สำหรับในมุมมองของนักลงทุน ในตลาดหลักทรัพย์การที่มีผลตอบแทนที่สูงก็ย่อมจะส่งผลให้มีความเสี่ยงสูงขึ้นไปด้วยโดยสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นมักจะเกิดขึ้นมาจากนโยบายของรัฐบาล โดยการตัดสินใจของรัฐบาลเกี่ยวกับการเลือกใช้เครื่องมือต่าง ๆ นั้น ย่อมจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อระดับอัตราดอกเบี้ย นโยบาย ดุลการชำระเงิน และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ กล่าวคือ หากรัฐบาลใช้นโยบายการคลังแบบขยายตัว หรือการใช้นโยบายการเงินแบบผ่อนคลาย ก็จะทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัว มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ประชาชนมีรายได้สูงขึ้น ดังนั้น การที่รัฐบาลใช้นโยบายแบบนี้จะมีผลดีต่อราคาหลักทรัพย์ แต่ในทางตรงกันข้ามหากรัฐบาลใช้นโยบายแบบเข้มงวดก็อาจจะส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์ลดลงก็ได้ (อนุวัตร รองเงิน, 2559) ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงต้องการศึกษาผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี 2560 - 2562

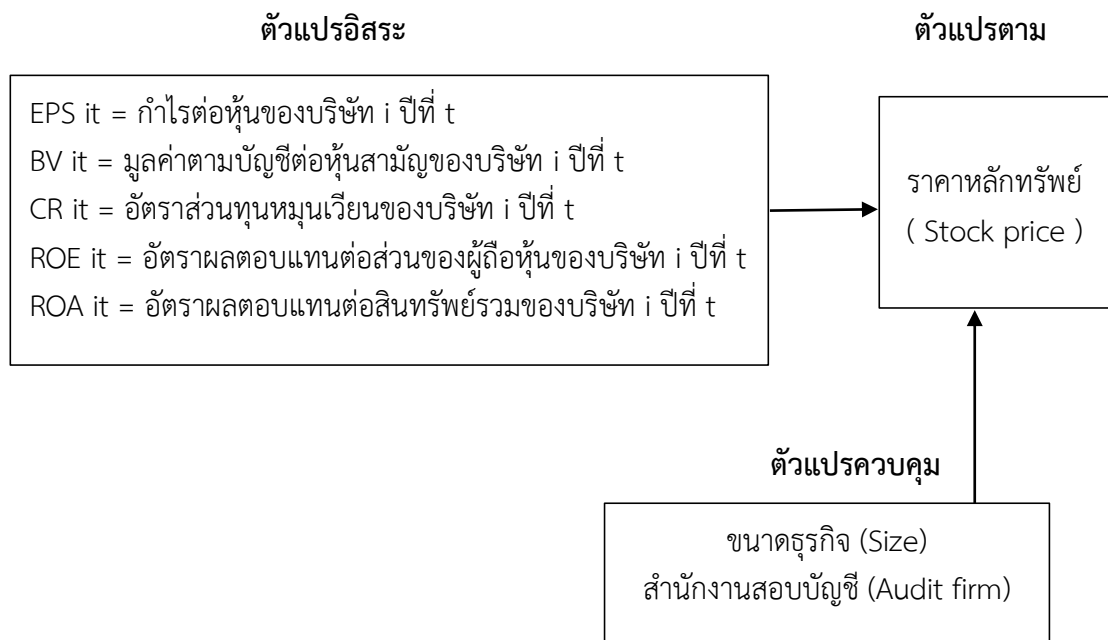
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 กำไรต่อหุ้นมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์
- สมมติฐานที่ 2 มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์
- สมมติฐานที่ 3 อัตราส่วนทุนหมุนเวียนมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์
- สมมติฐานที่ 4 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์
- สมมติฐานที่ 5 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์
- สมมติฐานที่ 6 ขนาดธุรกิจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์
- สมมติฐานที่ 7 สำนักงานสอบบัญชีมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎี

กำไรต่อหุ้น หมายถึง จำนวนเงินกำไรซึ่งเป็นของผู้ถือหุ้นสามัญ การคำนวณกำไรต่อหุ้น จะแสดงเฉพาะส่วนของผลตอบแทนที่เป็นหุ้นสามัญเท่านั้น จำนวนเงินที่คำนวณได้จะใช้เป็นเครื่องวัดผล การดำเนินงาน เพื่อให้ทราบว่าในวาระระยะเวลาหนึ่ง ๆ ผู้ถือหุ้นสามัญจะได้รับผลตอบแทนเท่าไร อัตรากำไรต่อหุ้นหรือผลตอบแทนต่อหุ้นสามัญจะมีผลต่อราคาซื้อขาย และจะใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจ ตลอดจนใช้ในการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของฝ่ายบริหาร (พีรภรณ์ รุ่งทวีลาภ, 2554) สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$\text{กำไรต่อหุ้น} = \frac{\text{กำไรสุทธิ} - \text{เงินปันผลของหุ้นบุริมสิทธิ}}{\text{จำนวนหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายแล้ว}} \quad (\text{บาทต่อหุ้น})$$

มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญ คือ มูลค่าสุทธิที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับถ้าต้องเลิกกิจการ ณ วันนั้น มูลค่าตามบัญชีในวันเริ่มกิจการจะเท่ากับมูลค่าที่ตราไว้ราคาตามบัญชีมักจะเพิ่มขึ้นเมื่อมีการสะสม กำไรเข้าบัญชีกำไรสะสมซึ่งจะส่งผลให้ราคาตามบัญชีต่อหุ้นเพิ่มขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามราคาตาม บัญชีต่อหุ้นจะลดลง เมื่อผลจากการดำเนินงานเกิดการขาดทุนและการจ่ายเงินปันผล (ปทุมวดี พรอิส สระเสรี, 2558) สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$\text{มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญ} = \frac{\text{สินทรัพย์รวม} - \text{หนี้สินรวม}}{\text{จำนวนหุ้นสามัญที่อยู่ในมือผู้ถือหุ้น}} \quad (\text{บาทต่อหุ้น})$$

อัตราส่วนทุนหมุนเวียน หมายถึง การคำนวณสภาพคล่องของกิจการเพื่อดูว่ากิจการ มีสินทรัพย์ระยะสั้น เมื่อเทียบกับหนี้สินระยะสั้นเป็นอย่างไร ซึ่งต้องวิเคราะห์ว่ากิจการมีเงินสดหรือ สินทรัพย์ระยะสั้นที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่ายหรือเพียงพอหรือไม่ (ขวัญนภา เคิกศิริ และคณะ, 2561) สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนทุนหมุนเวียน} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}} \quad (\text{เท่า})$$

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หมายถึง การวัดความสามารถในการดำเนินงานของ กิจการและวัดความสามารถในการทำกำไร ซึ่งนักลงทุนสามารถนำอัตราส่วนนี้มาใช้ประเมิน ประสิทธิภาพในการลงทุนหรือใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดผลการดำเนินงานประกอบการตัดสินใจลงทุนใน หลักทรัพย์ได้ (ชุตานพร สอนภักดี และ ทาริกา แยมะมัง, 2564) สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}} \times 100 \quad (\%)$$

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม หมายถึง อัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการทำ กำไรของสินทรัพย์ทั้งหมดที่กิจการนั้นใช้ไปในการดำเนินงาน ซึ่งหากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

รวมยังมีค่ามาก แสดงว่าบริษัทมีความสามารถในการกำไรมาก (ขวัญนภา เติงศิริ และคณะ, 2561) สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์รวม}} \times 100 (\%)$$

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนในหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม sSET จำนวน 84 บริษัท

กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม sSET ที่มีคุณสมบัติผ่านเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 57 บริษัท โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีรายชื่ออยู่ในกลุ่ม sSET ที่ดำเนินการจัดส่งงบการเงินให้แก่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้ข้อมูลทางการเงินย้อนหลัง 3 ปี คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2562

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การเก็บจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี หรืองบการเงินรายไตรมาส (แบบ 56-1) ระหว่างปี พ.ศ.2560-2562 เก็บเป็นรายไตรมาส 3 ปี 12 ครั้ง จาก www.set.or.th และ www.setsmart.com

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี ในส่วนของโครงสร้างบริษัทและรายชื่อคณะกรรมการ ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน รวมทั้งรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากระบบฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งใช้ข้อมูลระหว่างปี 2560-2562 รวมระยะเวลา 3 ปี จำนวน 57 บริษัท

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้ในการสรุปข้อมูลทั่วไปของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ศึกษาจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแล้วนำผลการทดสอบอ้างอิงไปยังกลุ่มประชากรหรือค่าพารามิเตอร์ ซึ่งเป็นการทดสอบว่าข้อมูลที่รวบรวมสอดคล้องหรือขัดแย้งกับสมมติฐานทางสถิติที่กำหนดหรือไม่ โดยงานวิจัยนี้ใช้สถิติ

อนุมาณ 2 ประเภท ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) และการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4.2.1 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสหสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัยสาเหตุ (Multicollinearity) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

4.2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

$$SP_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 EPS_{it} + \alpha_2 BV_{it} + \alpha_3 CR_{it} + \alpha_4 ROE_{it} + \alpha_5 ROA_{it} + \alpha_6 SIZE + \alpha_7 AUD + \alpha I_{it}$$

โดย	SP_{it}	= ราคาหลักทรัพย์ของบริษัท i ปีที่ t
	EPS_{it}	= กำไรต่อหุ้นของบริษัท i ปีที่ t
	BV_{it}	= มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญของบริษัท i ปีที่ t
	CR_{it}	= อัตราส่วนทุนหมุนเวียนของบริษัท i ปีที่ t
	ROE_{it}	= อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ปีที่ t
	ROA_{it}	= อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท i ปีที่ t
	$SIZE$	= ขนาดของธุรกิจของบริษัท i ปีที่ t
	AUD	= สำนักงานสอบบัญชีของบริษัท i ปีที่ t
	α_0	= ค่าคงที่
	α_j	= ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยโดย j มีค่าเท่ากับ 1, 2, 3 และ 4
	αI_{it}	= ค่าความคลาดเคลื่อนของบริษัท i ปีที่ t

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของบริษัทตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามลักษณะของการประกอบธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.09 รองลงมา คือ ธุรกิจบริการ จำนวน 12 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.05 จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มอุตสาหกรรมจะมีบริษัทจำนวน 4 - 6 บริษัท ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มธุรกิจด้านเทคโนโลยี กลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มธุรกิจด้านทรัพยากร จำนวน 24 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 42.11 รองลงมา มีบริษัทจำนวน 13 - 20 บริษัท ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจด้านบริการ และกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.09

2. ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสหสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัยสาเหตุ (Multicollinearity) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	EPS	BV	CR	ROE	ROA	SIZE	AUD
EPS	-						
BV	-.017	-					
CR	-.018	-.061	-				
ROE	-.001	0.11	.022	-			
ROA	-.001	-.021	-.015	.002	-		
SIZE	.001	.260**	-.170**	.031	-.240**	-	
AUD	.011	.144**	-.074	-.076*	.016	.201**	-

**ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$, *ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างค่าตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง -.240 – .260 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.7 (สุทิน ชนะบุญ, 2560) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์หรือเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบค่า Tolerance พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .826 – .999 ซึ่งมากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.001 – 1.085 ซึ่งน้อยกว่า 10 (กลียา วานิชย์บัญชา, 2559) แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกันจึงสามารถนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	51.891	5.764		9.003	.000		
EPS	-6.288	.000	-.020	-.541	.589	.999	1.001
BV	.218	.037	.220	5.826	.000**	.921	1.085
CR	.154	.185	.031	.836	.404	.966	1.036
ROE	.000	.002	-.002	-.067	.947	.993	1.008
ROA	-.008	.003	-.087	-.2.330	.020*	.934	1.071
SIZE	-2.040	.251	-.323	-8.119	.000**	.826	1.210
AUD	.759	.619	.046	1.225	.221	.939	1.065

**ระดับนัยสำคัญ p < 0.01 *ระดับนัยสำคัญ p < 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญ (BV) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และขนาดธุรกิจ (SIZE) มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในขณะที่กำไรต่อหุ้น (EPS) อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และสำนักงานสอบบัญชี (AUD) ไม่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญ (BV) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และขนาดธุรกิจ (SIZE) มีค่า B= .218 -.008 และ -2.040 ตามลำดับ หมายความว่า จำนวนของแต่ละด้านเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพิ่มขึ้น .218 และลดลง -.008 และ -2.040 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแสดงสมการวิเคราะห์การถดถอย ดังนี้

ราคาหลักทรัพย์: $SP_{it} = 51.891 + .220 (\text{มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญ: BV}_{it}) - .087 (\text{อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม: ROA}_{it}) - .323 (\text{ขนาดธุรกิจ: SIZE})$

ตารางที่ 3 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
------------------	--------------------

สมมติฐานที่ 1 กำไรต่อหุ้นมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 อัตราส่วนทุนหมุนเวียนมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 ขนาดธุรกิจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 7 สำนักงานสอบบัญชีมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์	ปฏิเสธสมมติฐาน

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของข้อมูลทางบัญชีหลังประกาศใช้นโยบายทางการเงินของภาครัฐกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญ (BV) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และขนาดธุรกิจ (SIZE) ส่วนตัวแปรที่ไม่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ กำไรต่อหุ้น (EPS) อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และสำนักงานสอบบัญชี (AUD) สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

กำไรต่อหุ้นไม่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีค่า Significant เท่ากับ .589 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีระ จันทรชานา (2557) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและกำไรสุทธิที่มีต่อราคาและผลตอบแทนหลักทรัพย์ กรณีศึกษา: กลุ่มธุรกิจการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์จากการตัดสินใจมีความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ได้ดีกว่า ค่าสัมประสิทธิ์จากการตัดสินใจจากกำไรต่อหุ้น

มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสามัญมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลอรัตน์ จงฐิตินนท์ (2558) ศึกษาเรื่อง โครงสร้างการถือหุ้นกับความคุ้มค่าของข้อมูลทางการเงินบัญชี พบว่า การถือหุ้นที่มากจะส่งผลให้ข้อมูลบัญชีเพิ่มขึ้นโดยจะทำให้ผลกระทบของข้อมูลทางการเงินบัญชีกับราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

อัตราส่วนทุนหมุนเวียนไม่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีค่า Significant เท่ากับ .404 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติธัช ถนิตพจนามาศย์ (2553) ศึกษาเรื่อง อัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า อัตราส่วนทุนหมุนเวียนไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลทางการเงินบัญชี เพราะเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของสินทรัพย์รวม แต่ไม่สามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรได้

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีค่า Significant เท่ากับ .947 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒน รัมมะพ้อ (2562) ศึกษาเรื่อง การใช้ข้อมูลทางการเงินเพื่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ส่วนมากข้อมูลทางการเงินบัญชีของส่วนผู้ถือหุ้น จะแสดงด้านระยะเวลาการนำหุ้นสามัญเข้ามาซื้อขายในตลาดและโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่อาจจะมีความสัมพันธ์ดังกล่าวดังกล่าว โดยปัจจัยด้านระยะเวลาการนำหุ้นเข้ามาซื้อขายในตลาดต้องอยู่ในตลาดเพื่อให้เป็นที่รู้จัก

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.020 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนีย์ ร่มมะพร้าว (2562) ศึกษาเรื่อง การใช้ข้อมูลทางการเงินบัญชีเพื่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า สินทรัพย์รวมเป็นผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่นักลงทุนใช้ในการตัดสินใจลงทุนเป็นหลัก

ขนาดธุรกิจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีค่า Significant เท่ากับ .000 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกุลพิพัฒน์ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน ความเสี่ยง และการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ แสดงถึงผลการดำเนินงานโดยขนาดของบริษัทแสดงถึงความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์

สำนักงานสอบบัญชีไม่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีค่า Significant เท่ากับ .221 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุวัตร รุ่งเงิน (2559) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์อัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์กรณีศึกษา: บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยกลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้าง พบว่า สำนักงานสอบบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลบัญชี เนื่องจากการตรวจสอบบัญชีให้ถูกต้องครบถ้วนเพียงเท่านั้น จึงไม่ส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

บริษัทจดทะเบียนสามารถนำข้อมูลทางบัญชีไปเสริมสร้างการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยผู้ลงทุนต้องให้ความสำคัญกับตัวแปรดังนี้

1.1 ขนาดของบริษัท (SIZE) แสดงถึงผลการดำเนินงาน โดยขนาดของบริษัทจะเป็นแรงจูงใจให้กับผู้ลงทุนมาลงทุน ทำให้ราคาตลาดของหลักทรัพย์มีราคาที่สูงขึ้น

1.2 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เป็นการแสดงความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท ทำให้มีการซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเพิ่มตัวแปรอิสระที่สะท้อนถึงองค์ประกอบของข้อมูลทางการเงินบัญชี เนื่องจากตัวแปรที่ศึกษามีจำนวน 5 ตัวแปร ซึ่งอาจจะไม่ครอบคลุมราคาหลักทรัพย์ได้ทั้งหมด

2.2 ควรศึกษาตัวแปรควบคุมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อเกิดผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.3 ควรศึกษาประเภทอุตสาหกรรมอื่นที่น่าสนใจของราคาหลักทรัพย์หลังประกาศนโยบายทางการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และศึกษานโยบายทางการเงินที่ส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลง

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับบริหารและวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติธัช ถนิตพจนามาศย์. (2553). **อัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร**. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ขวัญนภา เต็กศิริ สมใจ บุญหมื่นไวย และ ธนภณ วิมูลอาจ. (2561). อิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กรณีศึกษาในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ. **วารสารชุมชนวิจัย**, 12(3), 71-84.
- จีระ จันท์ขานนา. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและกำไรสุทธิที่มีต่อราคาและผลตอบแทนหลักทรัพย์ กรณีศึกษา: กลุ่มธุรกิจการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. สารนิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ชูดาวพร สอนภักดี และ ทาริกา แยมะมัง. (2564). อัตราส่วนทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**, 8(1), 151-164.
- ตรีเพชร พุทธแดง. (2560). ผลกระทบนโยบายการเงินและนโยบายการคลังต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ กรณีศึกษาประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศสิงคโปร์. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนภุต พิภพวัฒนา และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน ความเสี่ยง และการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. **วารสารการเงินการลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ**, 3(2), 250-268.
- ปทุมวดี พรอิสสระเสรี. (2558). **ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีกับมูลค่าหลักทรัพย์ของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานแห่งประเทศไทย**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พีรภรณ์ รุ่งทิวลาภ. (2554). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกำไรสุทธิต่อหุ้นของบริษัทที่เป็นธุรกิจครอบครัวกับบริษัทที่ไม่เป็นธุรกิจครอบครัวที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดยาและเครื่องดื่ม**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ลออรัตน์ จงฐิตินนท์. (2558). **โครงสร้างการถือหุ้นกับความมีคุณค่าของข้อมูลทางการเงินบัญชี**. สารนิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต สาขาการบัญชีธุรกิจแบบบูรณาการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัฒน์ รัมมะพ้อ. (2562). การใช้ข้อมูลทางการเงินเพื่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ. มหาวิทยาลัยรังสิต. ใน รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2562, หน้า 906-915. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุทิน ชนะบุญ. (2560). **สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเบื้องต้น**. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2563, จาก <http://kkpho.go.th/km/index.php/2017-08-10-06-37-01/category/2-r2r-5>.

- อนุวัตร รุ่งเงิน. (2559). ความสัมพันธ์อัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์กรณีศึกษา: บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยกลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้าง. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัครเดช บุญญยุวะ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อดัชนี ราคาตลาดหลักทรัพย์ SET HD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
(OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน

THE GUIDELINES OF THE DEVELOPMENT POTENTIAL FOR MANUFACTURING
ONE TAMBON ONE (OTOP) PRODUCT OF ETHNIC ENTREPRENEURS GROUP IN
MAE HONG SON PROVINCE

วีรวิชัย ปิยนนท์ศิลป¹

¹วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Weerawit Piyanonthasin¹

¹Mae Hong Son College Chiang Mai Rajabhat University

(Received: December 9, 2021; Revised: July 5, 2022; Accepted: August 23, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการประกอบการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้กระบวนการการกำหนดยุทธกิจและจัดทำแผนธุรกิจ โดยการบูรณาการให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนการค้าเสรีสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประจำปี 2561 อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน จำนวน 49 คน และกลุ่มผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐหลักในการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จำนวน 6 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 55 คน โดยการวิเคราะห์ สัมเคราะห์เนื้อหาและข้อมูลเชิงคุณภาพ (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคการประกอบการ คือ ด้านการบริหารจัดการ กำลังคนไม่เพียงพอต่อการผลิต สมาชิกกลุ่มขาดความรู้ ทักษะและความชำนาญในการผลิตด้านการตลาด ผู้ประกอบการไม่มีองค์ความรู้ด้านการตลาดเพียงพอ ไม่สามารถทำการส่งเสริมการขายและส่งเสริมการตลาดด้วยสื่อสมัยใหม่ได้ ด้านการผลิต วัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการผลิตและไม่สามารถเก็บวัตถุดิบได้ในเวลานาน สถานที่ผลิต วัสดุและอุปกรณ์ ส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการผลิตสินค้า และด้านการเงิน ผู้ประกอบการมีทุนในการดำเนินการจำกัดและไม่มีแหล่งทุนหรือสถาบันทางการเงินที่ให้ผู้ประกอบการได้มีสิทธิได้รับบริการอย่างทั่วถึง แนวทางการพัฒนา หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องเร่งพัฒนาให้องค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของตนเองได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนา, ศักยภาพ, ผู้ประกอบการ, สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ABSTRACT

The purposes of this research were (1) to study the problems and difficulties in manufacturing One Tambon One Product (OTOP) product of ethnic entrepreneurship groups in Mae Hong Son province (2) to discover the guidelines to improve the potentialities of manufacturing for OTOP products of ethnic entrepreneurship groups in the province and (3) to introduce business planning processes and the integrated business planning through producing the OTOP product ethnic entrepreneurship groups in the province. This qualitative research was collected by an interview, and samples were conducted by 55 people; they were (1) 49 entrepreneurs who registered and participated in the Local Top Quality OTOP Product Selection and (2) 6 government executives from OTOP entrepreneur support organizations in 2019.

The results showed that the problems and difficulties were related to 4 factors. The management lacked enough staffing, and employees were also inexperienced and unskilled at manufacturing. The marketing was the entrepreneurs who had not enough marketing knowledge not to support their sales promotion, sales marketing, and new media. Raw materials were inadequate for production and an inability for preservation. Finance was where entrepreneurs were limited to investment; no funding sources or financial institutions did not include service entrepreneurs thoroughly. Moreover, to draw up the guidelines on development, government organizations and other partnerships should support and provide knowledge to entrepreneurs, including management, marketing, production, and finance, to sustain their businesses.

Keywords: Development, Potential, Entrepreneurs, One Tambon One Product (OTOP)

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องของการสร้างความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน 1.1 เพื่อสร้างความเข้มแข็งของแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจให้สนับสนุนเป้าหมาย การเพิ่มรายได้ต่อหัว 1.2 เพื่อเพิ่มศักยภาพของฐานการผลิตและฐานรายได้เดิมและสร้างฐานการผลิตและรายได้ใหม่ 1.3 เพื่อสนับสนุนการกระจายการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการแบ่งปัน ผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และสนับสนุนเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 1.4 เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ สร้างความเข้มแข็งและรักษาวินัยทางการเงิน การคลัง และพัฒนาเครื่องมือทางการเงินที่สนับสนุนการระดมทุนที่มีประสิทธิภาพซึ่งแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องดังกล่าว ได้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน ยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องการแก้ไขปัญหาความยากจน พัฒนาคน สังคม การบริการภาครัฐ และพลังงานทดแทน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ในข้อที่ 1 ส่งเสริมอาชีพให้

ครัวเรือนที่ตกเกณฑ์ จปฐ. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต/แปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัย และพัฒนาฝีมือแรงงานให้ได้มาตรฐาน

จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ทั้งหมดติดกับประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และติดกับรัฐสำคัญ 3 รัฐ ประกอบด้วยรัฐกะเหรี่ยง รัฐกะยา และรัฐฉาน ความมั่นคงในแต่ละรัฐที่ได้กล่าวมา ยังมีความละเอียดอ่อนต่อความมั่นคงระหว่างประเทศ เพราะบางรัฐยังมีชนกลุ่มน้อยที่ต่อต้านรัฐบาลสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ทำให้ไม่สามารถเป็นพื้นที่ที่มีความปลอดภัยตลอดเวลา สำหรับประชาชนส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อาศัยรวมกัน เช่น ม้ง ปกาเกอญอ (กะเหรี่ยง) ลีซอ อาข่า ลัวะ ปาดอง จินยูนนาน (จีนฮ่อ) ไทใหญ่ เป็นต้น มีอาชีพทำการเกษตรกรรม เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์เป็นอาชีพหลัก เกษตรกรรายได้เฉลี่ยของประชาชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนยังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำลำดับต้นของประเทศ เพราะประชาชนไม่มีรายได้ที่แน่นอนชาวบ้านจึงได้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อจัดทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน คือการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ (OTOP) โดยนำพืชผลทางการเกษตรที่เพาะปลูก หรือหัตถกรรมจากกลุ่มชาติพันธุ์ของตนเองมาพัฒนาและแปรรูปเป็นสินค้าท้องถิ่น นอกจากนี้ยังบูรณาการการใช้ทุน ทางปัญญาตั้งแต่บรรพบุรุษมาพัฒนาเป็นสินค้าหลากหลายชนิดทั้งการอุปโภคและบริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าทอชาติพันธุ์ ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน (ตะกร้า ไม้กวาด) ผลิตภัณฑ์อาหารและการถนอมอาหาร ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (งา ถั่วลิสง ถั่วเหลือง บุก) และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชนเผ่า (ไม้แกะสลักชนเผ่า ตุ๊กตาชนเผ่า) เพื่อเป็นรายได้ให้กับกลุ่มและประชาชนในหมู่บ้านนอกเหนือจากการทำการเกษตรข้างต้น แต่ด้วยการรวมกลุ่มดังกล่าว เป็นการรวมกลุ่มที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐบางหน่วยงานเท่านั้น ซึ่งหน่วยงานรัฐไม่สามารถดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมครอบคลุมในทุกมิติและดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องทำให้การดำเนินงานของกลุ่มในชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าและบริการที่ผลิตเองได้ เพราะกลุ่มผู้ประกอบการและประชาชนที่ร่วมเป็นสมาชิกผลิตสินค้าและบริการ ยังขาดการส่งเสริมองค์ความรู้เรื่องการค้างานการประกอบการอย่างเป็นระบบ เช่น กระบวนการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า การจัดทำบัญชีเพื่อให้ทราบถึงรายได้รายจ่ายและต้นทุนในการผลิต การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงระบบการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งหน่วยงานรัฐก็ไม่สามารถที่เข้ามาดำเนินการส่งเสริมได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย จึงทำให้ประชาชนที่มีการรวมกลุ่มผลิตสินค้าและบริการ ขาดโอกาสการดำเนินกิจกรรมกลุ่มของตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่มีผลผลิตที่มีคุณภาพจำนวนมากและมีศักยภาพในการพัฒนาให้เกิดเป็นอาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน ดังนั้น จึงเกิดปัญหาการยุบเลิกกิจกรรมการผลิตและการรวมกลุ่มและ ก่อเกิดปัญหาความยากจน รายได้ไม่เพียงพอต่อการดำเนินชีวิต ส่งผลกระทบให้เกิดปัญหาการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนตามมา

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจในการสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการให้กับผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้มีโอกาสในการได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านการประกอบการอย่างเป็นระบบด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจ ของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคและแนวทางการพัฒนากลุ่มของตนเองได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน รวมถึงสามารถนำแผนธุรกิจที่มีองค์ประกอบสำคัญต่าง ๆ เช่น การจัดทำการพัฒนา และแปรรูปสินค้าและบริการ บรรจุภัณฑ์ การ

จัดทำบัญชี การหาตลาด และการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งจะทำให้กลุ่มผู้ประกอบการชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้มีแผนการดำเนินกิจการอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถแก้ไขปัญหาความยากจน ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในถิ่นทุรกันดาร ซึ่งตรงตามยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศ และยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการประกอบการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
3. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้กระบวนการการทำแผนธุรกิจ และจัดทำแผนธุรกิจโดยการบูรณาการให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือ การศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีหน่วยวิเคราะห์ในการศึกษา (Unit of Analysis) คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน แหล่งที่มาของข้อมูลมาจาก 3 แหล่ง คือ (1) ข้อมูลทุติยภูมิได้จาก เอกสารและรายงานการประชุมที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หนังสือ ตำรา วารสารและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (2) ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ (3) ข้อมูลจากการสังเกตลักษณะทางภูมิศาสตร์และลักษณะทางกายภาพของสถานที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เลือกใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประจำปี 2561 และผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐหลักในการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

1.1 กลุ่มผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประจำปี 2561 อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน จำนวน 49 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชน, 2561)

1.2 กลุ่มผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐหลักในการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประกอบด้วย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 6 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียด 3 ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ผู้วิจัยได้ทำหนังสือเพื่อขอสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวกับงานด้านการส่งเสริมสนับสนุนผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และประสานงานผู้ผลิตผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อนัดหมายในการสัมภาษณ์

3.2 ผู้วิจัยลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลจากผู้บริหารผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ และผู้ผลิตผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน

3.3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการลงพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ แล้วจัดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ แล้วนำมาเขียนบรรยายสรุปและสังเคราะห์ข้อมูล (Synthesis Analysis) โดยได้ดำเนินการนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลมาสังเคราะห์ เพื่อสรุปเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการประกอบการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัญหาด้านการบริหารจัดการองค์การ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ มีปัญหาด้านกำลังคนที่ไม่เพียงพอต่อการผลิตทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการผลิตสินค้าและบริการและไม่สามารถจัดส่งสินค้าและบริการตามจำนวนของคำสั่งซื้อของผู้บริโภคหรือลูกค้าได้ในระยะเวลาที่กำหนดทำให้ต้องสูญเสียลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าแต่ไม่ได้รับสินค้าตามระยะเวลานั้น ขาดทักษะฝีมือในการ

ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้า นอกจากนี้แล้วการจ้างงานที่เป็นส่วนสำคัญในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการกำลังการผลิตตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค ผู้ผลิตยังมีปัญหาที่ไม่สามารถหาล้างคนในการผลิตสินค้าและบริการที่เพียงพอตามความต้องการของผู้บริโภค เนื่องด้วยบางฤดูกาลสมาชิกในกลุ่มหรือพนักงานจ้างจะต้องออกไปทำการปลูกพืชหรือเก็บเกี่ยวพืชตามฤดูกาล จึงทำให้ขาดบุคลากรในการผลิตสินค้าและบริการได้อย่างทันเวลา

ปัญหาด้านตลาด พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย เนื่องด้วยกลุ่มผู้ประกอบการรวมถึงสมาชิกในกลุ่มยังมีความรู้ไม่เพียงพอต่อการส่งเสริมการตลาดและการขายสินค้าของตนเอง ปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ส่วนใหญ่อาศัยช่องทางการส่งเสริมการตลาดและการขาย โดยผ่านหน่วยงานองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนการผลิต โดยให้การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้ ผู้ผลิตผู้ประกอบการยังไม่สามารถที่จะช่วยเหลือตนเองได้ในการส่งเสริมการขายและการตลาด โดยยังต้องพึ่งพาหน่วยงานองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง มาช่วยส่งเสริมการตลาดและการขายธุรกิจของกลุ่ม

ปัญหาด้านการผลิต พบว่า วัตถุดิบในการผลิตสินค้าและบริการของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการนั้นมีขีดจำกัดเกี่ยวกับจำนวนของวัตถุดิบที่ไม่สามารถจัดหาได้ตลอดทั้งปี เพราะวัตถุดิบในการแปรสภาพเป็นสินค้าและบริการบางชนิด สามารถที่จะจัดหาได้เฉพาะบางฤดูเท่านั้น นอกจากนี้แล้ว การเก็บวัตถุดิบเพื่อใช้ ในการผลิตสินค้าในเวลานานจะทำให้วัตถุดิบเกิดความเสียหาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตถ้าจะผลิตสินค้าในปริมาณที่มากแต่ไม่ได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าก็อาจจะทำให้เกิดความเสียหายได้ด้วยเช่นกัน อีกทั้งปัญหาที่มีความสำคัญอีกประการคือการคมนาคมขนส่งสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค หรือลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลเช่นต่างจังหวัด เป็นต้น จะทำให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการสูญเสียค่าขนส่งที่สูงกว่าคู่แข่งอื่นถ้าเทียบการคมนาคมสัญจรในการขนส่งสินค้าและบริการ ซึ่งลูกค้าก็อาจจะตัดสินใจไปสั่งซื้อสินค้ากับคู่แข่งอื่น ที่มีค่าขนส่งสินค้าและบริการที่ถูกกว่า

ปัญหาด้านการเงิน พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการมีการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งสมาชิกบางคนไม่มีรายได้ที่แน่นอนเพราะมีอาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร รายได้ส่วนใหญ่จึงมาจากการขายพืชผลทางการเกษตรในบางฤดูเท่านั้น การระดมทุนเพื่อนำมาประกอบกิจกรรมทางธุรกิจ ของกลุ่มจึงมีจำนวนทุนที่มีข้อจำกัด และไม่มากพอต่อการผลิตสินค้าและบริการรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แหล่งเงินทุนจากสถาบันทางการเงินต่างๆทั้งในภาครัฐและเอกชนก็มีขั้นตอนและความซับซ้อนรวมถึงเอกสารหลักฐานต่างๆที่เป็นอุปสรรคต่อการขอยืมข้อเสนอเพื่อสนับสนุนทุน ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่ม เพราะพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ เป็นเพียงเฉพาะพื้นที่ทำกิน จึงไม่สามารถหาเอกสารสิทธิ์ใด ๆ มาเป็นหลักฐานในการยื่นเสนอเพื่อขอสนับสนุนทุนหมุนเวียนทางธุรกิจจากสถาบันการเงินทั้งภาครัฐ และเอกชนต่าง ๆ ได้ ปัญหาและอุปสรรคทางการเงินจึงเป็นปัญหาที่มีความสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการอยู่รอดได้ในอนาคตและอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. มีกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มชาติพันธุ์ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอชาติพันธุ์ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ที่มีศักยภาพในการพัฒนาและมีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการองค์การของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ ดังนี้ 1) ควรส่งเสริมการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับจัดระบบการบริหารจัดการ โครงสร้างองค์กรให้มีประสิทธิภาพ 2) หาวิธีการและแนวทางการจัดหากำลังคนที่มีความเหมาะสมกับงาน 3) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแบ่งบทบาทหน้าที่การทำงานให้เกิดความชัดเจน 4) ส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกผู้ผลิตผู้ประกอบการยังขาดองค์ความรู้และความเข้าใจต่อการพัฒนาธุรกิจของตนเอง

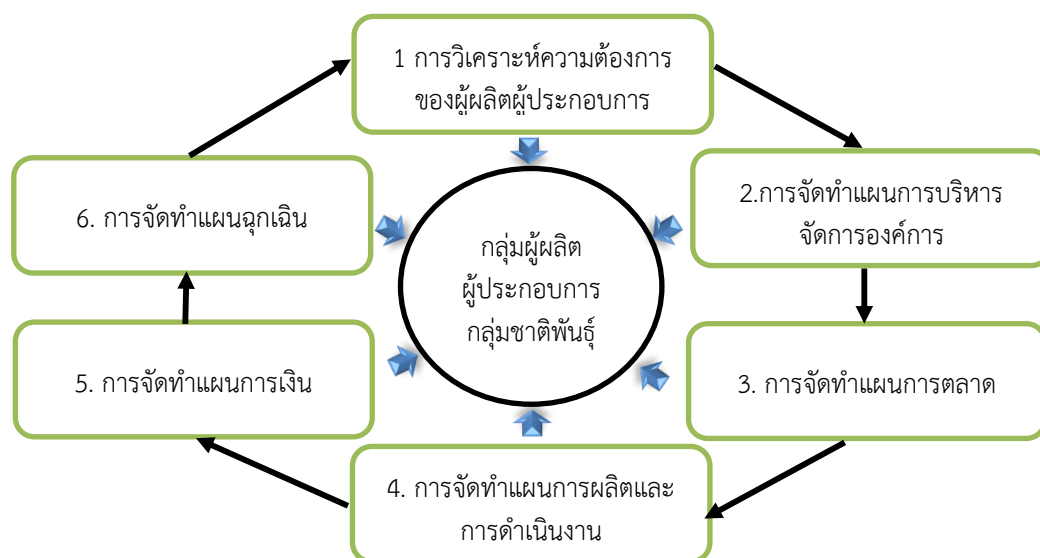
แนวทางการพัฒนาด้านตลาดของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ ดังนี้ 1) การส่งเสริมการพัฒนาผู้ผลิตผู้ประกอบการด้านการส่งเสริมการตลาดให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ได้มีองค์ความรู้และความเข้าใจทางด้านการส่งเสริมการตลาดและการขายมากยิ่งขึ้น 2) การส่งเสริมการพัฒนาผู้ผลิตผู้ประกอบการด้านการใช้สื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย การใช้สื่อและเทคโนโลยี 3) การส่งเสริมพัฒนาช่องทางการสื่อสารช่องทางการตลาดใหม่ๆ 4) ให้องค์กรภาครัฐและเอกชนหาฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น 5) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดหางานแสดงสินค้าเพิ่มขึ้น 6) จังหวัดควรมีตลาดสินค้า OTOP ที่เป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยว และแหล่งรองรับผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ

แนวทางการพัฒนาด้านการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ ดังนี้ 1) ส่งเสริมและให้ความรู้ผู้ผลิตผู้ประกอบการให้มีผลิตสินค้าใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ของสินค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น 2) ส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการมีการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน และได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้ 3) ส่งเสริมและให้ความรู้ผู้ผลิตผู้ประกอบการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย ที่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ 4) พัฒนาสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการให้มีองค์ความรู้ด้านการขอมาตรฐานสินค้า 5) หน่วยงานองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนและส่งเสริม ให้ความรู้และข้อเสนอแนะในการพัฒนาสินค้าให้ได้รับมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง 6) ส่งเสริมการให้ความรู้ในการค้นคว้าวิธีการจัดเก็บวัตถุดิบให้สามารถอยู่ได้ในระยะเวลาที่ยาวนานกว่าเดิม 7) หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนและส่งเสริมด้านการวิจัยคุณสมบัติในตัวสินค้าสินค้า OTOP ทุกประเภท 8) หน่วยงานรัฐสนับสนุนและส่งเสริมวัสดุ อุปกรณ์ และการจัดสถานที่แหล่งผลิตที่ถูกต้องเหมาะสมตามหลักมาตรฐานการผลิตสินค้าและบริการ

แนวทางการพัฒนาด้านการเงินของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ ดังนี้ 1) มีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการสนับสนุนแหล่งทุนที่เหมาะสมกับการประกอบการจากปัญหาและผลกระทบของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ในพื้นที่ 2) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาและการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบและถูกต้อง 3) การให้ความรู้เกี่ยวกับการหาตลาดเพื่อการส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น 4) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรให้การสนับสนุนการงบประมาณหรือทุนการผลิตสินค้าและบริการให้กับกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการกลุ่มชาติพันธุ์มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้กระบวนการ
การทำแผนธุรกิจ และจัดทำแผนธุรกิจโดยการบูรณาการให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของกลุ่ม
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ผลิตผู้ประกอบการตามกรอบการวิจัยคือการ
ถ่ายทอดองค์ความรู้การจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการสามารถนำองค์ความรู้ที่
ได้รับไปปรับและประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนเอง ในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพตาม
กระบวนการและขั้นตอนของแผนธุรกิจดังนี้



ภาพที่ 1 กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้การจัดทำแผนธุรกิจ



ภาพที่ 2 การถ่ายทอดองค์ความรู้การจัดทำแผนธุรกิจ

อภิปรายผล

การศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัญหาด้านการบริหารจัดการองค์กรและแนวทางการพัฒนา จากการสังเคราะห์ปัญหา
และอุปสรรคของผู้ผลิตผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการองค์กรทราบว่าผู้ผลิตผู้ประกอบการมี
ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบการแบ่งออกเป็นด้านกำลังคนในการผลิตที่มีไม่เพียงพอและ หรือ
ผู้ผลิตไม่มีทักษะในการผลิตสินค้าและบริการได้อย่างมีมาตรฐาน จึงทำให้สินค้าไม่เป็นไปตามความ

ต้องการของผู้บริโภคทั้งนี้ผู้ผลิตมีจำนวนน้อยไม่สามารถผลิตสินค้าและบริการตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภคได้ในระยะเวลาจำกัด จึงทำให้สูญเสียลูกค้าหรือผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวและส่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้าและบริการของกลุ่มด้านเครื่องจักรและอุปกรณ์ผู้ผลิตผู้ประกอบการมีทุนของกลุ่มน้อยจึงไม่สามารถที่จะจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องจักรที่มีความทันสมัยในการช่วยผลิตสินค้าและบริการให้เกิดมาตรฐานได้ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการผลิต ที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานของการผลิตสินค้าและบริการ สอดคล้องกับ วีรศักดิ์ ธนาพรสิน และคณะ (2562 : 239) กล่าวว่า เกี่ยวกับการดำเนินงานที่เป็นเลิศเป็นความสามารถหลักขององค์กรอีกด้านหนึ่ง เป็นความสามารถที่อยู่ในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการทั้งกระบวนการและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กร รวมทั้งเกี่ยวข้องการบริหารจัดการบุคลากรในองค์กร เช่น การประหยัดเนื่องจากขนาดการบริหารความพึงพอใจของลูกค้า วัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น เป็นสมรรถนะที่ส่งเสริมและสร้างสมรรถนะด้านอื่น ๆ สมรรถนะหลักด้านนี้จะช่วยทำให้องค์กรมีความสามารถในการปรับเปลี่ยนหรือเปิดรับต่อการเปลี่ยนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจหรือของอุตสาหกรรมได้ยากหรือง่าย

แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร การให้การสนับสนุนและการส่งเสริมการให้องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดระบบการบริหารจัดการสำหรับสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP และการสร้างความเข้าใจในการจัดโครงสร้างองค์กรให้มีประสิทธิภาพ หาแนวทางและหาวิธีการจัดการกำลังคนที่มีความเหมาะสมกับงานการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแบ่งบทบาทหน้าที่การทำงานให้เกิดความชัดเจนและพัฒนาสมาชิกผู้ผลิตผู้ประกอบการ ให้มีองค์ความรู้รอบด้านทางธุรกิจจะช่วยให้กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP สามารถใช้ศักยภาพของตนเองในการประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ ปิยะนุช สัมฤทธิ์ และคณะ (2564 : 18) กล่าวถึงมิติด้านการบริหารความสัมพันธ์ การร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ เพื่อสร้างอำนาจถ่วงดุลทางการค้าตามกลยุทธ์ที่ได้ทำการวางแผนไว้ ประกอบด้วย การจับคู่ธุรกิจหรือสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย การมีเทคนิคให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ การรับผิดชอบต่อสังคม สร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการแบ่งปันทรัพยากรกับคู่ธุรกิจหรือพันธมิตรทางการค้า การสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่น กำหนดวิธีการและช่องทางการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอก การจับคู่ธุรกิจ และการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรขององค์กรกับคู่ธุรกิจและเครือข่ายธุรกิจ

ปัญหาด้านตลาดและแนวทางการพัฒนา จากการสังเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการด้านการตลาดทราบว่า ปัญหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ คือ ยังไม่มีความรู้และความสามารถในการใช้สื่อเพื่อทำการส่งเสริมการขายและการตลาดในธุรกิจของตนเองได้และจะต้องพึ่งพาหน่วยงานองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ช่วยส่งเสริมในการสร้างสื่อ การส่งเสริมการขายและการส่งเสริมการตลาดให้กับธุรกิจของตนเอง จึงทำให้กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ถ้าหากหน่วยงานองค์กรภาครัฐและเอกชนไม่ทำการส่งเสริมการตลาดให้ ก็จะทำให้ธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการขาดการส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง และมีผลกระทบให้ยอดขายสินค้าและบริการของกลุ่มลดลง ทั้งนี้อาจจะเกิดผลกระทบในระยะยาวในเรื่องของการขาดทุนในการดำเนินงานต่อมา สอดคล้องกับ Lee-Ross and Lashley (2009 : 67) ได้กล่าวถึง การประกอบการธุรกิจต้องมีความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดสร้างสรรค์มีอยู่ในหลากหลาย

และหลากหลายบริบทศิลปินนักดนตรีหรือแม้แต่สถาปนิกก็อาจมองว่าบุคคลเหล่านี้มีความคิดสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ ความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของการประกอบกิจการเพราะครอบคลุมถึงทรัพย์สิน การดำเนินงาน กระบวนการและผลลัพธ์ที่ได้จากความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการจำนวนมากพยายามสร้างความโดดเด่นให้กับแบรนด์ธุรกิจของตนเอง

แนวทางการพัฒนาด้านตลาด การส่งเสริมการพัฒนาผู้ผลิตผู้ประกอบการด้านการส่งเสริมการตลาด ให้มีความรู้ด้านการตลาด การโฆษณา การทำการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการพัฒนาผู้ผลิตผู้ประกอบการด้านการใช้สื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยในยุคปัจจุบัน การส่งเสริมพัฒนาช่องทางการสื่อสารช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ทางสื่อ Social หรือสื่อ Multimedia ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการสามารถหาตลาดได้มากยิ่งขึ้นการให้องค์กรภาครัฐและเอกชนหาฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดหางานแสดงสินค้าเพิ่มขึ้น และให้จังหวัดมีตลาดสินค้า OTOP ที่เป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยว และแหล่งรองรับผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการให้ครอบคลุมในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งจะทำให้กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการสามารถขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น และมีโอกาสในการขยายฐานการผลิต สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตผู้ประกอบการสอดคล้องกับ ศิริทิพย์ พิศวง (2564 : 34) กล่าวถึง การส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบบดึงดูดใจ ขาดการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจนและต่อเนื่อง อีกทั้งการออกแบบสื่อ และช่องทางการสื่อสารยังไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีเพียงการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาซื้อสินค้าเท่านั้น ขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการนำเสนอขายแบบมืออาชีพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อนุกุล โกมลอุปถัมภ์ และคณะ (2564 : 267) กล่าวว่าองค์กรจำเป็นต้องมีทักษะในการวางแผนการด้านการตลาด การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย ตลอดจนการดำเนินกิจการทุกอย่างเพื่อสนองความต้องการ และบริการให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคพอใจทั้งในเรื่องราคาและบริการ

ปัญหาด้านการผลิตและแนวทางการพัฒนา จากการสังเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการด้านการผลิตทราบว่า วัตถุดิบในการผลิตสินค้าและบริการของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการนั้นมีขีดจำกัดเกี่ยวกับจำนวนของวัตถุดิบที่ไม่สามารถจัดหาได้ตลอดทั้งปี เพราะวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นสินค้าและบริการบางชนิด สามารถที่จะจัดหาได้เฉพาะบางฤดูเท่านั้น นอกจากนี้แล้วการเก็บวัตถุดิบเพื่อใช้ ในการผลิตสินค้าในเวลานานจะทำให้วัตถุดิบเกิดความเสียหาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตถ้าจะผลิตสินค้าในปริมาณที่มากแต่ไม่ได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้า ก็อาจจะทำให้เกิดความเสียหายได้ด้วยเช่นกันอีกทั้งปัญหาที่มีความสำคัญอีกประการคือการคมนาคมขนส่งสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค หรือลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลเช่นต่างจังหวัด เป็นต้น จะทำให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการสูญเสียค่าขนส่งที่สูงกว่าคู่แข่งอื่นถ้าเทียบการคมนาคมสัญจรในการขนส่งสินค้าและบริการ ซึ่งลูกค้าก็อาจจะตัดสินใจไปสั่งซื้อสินค้ากับคู่แข่งอื่น ที่มีค่าขนส่งสินค้าและบริการที่ถูกกว่าสอดคล้องกับ สุดถนอม ต้นเจริญ (2561) ได้กล่าวว่า การเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตลอดจนการสื่อสารภาพลักษณ์ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น เชื่อมโยงกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสื่อถึงวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ต้องการพัฒนา คือบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและความหลากหลายของประเภทสินค้าเป็นแนวทางการพัฒนาที่แข่งขันได้

แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต การส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการให้มีแนวคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน และได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้ ช่วยส่งเสริมและออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และดึงดูดลูกค้าได้ ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเพื่อพัฒนาสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการให้มียอดความรู้ด้านการขอมาตรฐานสินค้า ให้หน่วยงานองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสินค้าให้ได้รับมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงค้นคว้าวิธีการจัดเก็บวัตถุดิบให้สามารถอยู่ได้ในระยะเวลาที่ยาวนาน สนับสนุนและส่งเสริม ด้านการวิจัยคุณสมบัติในตัวสินค้า สินค้า OTOP ทุกประเภทในพื้นที่ของอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอนและสนับสนุนและส่งเสริมวัสดุ อุปกรณ์ และการจัดสถานที่แหล่งผลิตที่ถูกต้องเหมาะสมจะเป็นแนวทางที่ทำให้กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP มีโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและมีมาตรฐานในการผลิต เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคโดยทั่วไป สอดคล้องกับ พรณภา สวรรค์นชัย และคณะ (2564 : 140) ได้กล่าวว่า เริ่มจากเห็นโอกาสทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาของไทยในเชิงธุรกิจ การลงทุนธุรกิจสามารถทำได้ง่ายและเปิดกว้างจึงเป็นโอกาสให้ผู้สนใจลงทุนหรือต้องการมีอาชีพโดยไม่มีข้อจำกัดด้านความรู้หรือประสบการณ์มาก่อน ซึ่งการลงทุนที่ทำได้ง่ายเกิดจากการเปิดโอกาสในการเรียนรู้ธุรกิจโดยการเข้าร่วมอบรมจากหน่วยงานของรัฐที่ส่งเสริมการเปิดธุรกิจที่สนับสนุนให้ความรู้แก่ผู้ต้องการเป็นเจ้าของสถานประกอบการ ในปัจจัยต่อมาต้องเป็นผู้มีใจรักในการบริการมีความต้องการในการช่วยเหลือผู้อื่น การมีจิตใจช่วยเหลือและมีความสุขในการช่วยเหลือผู้อื่น ร่วมกับการมีค่านิยมร่วมกันในการช่วยเหลือผู้อื่นเป็นแรงผลักดันในการริเริ่มธุรกิจ

ปัญหาด้านการเงินและแนวทางการพัฒนา จากการสังเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของผู้ผลิตผู้ประกอบการด้านการเงินทราบว่า กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการมีการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่มซึ่งสมาชิกบางคนไม่มีรายได้ที่แน่นอนเพราะมีอาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร รายได้ส่วนใหญ่จึงมาจากการขายพืชผลทางการเกษตรในบางฤดูเท่านั้น การระดมทุนเพื่อนำมาประกอบกิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่มจึงมีจำนวนทุนที่มีข้อจำกัดและไม่มากพอต่อการผลิตสินค้าและบริการรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แหล่งเงินทุนจากสถาบันทางการเงินต่างๆทั้งในภาครัฐและเอกชนก็มีขั้นตอนและความซับซ้อนรวมถึงเอกสารหลักฐานต่างๆที่เป็นอุปสรรคต่อการขอยืมข้อเสนอเพื่อสนับสนุนทุนในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่ม เพราะพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ เป็นเพียงเฉพาะพื้นที่ทำกิน จึงไม่สามารถหาเอกสารสิทธิ์ใด ๆ มาเป็นหลักฐานในการยื่นเสนอเพื่อขอสนับสนุนทุนหมุนเวียนทางธุรกิจจากสถาบันการเงินทั้งภาครัฐ และเอกชนต่าง ๆ ได้ ปัญหาและอุปสรรคทางด้านการเงินจึงเป็นปัญหาที่มีความสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการอยู่รอดได้ในอนาคตและอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ อุษณีย์ เส่งพานิช (2564 : 23) กล่าวถึงลักษณะกิจการและข้อจำกัดในการดำเนินงาน เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs ทั้งนี้การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพราะกิจการมีรายได้ที่เพ่งดำเนินการ หรือกิจการที่มีระยะเวลาดำเนินการน้อยมักไม่มีผลประกอบการในอดีตมาให้อาจารย์ทางการเงินพิจารณาความน่าเชื่อถือประกอบการอนุมัติสินเชื่อ จึงประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

แนวทางการพัฒนาด้านการเงิน การสนับสนุนให้มีหน่วยงานในการส่งเสริมการสนับสนุนแหล่งทุนที่เหมาะสมกับการประกอบการของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการให้มีแหล่งสถาบันทางการเงินที่ให้สิทธิกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการได้เข้าถึงมากยิ่งขึ้น โดยการลดกระบวนการ ขั้นตอน หรือมีข้อยกเว้น เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนได้ ให้องค์ความรู้และสร้างความเข้าใจให้กับสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการให้มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบและถูกต้อง ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดเพื่อการส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นและการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนทุน จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางการเงินและสามารถมีทุนในการหมุนเวียนในกลุ่มได้อย่างคล่องตัวมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับภัทรา เตชะธนเศรษฐ์ (2564 : 57) กล่าวว่า การติดตามประเมินผลจะส่งผลให้การดำเนินงานต่าง ๆ ในองค์กรเป็นไปด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความชัดเจน พิสูจน์ยืนยันได้ และข้อมูลทางการเงินในองค์กรเกิดความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ สามารถเข้าใจได้ ผู้บริหารหรือบุคลากรสามารถนำข้อมูลทางการเงินมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างทันท่วงที

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการให้กับผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผู้วิจัยได้นำกระบวนการด้านการจัดทำแผนธุรกิจมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนก็มีความแตกต่างตามลักษณะต่าง ๆ ของพื้นที่อื่น หากหน่วยงาน องค์กร หรือผู้ประกอบการรายอื่นนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์จะต้องคำนึงถึงสภาพบริบทเชิงพื้นที่ ลักษณะการดำเนินการ เนื่องจากสภาพบริบทการดำเนินงานมีความแตกต่างกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการกับผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเจาะจงกลุ่มชาติพันธุ์ใดกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่ง เพราะแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ มีบริบท วิถีชีวิต ความเชื่อ และพฤติกรรมที่ต่างกันไป หรือ อาจจะปรับเปลี่ยนแนวคิด ทฤษฎี ที่มีความน่าสนใจและเหมาะสมกับกลุ่มชาติพันธุ์นั้น ๆ

2.2 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการกลุ่มชาติพันธุ์มีการพัฒนาอาชีพเพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิต

เอกสารอ้างอิง

ปิยะนุช สัมฤทธิ์, สักรินทร์ อยู่ผ่อง และอัศรัตน์ พูลกระจำง. (2564). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจขนส่งและกระจายสินค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 21(1). 7-23.

- พรนภา สอนรัตนชัย, ศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์หิรัญ และแก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์. (2564). การริเริ่มธุรกิจ กลยุทธ์ การปฏิบัติงานนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจขนาดย่อมด้านการแพทย์แผนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร. **วารสารคุษภักดิ์ทางสังคมศาสตร์**. 11(1). 133-145.
- ภัทรา เตชะธนเศรษฐ์. (2564). ผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ของธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ในจังหวัดระยอง. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**. 16(1). 52-59.
- วีระศักดิ์ ธนาพรสิน, จตุรงค์ ศรีวัชรวรรณ และชมพูท โมราชาติ. (2562). รูปแบบสมรรถนะของ องค์กรเพื่อความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการ และเทคโนโลยีอีสเทิร์น**. 16(2). 233-241.
- ศิรินทิพย์ พิศวง. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อส่งเสริมเครือข่ายองค์ ความรู้ จังหวัดสุรินทร์. **วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**. 15(4). 8-41.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน. **สรุปผลการดำเนินงานการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://maehongson.cdd.go.th/>.
- สุดถนอม ต้นเจริญ. (2561). แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชน อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง**. 7(2). 155-166.
- อนุกุล โกมลอุปถัมภ์, ปาริชาติ อีริวิทย์ และทวีศักดิ์ รูปสิงห์. (2564). กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก. **วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ**. 6(1). 252-270.
- อุษณีย์ เส่งพานิช. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อข้อจำกัดในการดำเนินงานและการเข้าถึงแหล่ง เงินทุน จากสถาบันการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**. 15(1). 13-26.
- Lee-Ross, D., & Lashley, C. (2009). **Entrepreneurship and Small Business Management in the Hospitality Industry**. Routledge.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร THE CAUSAL FACTORS INFLUENCING EFFICIENCY OF EMPLOYEES IN BANGKOK

ทัตเทพ ทวีไทย¹ และ ชุตาทพร สอนภักดี¹

¹คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นครปฐม

Tattep Taweethai¹ and Chudapon Sonpukdee¹

¹Faculty of Arts and Sciences, Kasetsart University, Nakhon Pathom

(Received: April 17, 2022; Revised: August 18, 2022; Accepted: August 23, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านความผูกพัน และปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2) พัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ พนักงานที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านความผูกพัน และปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานอยู่ในระดับมาก 2) โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีการตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบโดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) = 89.996, ท้องศาอิสระ (df) = 57, χ^2/df = 1.578, P = 0.003, ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) = 0.97, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.93, ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.038, ค่าดัชนีค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) = 0.021 3) โมเดลประกอบด้วยตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน และปัจจัยความผูกพันในองค์กร ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานผ่านปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน และปัจจัยความผูกพันในองค์กร ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้เหมาะสม ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ, ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, ความผูกพันในองค์กร, แรงจูงใจในการทำงาน, ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ABSTRACT

This research aimed to 1) study personal factors. Transformational Leadership factors, motivation factors, Engagement factors, and work efficiency factors of employees in Bangkok area 2) develop a causal factor influencing the work efficiency of employees in Bangkok area 3) study the direct and indirect influences of the factors that influence the work efficiency of employees in the Bangkok area. This study is a Survey Research. The sample used in this research was 400 employees working in Bangkok by using questionnaires as a tool to collect data. Data were analyzed using descriptive statistics. Pearson's correlation coefficient analysis, confirmation element analysis and analysis of structural equation models.

The research results were as follows: 1) transformational leadership factors, motivation factors, engagement factors, and work efficiency factors are high level 2) The model developed was consistent with empirical data. The index for the harmonization of the pattern with the chi-square statistic (χ^2) = 89.996, at the degrees of freedom (df) = 57, χ^2/df = 1.578, P = 0.003, Goodness of Fit Index (GFI) = 0.97, Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.93, Root Mean Square Error Approximation (RMSEA) = 0.038, Root Mean Square Residual (RMR) = 0.021 3) The model consisted of variables that directly influences work efficiency such as organizational motivation factors and engagement factors. The variables that indirectly influence work efficiency, transformational leadership factors, which affects work efficiency through motivation factors and engagement factors. The results of this research, can be used by management to improvements and developments in various areas more efficient and effective.

Keywords: Causal factors, Work Efficiency, Engagement, Work motivation, Transformational leadership.

บทนำ

การทำงานให้มีประสิทธิภาพต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ที่เกื้อหนุนกันเพื่อให้การทำงานนั้น ๆ มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ 1) ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (พีระพัฒน์ สมศรี และ ธีรพันธ์ บุญอยู่, 2564) โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นบุคคลที่เป็นสมาชิกขององค์กรและที่มาจากภายนอกองค์กร มีวัตถุประสงค์หลักที่จะใช้ความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงองค์กร จะเป็นผู้ที่มิชอบบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบสูง อาจเป็นทั้งผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผู้อำนวยการความสะดวกในการเปลี่ยนแปลง ผู้เจรจาต่อรองระหว่างผลประโยชน์ และเป็นที่ปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ ขององค์กรที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความต้องการจากองค์กรว่าต้องการให้บุคคลเหล่านั้นแสดงบทบาท และหน้าที่ใดเป็นสำคัญ

(ณัฐพันธ์ เชนนันท์ และคณะ, 2546) 2) ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน (อรุโณทัย จันทวงษ์ และประสพชัย พสนนท์, 2561 ศิริดา เพชรแก้วกุล และเฉลิมพร เย็นเยือก, 2563) ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีส่วนสำคัญต่อประสิทธิภาพในการทำงาน โดยแรงจูงใจจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้คนทำงาน พยายามทุ่มเทกำลังความสามารถ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ให้ได้ผลงานที่ดีและสูงขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อประโยชน์จะให้องค์กรสามารถมีข้อได้เปรียบในด้านต่าง ๆ จากความมีประสิทธิภาพสูงสุดเท่าที่จะทำได้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2542) 3) ปัจจัยความผูกพันในองค์กร Steers (1977 อ้างถึงใน อนุดิษฐ์ฐานไชยกร, 2562) โดยความผูกพันคือสภาพหรือลักษณะแต่ละบุคคลที่อุทิศเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกและสติปัญญาแก่องค์กรหรือกลุ่มงาน มีทัศนคติที่เป็นบวกแสดงถึงความรู้สึกและพฤติกรรมบุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรนั้นเป็นความต้องการส่วนบุคคล และทำงานอย่างจริงจัง ตั้งใจนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตทางธุรกิจขององค์กร โดยความผูกพันจะส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกรู้สึกต่อองค์กรในทางบวก ซึ่งความผูกพันที่มีต่องาน เป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร พนักงานจะมีความจงรักภักดี โดยปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร องค์กรที่ประสบความสำเร็จ องค์กรที่สร้างประโยชน์ให้กับสังคม องค์กรที่ให้โอกาสแก่พนักงาน สมาชิกมีความรักองค์กร ภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความรู้สึกร่วมกับองค์กรสูง และทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (สุพาณี สฤงษณ์วณิช, 2549) พนักงานจะแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถและความรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542)

จากการทบทวนเอกสารข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานนั้น ควรศึกษาว่าปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันในองค์กรของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับใด โดยจะนำตัวแปรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ไปพัฒนาเป็นโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุ เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่เป็นอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานให้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพขององค์กรและทำให้องค์กรเจริญเติบโตได้เป็นอย่างดีในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

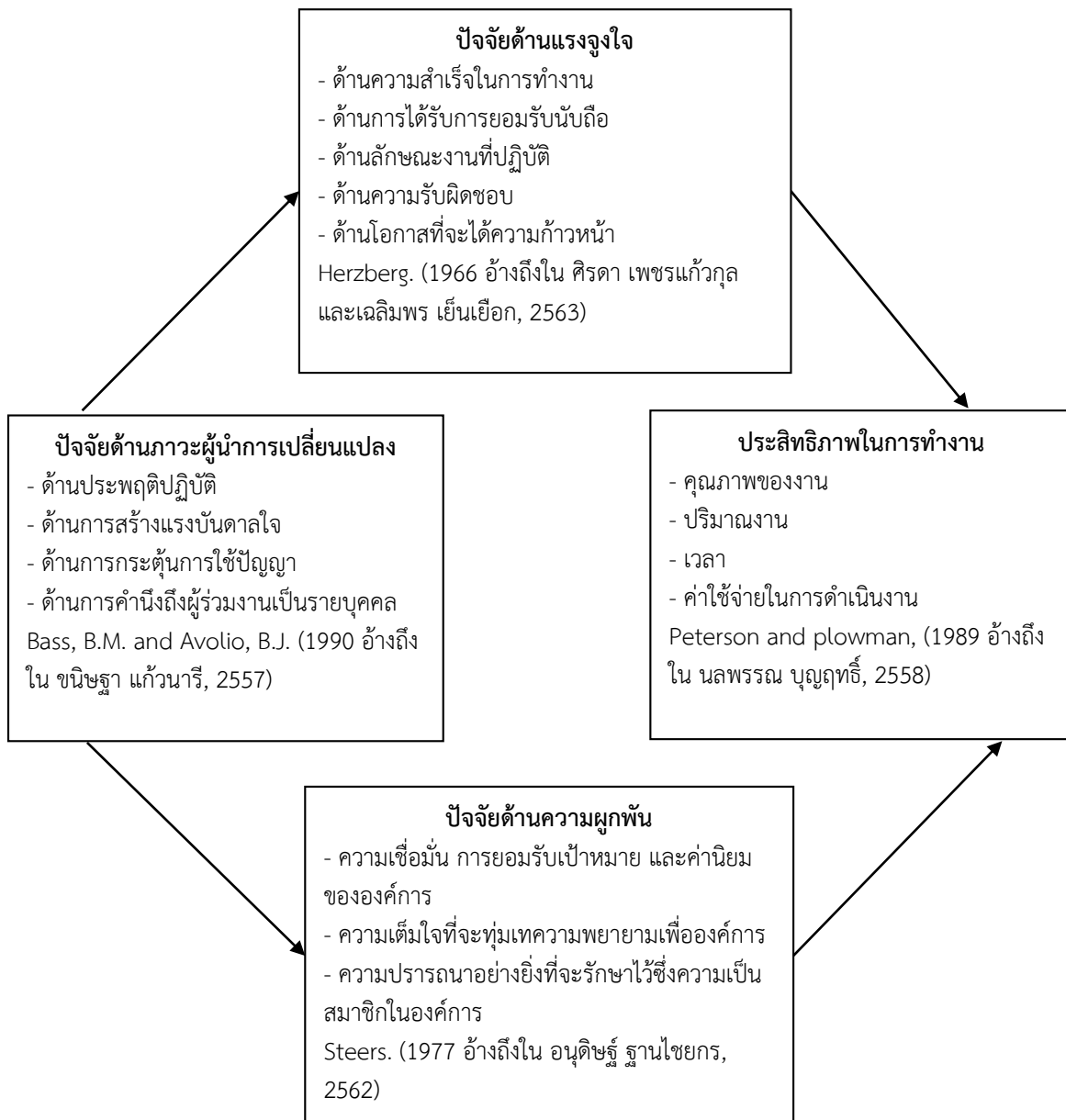
1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยความผูกพันในองค์กร และปัจจัยประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายละเอียดดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง Bass, B.M. and Avolio, B.J. (1990 อ้างถึงใน ขนิษฐา แก้วนารี, 2557) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 1) ด้านประพจน์ปฏิบัติ 2) ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ 3) ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา 4) ด้านการคำนึงถึงผู้ร่วมงาน เป็นรายบุคคล จากแนวคิดแรงจูงใจในการทำงานของ Herzberg (1966 อ้างถึงใน ศิริดา เพชรแก้วกุล และเฉลิมพร เย็นเยือก, 2563) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของแรงจูงใจในการทำงาน (ภายใน) ดังนี้ 1) ด้านความสำเร็จในการทำงาน 2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ 3) ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ 4) ด้านความรับผิดชอบ 5) ด้านโอกาสที่จะได้ความก้าวหน้า จากแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในองค์การของ Steers (1977 อ้างถึงใน อนุดิษฐ์ ฐานไชยกร, 2562) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของความผูกพันในองค์การ ดังนี้ 1) ความเชื่อมั่น การยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์การ 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์การ 3) ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกในองค์การ จากแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน Peterson and plowman (1989 อ้างถึงใน นลพรรณ บุญฤทธิ์, 2558) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนี้ 1) คุณภาพของงาน (Quality) 2) ปริมาณงาน (Quantity) 3) เวลา (Time) 4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Costs)

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีข้างต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือ 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2) แรงจูงใจในการทำงาน 3) ความผูกพันในองค์การ ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานทางอ้อมเชิงบวกผ่านแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันในองค์การ
2. แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน
3. ความผูกพันในองค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงานที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,338,659 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973 อ้างถึงใน สุทรฐ์ ศรีไสย์, 2551) โดยกำหนดความคาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดขนาดตัวอย่างตามการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ของ Hair et al. (2010 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2556) เสนอให้ใช้จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 100 คน ในกรณีที่จำนวนตัวแปรแฝงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ตัวแปร และแต่ละตัวแปรแฝงมีตัวแปรสังเกตได้เกิน 3 ข้อ ซึ่งโมเดลการวัดในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรแฝงจำนวน 5 ตัวแปร และแต่ละตัวแปรแฝงมีตัวแปรสังเกตได้เกิน 3 ข้อ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ควรต่ำกว่า 100 ตัวอย่าง นอกจากนี้การกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ยังสอดคล้องกับการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Virahchai (1999 อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์, 2555) ที่ให้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 10 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ ซึ่งในการศึกษานี้มีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า 20 ตัว ขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ควรต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง และมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sample) ได้ตัวแทนประชากรจำนวน 6 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตคลองสาน เขตลาดพร้าว เขตบางแค เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน โดยเก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิทำการประเมินความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ใช้ค่าเฉลี่ยรายข้อที่มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) 4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.68-0.92 ซึ่งมากกว่า 0.6 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) แสดงว่า คำถามมีความสอดคล้องกันดี จึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปเก็บข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามพร้อมทั้งตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทั้งหมดเพื่อเตรียมวิเคราะห์ข้อมูล จนครบตามจำนวน 400 ฉบับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายปัจจัยประชากรศาสตร์ และใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยความผูกพันในองค์กร และปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

4.2 การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) การทดสอบสมมติฐานโมเดลเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทดสอบว่าโมเดลเส้นทางที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงเชิงประจักษ์ โดยการตรวจสอบข้อมูลตัวแปรสังเกตได้มีลักษณะแจกแจงแบบโค้งปกติ ตามเกณฑ์ของความเบ้และความโด่งที่ยอมรับได้มีค่าความเบ้ไม่เกิน 3.00 และ ค่าความโด่งไม่เกิน 10.00 (อภิญา อิงอาจ และคณะ, 2564) และวิเคราะห์ความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment) ระหว่างตัวแปรสังเกตได้จำนวน 16 ตัวแปรที่อยู่ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกันให้มีความสัมพันธ์กัน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างให้มีความเหมาะสมในการเป็นตัวแทนในการวัดโดยผลการทดสอบโมเดลการวัดของตัวแปรสังเกตได้ในชุดของตัวแปรแฝงให้โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การพิจารณาความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์สามารถพิจารณาจากประสิทธิภาพของโมเดลสามารถตรวจสอบได้จากความตรง (validity) และความเที่ยง (reliability) ของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงโดยความตรง (validity) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ของทุกตัวแปรแฝงแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรสามารถวัดตัวแปรแฝงในโมเดลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุภมาส อังศุโชติ และคณะ, 2557) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้นไป (Byrne, 2010 อ้างถึงใน ธนาวุฒิ ประกอบผล, 2562) และการวัดความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) ได้จากค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted : AVE) ควรมีค่ามากกว่า 0.5 (อภิญา อิงอาจ และคณะ, 2564) นอกจากนี้การพิจารณาประสิทธิภาพของโมเดลสามารถวัดได้จากความเที่ยง (reliability) หมายถึง การที่ตัวแปรสังเกตได้มีความแปรผันร่วมกันกับตัวแปรแฝงและความสามารถของตัวแปรสังเกตได้ที่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝง โดยพิจารณาจากค่า Square Multiple Correlation (R²) โดยค่าความแปรปรวนของตัวแปรควรมีค่าเข้าใกล้ 1 (Byrne, 2010 อ้างถึงใน ธนาวุฒิ ประกอบผล, 2562)

นอกจากนี้การพิจารณาความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถพิจารณาจากค่าดัชนีการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล ได้แก่ ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ไม่มีนัยสำคัญ หรือ $p > 0.05$, ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) น้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index : GFI) มากกว่า 0.90 และ ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) มากกว่า 0.90 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of

Approximation: RMSEA) น้อยกว่า 0.05 และค่าดัชนีค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual : RMR) น้อยกว่า 0.05 (สุภมาส อังศุโชติ และคณะ, 2557)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยความผูกพันในองค์กร และปัจจัยประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21–30 ปี คิดเป็นร้อยละ 53 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 81 รายได้อยู่ระหว่าง 20,001–30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66 และมีประสบการณ์ทำงาน 1–5 ปี ร้อยละ 43

การหาค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรในโมเดลและการตรวจสอบการกระจายของข้อมูล

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานเบื้องต้น เพื่อให้ทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และลักษณะการแจกแจงข้อมูลของตัวแปร โดยตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (Mean = 3.92) รองลงมาคือแรงจูงใจในการทำงาน (MF) (Mean = 3.77) ความผูกพันในองค์กร (COM) (Mean = 3.72) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) (Mean = 3.71) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลแบบโค้งปกติ (Normal Distribution) ของตัวแปรสังเกตได้จากค่าความเบ้และความโด่งพบว่า ค่าความเบ้มีค่าอยู่ระหว่าง -0.164 ถึง -0.801 และค่าความโด่งมีค่าอยู่ระหว่าง -0.197 ถึง 1.376 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีลักษณะการแจกแจงข้อมูลแบบปกติ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของความเบ้และความโด่งที่ยอมรับได้ได้ โค้งปกติมีค่าความเบ้ไม่เกิน 3.00 และ ค่าความโด่งไม่เกิน 10.00 แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีลักษณะการแจกแจงแบบโค้งปกติ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในวิเคราะห์ขั้นตอนต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกัน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment : r) พบว่า ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 16 ตัวแปร มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในเชิงบวก โดยมีขนาดความสัมพันธ์ (r) ตั้งแต่ 0.378 ถึง 0.701 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกัน พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกันมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกคู่ จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

2. การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (Multicollinearity) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment) ระหว่างตัวแปรแฝงจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันในองค์กร และประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงทุกตัวในโมเดลมีขนาดความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.494 ถึง 0.658 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไม่เกิน 0.8 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Hair et al. 1995 อ้างถึงใน สวรรค์ชัย กิตยานันท์, 2552)

ดังนั้น ตัวแปรแฝงจึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยตัวแปรแฝงมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

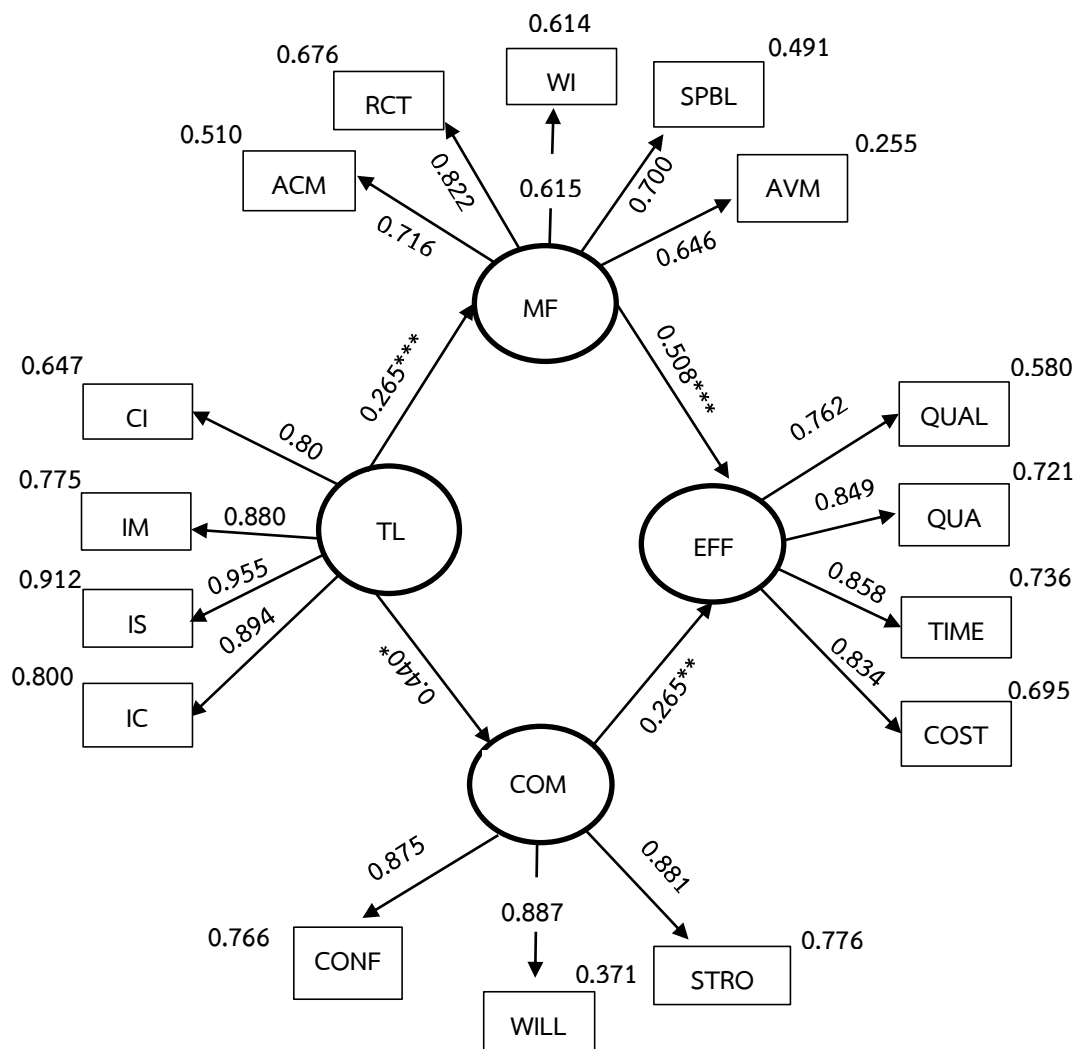
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมในการเป็นตัวแทนในการวัด โดยผลการทดสอบโมเดลการวัดของตัวแปรสังเกตได้ ในชุดของตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน พบว่า โมเดลการวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โมเดลการวัดแรงจูงใจในการทำงาน โมเดลการวัดความผูกพันในองค์กร โมเดลการวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ทุกโมเดล ดังนั้น ตัวแปรสังเกตได้ในชุดของตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายในจึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

4. การวิเคราะห์ความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยการพิจารณาประสิทธิภาพของโมเดล

การวิเคราะห์ความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์สามารถพิจารณาจากประสิทธิภาพของโมเดล โดยตรวจสอบได้จากความตรง (validity) และความเที่ยง (reliability) ของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงภายนอก โดยความตรง (validity) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ของทุกตัวแปรแฝงแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร สามารถวัดตัวแปรแฝงในโมเดลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้นไป ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ของทุกตัวแปรแฝงแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวกทั้งหมดมีขนาดตั้งแต่ 0.615 ถึง 0.955 แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรในทิศทางเดียวกันและตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรสามารถวัดตัวแปรแฝงในโมเดลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากการพิจารณาประสิทธิภาพของโมเดลสามารถวัดได้จากความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) จากค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ควรมีค่ามากกว่า 0.5 ซึ่งพบว่า ค่า AVE ของทุกตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.5098–0.7835 อีกทั้งสามารถวัดได้จากความเที่ยง (Reliability) หมายถึง การที่ตัวแปรสังเกตได้มีความแปรผันร่วมกันกับตัวแปรแฝงและความสามารถของตัวแปรสังเกตได้ที่จะอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การพหุคูณ (Square Multiple Correlation : R^2) โดยค่าความแปรปรวนของตัวแปร

ควรมีค่าเข้าใกล้ 1 ซึ่งพบว่าค่า R^2 ของตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าอยู่ระหว่าง 0.255–0.912

5. การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ



ภาพที่ 2 โมเดลเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

จากภาพที่ 2 พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานครที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีการตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบโดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ $\chi^2 = 89.996$, ที่องศาอิสระ(df) = 57, $P = 0.003$, $\chi^2/df = 1.578$, ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) = 0.97, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.93, ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.038, ค่าดัชนีการากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) = 0.021

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) ซึ่งสามารถร่วมกันทำนายแรงจูงใจในการทำงาน (MF) ได้ร้อยละ 31.30 ตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันในองค์กร ได้แก่ ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) ซึ่งสามารถร่วมกันทำนายแรงจูงใจในการทำงาน (MF) ได้ร้อยละ 23.30 และตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงาน (MF) และความผูกพันในองค์กร (COM) ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) ผ่านปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน (MF) และปัจจัยความผูกพันในองค์กร (COM) โดยสามารถร่วมกันทำนายตัวแปรประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) ได้ร้อยละ 53.90 รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect : IE) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect: TE)

ตัวแปรผล	แรงจูงใจในการทำงาน (MF)			ความผูกพันในองค์กร (COM)			ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF)		
	ทางตรง (DE)	ทางอ้อม (IE)	โดยรวม (TE)	ทางตรง (DE)	ทางอ้อม (IE)	โดยรวม (TE)	ทางตรง (DE)	ทางอ้อม (IE)	โดยรวม (TE)
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL)	0.265**	-	0.265**	0.440**	-	0.440**	-	0.252**	0.252**
	*		*	*		*		*	*
แรงจูงใจในการทำงาน (MF)	-	-	-	-	-	-	0.508**	-	0.508**
							*		*
ความผูกพันในองค์กร (COM)	-	-	-	-	-	-	0.265**	-	0.265**
							*		*
R ²	0.313			0.233			0.539		

ค่าสถิติ

$$\chi^2 = 89.996, df = 57, P = 0.003, \chi^2/df = 1.578, GFI = 0.97, AGFI = 0.93, RMSEA = 0.038, (RMR) = 0.021$$

หมายเหตุ : 1) * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

2) R² = ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Square Multiple Correlation)

จากตารางที่ 1 สามารถเขียนเป็นตัวแบบเชิงโครงสร้างได้ คือ

1. แรงจูงใจในการทำงาน (MF) = (0.265) (ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง: TL)
2. ความผูกพันในองค์กร (COM) = (0.440) (ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง: TL)
3. ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) = (0.252) (ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง: TL) + (0.508) (แรงจูงใจในการทำงาน: MF) + (0.265) (ความผูกพันในองค์กร: COM)

ข้อค้นพบจากการวิจัย

จากสมมติฐานที่ 1 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (EFF) ทางอ้อมโดยส่งผ่านแรงจูงใจในการทำงาน (MF) และความผูกพันในองค์กร (COM) ในทิศทางบวก โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.252 และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.252 แสดงว่า หากพนักงานมีผู้นำองค์กรที่ดี จะส่งผลให้พนักงานรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น

จากสมมติฐานที่ 2 พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน (MF) มีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (EFF) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน (MF) มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (EFF) ในทิศทางบวก โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.508 และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.508 แสดงว่า หากพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน มีความสำเร็จในการทำงาน ได้รับการยอมรับนับถือ การมีความรับผิดชอบ การได้รับโอกาสความก้าวหน้า จะส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น

จากสมมติฐานที่ 3 ความผูกพันในองค์กร (COM) มีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (EFF) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความผูกพันในองค์กร (COM) มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (EFF) ในทิศทางบวก โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.265 และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.265 แสดงว่า หากพนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร โดยรู้สึกเชื่อมั่นต่อองค์กรที่ทำงาน และทำให้พนักงานมีความเต็มใจที่จะทุ่มเท พยายามอย่างเต็มที่เพื่อประโยชน์ขององค์กรและปรารถนาที่จะยังคงความเป็นพนักงานในองค์กร จะส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น

อภิปรายผล

ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางอ้อมโดยส่งผ่านแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันในองค์กร ในทิศทางบวก ทั้งนี้เป็นเพราะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการผลักดันให้พนักงานมีความเต็มใจที่จะพยายามกระทำในสิ่งที่ดีให้กับองค์กร เพื่อทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพขององค์กร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Bass, B.M. and Avolio, B.J. (1990 อ้างถึงใน ขนิษฐา แก้วนารี, 2557) กล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ สร้างความผูกพันในการเปลี่ยนแปลง การที่ผู้นำหรือผู้บริหารประพฤติตนเป็นแบบอย่าง หรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตามหรือบุคลากร ผู้นำจะเป็นที่ยกย่องเคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน และเป็นกระบวนการที่ผู้นำเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ตามให้ดีขึ้น การปฏิบัติงานเกินความคาดหวังซึ่งจะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิศาชล ยืนยง และชินโสณ วิสฐนิจิกิจา (2564) ศึกษาเรื่องการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานต่อรูปแบบการจัดการองค์การและการประเมินประสิทธิภาพของตนเองของพนักงานเพื่อปรับรูปแบบองค์การให้แข่งขันได้ภายใต้ความไม่แน่นอนทางธุรกิจในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษา บริษัททริปปี้ล เอส (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ระดับความคิดเห็นการประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของ

พนักงานอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทริปเปิ้ล เอส (ประเทศไทย) จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางตรงในทิศทางบวก ทั้งนี้เป็นเพราะแรงจูงใจในการทำงานเปรียบเสมือนสิ่งกระตุ้นทำให้พนักงานเกิดการอยากทำงาน ปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Herzberg (1966 อ้างถึงใน ศิริดา เพชรแก้วกุล และเฉลิมพร เย็นเยือก, 2563) กล่าวถึง แรงจูงใจในการทำงานไว้ว่า แรงจูงใจในการทำงานทำให้พนักงานเกิดการอยากทำงาน ปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ การยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน นำไปสู่ทัศนคติในทางบวกซึ่งเมื่อพนักงานในองค์กรมีความรู้สึกที่ดี และมีความสุขในการทำงานจึงทำให้งานที่ทำออกมาดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยความผูกพันในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในทิศทางบวก ทั้งนี้เป็นเพราะความผูกพันต่อองค์การเปรียบเสมือนสิ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ เสียสละและอุทิศตนเพื่อผลประโยชน์ต่อองค์การ และมีความซื่อสัตย์จงรักภักดี อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์การในท้ายที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Steers (1977 อ้างถึงใน อนุดิษฐ์ ฐานไชยกร, 2562) กล่าวถึงความสำคัญของความผูกพันในองค์กรไว้ว่า ความผูกพันต่อองค์การมีความสำคัญอย่างมากต่อความอยู่รอดและความสำเร็จขององค์การและยังเป็นตัวทำนายการลาออกได้ดีกว่าความพึงพอใจในงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์อยู่ในระดับต่ำกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น องค์กรควรมีการพัฒนาผู้นำให้ประพฤติตัวเป็นแบบอย่างหรือเป็นโมเดลที่ดีสำหรับผู้ตาม ผู้นำควรแสดงให้เห็นถึงความเฉลียวฉลาด สมรรถภาพ ความตั้งใจ ความเชื่อมั่นในตนเอง และความแน่วแน่ในอุดมการณ์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 และวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีอิทธิพลทางอ้อมโดยส่งผ่านแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันในองค์กร ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาผู้นำในองค์กรให้ประพฤติตัวเป็นแบบอย่างหรือเป็นโมเดลที่ดี สร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน กระตือรือร้น และกระตุ้นให้การทำงานเป็นทีมมีชีวิตชีวา มีการคิดและการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ การยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ร่วมงาน การให้เกียรติ ยอมรับและเข้าใจในความแตกต่างระหว่างบุคคล และการให้คำแนะนำสนับสนุนให้พนักงานมีความก้าวหน้าในการทำงาน การมีผู้นำที่ดีจะส่งผลให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานและเกิดความผูกพันในองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานระหว่างองค์การเอกชนและองค์การรัฐบาลว่ามีปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเหมือนกันหรือไม่อย่างไร

2.2 ควรมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปใช้ประกอบผลการวิจัยได้อย่างครอบคลุมและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา แก้วนารี. (2557). **ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดลำปาง**. การค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ณัฐพันธ์ เชนันท์ และคณะ. (2546). **กลยุทธ์การสร้างองค์การคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ธรรมกมลการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2542). **การบริหารงานบุคคล**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาวุฒิ ประกอบผล. (2562). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น**, 13(3), 26-41.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรินท์.
- นลพรณ บุญฤทธิ์. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิสาชล ยืนยง และชิดโสณ วิสิฐนิธิกิจ (2564) การสำรวจความคิดเห็นของพนักงานต่อรูปแบบการจัดการองค์การและการประเมินประสิทธิภาพของตนเองของพนักงานเพื่อปรับปรุงแบบองค์การให้แข่งขันได้ภายใต้ความไม่แน่นอนทางธุรกิจในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษา บริษัททริปปี้ลเอส (ประเทศไทย) จำกัด. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**, 3(2), 105-116.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- พีระพัฒน์ สมศรี และธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของกรมชลประทานปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น**, 18(1), 172-183.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2556). **การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิรดา เพชรแก้วกุล และเฉลิมพร เย็นเยือก. (2563). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมือง. **วารสารรัชต์ภาคย์**, 14(33), 75-90.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). **องค์การและการจัดการฉบับสมบูรณ์**. (ปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สวรรณชัย กิตยานันท์. (2552). **ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **พนักงานที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/home.aspx>
- สุทธนู ศรีไสย์. (2551). **สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพานี สฤษฏ์วานิช. (2549). **พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ แนวคิด และทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภมาส อังสุโชติ และคณะ. (2557). **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์:เทคนิคการใช้โปรแกรม LIDREL**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- อนุดิษฐ์ ฐานไชยกร. (2562). ความผูกพันในองค์กร. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 4(1), 32-46
- อภิญา อิงอาจ และคณะ. (2564). **การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง**. เอกสารประกอบการอบรมโครงการเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อการวิจัย หลักสูตร Basic SEM with AMOS. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรุณทัย จันทพงษ์ และประสพชัย พสนนธ์. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกสินค้าปลอดอากรของไทย. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 7(1), 83-99.

การพัฒนาคุณภาพฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ
DEVELOPMENT OF OTOP PRODUCT LABEL FOR TOURISM
IN BUENG KAN PROVINCE.

วุฒิพงษ์ บุษราคัม¹

¹สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์การศึกษาบึงกาฬ

Wutthipong Bussarakham¹

¹Public administration Bueng Kan Education Center, Udonthani Rajabhat university

(Received: April 29, 2021; Revised: January 5, 2022; Accepted: February 8, 2022)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ กลุ่มตัวอย่าง คือ สภาพการณ์กลุ่มอาชีพ OTOP จำนวนทั้งสิ้น 20 กลุ่ม เครื่องมือการวิจัยใช้ประเด็นการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลการวิจัย พบว่า การจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มอาชีพในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ ได้มีการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์หรือการสร้างสินค้าใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์และการจัดการที่ดี แต่การดำเนินงานจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มและในจังหวัดเท่านั้น กลุ่ม OTOP ของจังหวัดบึงกาฬจะแสดงหรือจำหน่ายสินค้า OTOP ในงานประจำปี และงานอื่น ๆ ตามความเหมาะสม ส่วนการจัดทำฉลากและโลโก้ของผลิตภัณฑ์เพื่อให้รองรับการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์โลโก้ของผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบที่นำไปเป็นของฝากที่มีค่าและมากด้วยราคาทำให้สินค้า OTOP ทั้ง 20 กลุ่มได้มีฉลากผลิตภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์และเป็นการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มกลุ่มอาชีพ OTOP ในจังหวัดบึงกาฬ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการ ได้แก่ 1) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนกลยุทธ์ของสินค้า Modern Trade และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ ส่งเสริมการศึกษาดูงานและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่บุคลากร

คำสำคัญ: การพัฒนาคุณภาพ, ฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP บึงกาฬ, รองรับการท่องเที่ยว

ABSTRACT

The objectives of this research article was to Develop a packaging brand and labeling OTOP products in the area of Bung Kan Province to support tourism in Bueng Kan Province. The sample population consisted of 20 OTOP occupation groups. The research instrument was a group discussion and in-depth interview. to collect and analyze data on issues of product standards and packaging. The results of the research revealed that product distribution in the area of Bung Kan developed product labels or the creation of new products to meet the needs of customers and the tourist.

Having good public relations and good management as the operation is restricted to groups and provinces only. The OTOP group of Bueng Kan province will display or sell OTOP products at the annual event and other events as appropriate. As for the production of product labels and logos to support tourism in Bueng Kan province, resulting in quality and unique products, the product logo is a form that can be used as a valuable souvenir and is very expensive, making all 21 OTOP products. The group has a unique product label and generates income for the OTOP professional group in Bueng Kan Province. The development of personnel potential that corresponds to the needs are 1) Study consumer demand as well as modern trade strategies and 2) Develop new products. Responsive and responsive to the needs of the market and the reception strategies, such as promotion of study visits and exchange of experience to personnel.

Keywords: Quality Development, OTOP Product Label, Khonkaen, Tourism

บทนำ

ในปัจจุบันรัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อให้หลุดพ้นจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางและได้ให้แนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและสินค้า OTOP และการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยมาเพิ่มมูลค่า Inclusive Growth การสร้างโอกาสและรายได้แก่ SMEs และเศรษฐกิจชุมชนประกอบกับจังหวัดบึงกาฬได้กำหนดกลยุทธ์การยกระดับมาตรฐานการผลิต การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และการบริการมุ่งสู่ประชาคมอาเซียนด้วยการพัฒนาศักยภาพชุมชน การพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดเพื่อสร้างความเข้มแข็งของประชาชน ชุมชน มีภูมิคุ้มกันสามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงประชาคมอาเซียน สินค้าผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถือเป็นการสร้างรายได้ให้กับวิถี เศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ OTOP นั้นมีใช้เพียงสินค้าที่เป็นเพียงแค่สินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปในท้องตลาด แต่ผลิตภัณฑ์ OTOP ยังเป็นสินค้าที่เปรียบเสมือนตัวแทนของวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนสังคมนั้นๆ ผวนกับภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นสืบทอดต่อกันจนกลายเป็นเทคนิค หรืออัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่นำมาผสมผสานกับระบบการจัดการการผลิตและการตลาด

กระทรวงมหาดไทยมีแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาประเทศ ในปีงบประมาณ 2555-2559 ทั้งหมด 5 ยุทธศาสตร์ได้แก่ 1) สนับสนุน ส่งเสริม การบริหารราชการส่วนภูมิภาคท้องถิ่นที่เหมาะสมต่อการพัฒนาประเทศ และส่งเสริมพัฒนาการเมือง การปกครองในระบบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ เป็นประมุข 2) สร้างเสริมความสงบเรียบร้อย การอำนวยความสะดวก เป็นธรรมและ ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต 3) ส่งเสริมให้ชุมชนเข้มแข็งเมืองน่าอยู่และประชาชน อยู่เย็นเป็นสุขตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 4) พัฒนาระบบบริการสาธารณะที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และ 5) เพิ่มขีดสมรรถนะองค์กรให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ มี

ยุทธศาสตร์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ได้แก่ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้ชุมชนเข้มแข็ง เมืองน่าอยู่และประชาชนอยู่เย็นเป็นสุข ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยการวางกลยุทธในการพัฒนาผู้ประกอบการ และตลาด OTOP และส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดทั้งในและต่างประเทศได้

จังหวัดบึงกาฬเป็นจังหวัดที่จัดตั้งใหม่ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริม สนับสนุน การขับเคลื่อนกิจกรรม OTOP เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลโดยโดยเน้นมีกลุ่มอาชีพเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสตรี ที่ยังไม่มีงานทำหรือสตรีผู้ด้อยโอกาส หรือการส่งเสริมให้สตรีมีอาชีพ หลังจากว่างเว้นจากการทำนา กรีดยาง นอกจากนี้จังหวัดบึงกาฬยังให้ความสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุน การพัฒนากิจกรรม OTOP ในทุกด้าน ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาศักยภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน โครงการผลิตภัณฑ์ กิจกรรม OTOP เป็นโครงการที่รัฐบาลกำหนดขึ้นเพื่อต่อสู้กับความยากจน เมื่อพ.ศ. 2544 โดยมีแนวคิดในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนบนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน วัฒนธรรมประเพณี และการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาด เพื่อก่อให้เกิดรายได้ของชุมชน คือ 1) นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นสินค้าหรือบริการอย่างมีคุณภาพ โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจนเป็นที่ยอมรับของสากล 2) เป็นการนำศักยภาพของท้องถิ่น เช่น วัตถุดิบ หรือความชำนาญที่มีอยู่มาพัฒนาเป็นสินค้า หรือการบริการด้วยความคิดอย่างสร้างสรรค์ และนำไปสู่การพึ่งพาตนเอง 3) เป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อให้คนในท้องถิ่นสร้างรายได้ด้วยตนเอง

ตามที่จังหวัดบึงกาฬได้มีแผนปฏิบัติการงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จังหวัดบึงกาฬ จัดทำขึ้นเพื่อมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้บรรลุผลตามเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรมตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาล ประเทศไทย 4.0 แผนยุทธศาสตร์กระทรวงมหาดไทย และแผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน โดยมีสาระสำคัญประกอบด้วย แผนงาน ผลผลิต/โครงการ กิจกรรม เป้าหมาย งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ แผนปฏิบัติการงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จังหวัดบึงกาฬ ฉบับนี้จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงาน การบริหารงบประมาณ และการบูรณาการการติดตามประเมินผลสำเร็จ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชนให้บรรลุวิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ภายในปี 2564 (จิตจำนงค์ กิตติกรติ, 2525) ตามแผนมีกิจกรรมหลักที่พัฒนาสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยว ออกแบบและพัฒนาของฝากของที่ระลึก พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชน สนับสนุนวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ผลิตภัณฑ์ชุมชน และของฝากของที่ระลึก พัฒนาอาหารพื้นถิ่น (Local foods) เพิ่มศักยภาพกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และกิจกรรมการเชื่อมโยงเส้นทางชุมชนท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณีชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มหกรรมชุมชนท่องเที่ยว OTOP ระดับอำเภอ และการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี (Test tour) มีขึ้นในจังหวัดบึงกาฬ ตามนโยบายของภาครัฐต่อไป

ผู้เขียนมีความคิดเห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพผลผลิตภัณฑ์ของสินค้า OTOP เพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ คิดว่าการพัฒนาคุณภาพผลผลิตภัณฑ์ของสินค้า OTOP บึงกาฬ เพื่อให้เกิดความมั่นคง มีผลประโยชน์ที่ต่อเนื่องและการดำเนินการจัดการที่เป็นระบบ สามารถตรวจสอบได้อีกทั้งยังมีการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับมาตรฐานของคุณภาพของสินค้า ตลอดจนการประชาสัมพันธ์จัดจำหน่าย การจัดแสดงสินค้าในงาน OTOP ทั้งระดับภูมิภาคและระดับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ในจังหวัดบึงกาฬ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ ผู้ศึกษาจึงสร้างและเลือกเครื่องมือวิจัยโดยใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ สภาการณกลุ่มอาชีพ OTOP จำนวนทั้งสิ้น 20 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหอคำ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยบ้านไค กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาหนองกุ้ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด กลุ่มทอเสื่อกกสตรีบ้านหนองกุ้ง กลุ่มปลาร้าบองสูง กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก กลุ่มจักสานบ้านหนองเดิ่นเหนือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพบ้านโนนทรายทอง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ กลุ่มผลิตหมอนแพ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อโพธิ์ทอง กลุ่มผัดไทยเจ้าหมวย กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องที่ยั่งยืน กลุ่มทำกระเป๋ารั้วเคลจากของกาแพ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่วัดเลยอยู่คำบึงกาฬ กลุ่มทอผ้าพื้นบ้านบ้านนาทรายสามัคคี กลุ่มทอผ้าห่มบ้านนาดงน้อย กลุ่มทอเสื่อบ้านชัยเจริญ กลุ่มทอเสื่อกกบ้านสมสนุก กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพบ้านโนนทรายทอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาสร้างและเลือกเครื่องมือวิจัยโดยใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

2.1 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้ศึกษาและผู้ช่วยได้กำหนดประเด็นการสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานข้อคำถาม เพื่อให้กลุ่มเกิดแนวคิด และแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้งเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางการแก้ไขพัฒนา การดำเนินการสนทนากลุ่มใช้การบันทึกเทปในระหว่างการสนทนา การจดบันทึก และสังเกตพฤติกรรม

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ศึกษาเข้าไปดำเนินการตามแบบสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้ศึกษาได้จัดเตรียมคำถามแบบกว้าง ๆ แล้วให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามหรือเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระเกี่ยวกับการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP จากประสบการณ์ที่เคยพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP พร้อมกับแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ และผู้ศึกษาจะคอยซักคำถามในกรณีที่คำตอบหรือสิ่งที่ตอบมาไม่ชัดเจนหรือผู้ศึกษาต้องการรายละเอียดมากยิ่งขึ้น และมีการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยการจดบันทึกและบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลัก

2.3 อุปกรณ์ในการรวบรวมและบันทึกข้อมูล ประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม ซึ่งเตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อสะดวกในการจัดหมวดหมู่และการวิเคราะห์ข้อมูล สมุด ปากกา เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป เป็นต้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบถ้วนตามประเด็นหลักในการศึกษาในระหว่างดำเนินการศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและมีผู้ช่วยศึกษาโดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ทบทวนวรรณกรรม ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (ข้อมูลมือสอง) การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

3.2 ผู้ศึกษาร่วมกับคณะทำงานของสภาการกลุ่มอาชีพ OTOP จำนวนทั้งสิ้น 20 กลุ่ม ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ จัดเวทีสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งประเด็นการสนทนานั้นเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬให้กลุ่มเกิดแนวคิด และแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้งเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวทางในพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่มีอยู่ในชุมชน

3.3 ผู้ศึกษาสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้ศึกษาได้จัดเตรียมคำถามแบบกว้าง ๆ แล้วให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามหรือเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระเกี่ยวกับการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

3.4 ตรวจสอบและวิเคราะห์ผลการศึกษา รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์วิเคราะห์ตีความ สรุปเนื้อหาและจัดกลุ่มข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา โดยการตรวจสอบจากการตอบคำถามครบถ้วนตามวัตถุประสงค์หรือไม่ และได้รับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้หรือไม่ หากผู้ให้ข้อมูลทุกคนตอบครบถ้วนได้เหมาะสมเพียงพอจะนำไปวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยตามระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬจะวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์โดยการจัดการหมวดหมู่และวิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสาระหลัก ผู้ศึกษาและผู้ช่วยได้กำหนดประเด็นการสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานให้กลุ่มเกิดแนวคิด และแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาและการสัมภาษณ์อย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้งเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและและแนวทางในพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่มีอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ

ผลการวิจัย

ภาพลักษณ์ปัจจุบันของฉลากและผลิตภัณฑ์ OTOP

ภาพลักษณ์ปัจจุบันของฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP นี้ในมุมมองของผู้บริโภคทั่วไปที่เคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดบึงกาฬ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของฉลากและผลิตภัณฑ์ในมุมมองของผู้บริโภคทั่วไปและนักท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬที่เคยซื้อหรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ปัจจุบันด้านอุปสงค์ และประเด็นด้านการถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารของตราผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดบึงกาฬ ในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ ทำให้ผู้บริโภคขาดข้อมูลภาพรวม อันส่งผลต่อความคิด ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากสินค้า ดังที่ กุลวิ พิโรจน์รัตน์ (2545, อ้างถึงใน อภิชาต พุกสวัสดิ์, 2556) อธิบายว่าภาพลักษณ์ ฉลากผลิตภัณฑ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในความคิดของผู้บริโภค เริ่มจากการรู้จักตราสินค้าสามารถเชื่อมโยงข่าวสารที่เกี่ยวกับคุณลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้สินค้าและแหล่งที่มาผลิตภัณฑ์ที่ได้นำไปสู่การรับรู้ความแตกต่างระหว่างตราสินค้านั้นๆ กับตราสินค้าคู่แข่งและเกิดความรู้สึกบางอย่างต่อตราสินค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปิดรับข่าวสารและประสบการณ์ต่างๆ ของผู้บริโภค

ทั้งนี้ประเด็น “ฉลากและผลิตภัณฑ์ของ OTOP เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า (brand) ในเรื่ององค์ประกอบอัตลักษณ์แบรนด์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ของตราสินค้าขึ้นในใจ ของผู้บริโภค ทั้งนี้องค์ประกอบหนึ่งของอัตลักษณ์แบรนด์ตามแนวคิดของ Kapferer (2004, อ้างถึงใน อธิรัตน์ พัฒนกิจ- จำรูญ, 2553) คือ องค์ประกอบด้านกายภาพ (physical) ที่ผ่านการรับรู้ทางประสาทสัมผัสทางภาพ เสียง และการได้กลิ่น เช่น สัญลักษณ์เครื่องหมายการค้า รูปแบบตัวอักษร สี การออกแบบ รูปทรง นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) พ.ศ. 2554 โดยการบริหารงานภาครัฐ ประเด็น “แบรนด์ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดบึงกาฬ เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ในจังหวัดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 20 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่ระบุว่าเป็นสินค้าที่ยังไม่ได้มาตรฐาน มีสัดส่วนที่สูงที่สุด ภาพลักษณ์ที่ตราผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดบึงกาฬของผู้บริโภคทั่วไปที่เคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP กระบวนการผลิตจำหน่ายไม่ขัดกับมาตรฐานหรือกฎหมายในสังคมไทย เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบัน

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่จะมีฉลากและผลิตภัณฑ์ของ OTOP ในจังหวัดบึงกาฬ คือ มีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนองของผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของบุคคล และประสบการณ์ในอดีตรวมทั้งด้านการประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์ของ

กลุ่มทอผ้าฝ้ายดำเนินการผ่านการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าที่จะไปร่วมแสดงทั้งในจังหวัด ต่างจังหวัด และงานระดับประเทศ เช่น งาน OTOP นอกจากนั้น ยังมีแผนพบปะประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานที่ติดไว้กับ สินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม OTOP จังหวัด บึงกาฬในปัจจุบัน มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าตลาดหลักซึ่งเป็นลูกค้าประจำที่มีการติดต่อกันมายาวนาน และการจำหน่ายสินค้าในงานแสดงและ จำหน่ายสินค้า OTOP ของจังหวัดต่าง ๆ และระดับประเทศอีกด้วย

ปัญหาการพัฒนาของกลุ่ม OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ

1. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการสร้างสินค้าใหม่ ๆ โดยแต่เดิมการผลิตหรือสินค้าส่วนใหญ่จะกระทำในช่วงว่างจากฤดูการเก็บเกี่ยว ดังนั้น กรณีลูกค้าต้องการซื้อสินค้าจำนวนมากในช่วงเวลาที่สมาชิกต้องการทำการเกษตรมักจะประสบปัญหาเรื่องการผลิตไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า แต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการสร้างสินค้าใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของ ลูกค้าหรือตลาดกลุ่มผู้ใช้ สินค้าเดิมกลับยังไม่มีนวัตกรรมแปลกใหม่ อีกทั้งยังขาดการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น สีและการรับรองมาตรฐานสินค้า

2. การฝึกอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ แม้ว่าการฝึกอบรมการพัฒนาที่จำเป็น และจะต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่บ่อยครั้งที่การฝึกอบรมพัฒนาทักษะกลุ่มอาชีพ OTOP ของส่วนราชการมักจะดำเนินการในช่วงฤดูทำการเกษตร (ส่วนหนึ่งเกิดการระดมการโอนย้ายงบประมาณของส่วนราชการ) ดังนั้น การส่งสมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมจึงมักจะจำกัดอยู่ที่คณะกรรมการที่จะต้องเสียสละเวลาเข้าร่วมอบรม ส่งผลให้มีเพียงบางบุคคลหรือบางกลุ่มเท่านั้นที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่ครอบคลุมสมาชิกทั้งหมดของกลุ่มอาชีพและทำให้เสียโอกาสในการได้รับพัฒนา

3. การประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน มักเป็นการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับ OTOP เท่านั้น ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปยังจำกัดอยู่ในวงแคบ และส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดผู้ช่วยเหลือหรือสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์สินค้า ซึ่งส่งผลต่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ ด้วย ส่วนหนึ่งเกิดจากคู่แข่งทางการค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม OTOP ภายในจังหวัดบึงกาฬที่มีการ ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน ประกอบกับสินค้าของกลุ่มอาชีพเป็นแบบดั้งเดิมทำการเพิ่ม ช่องทางการตลาดหรือการเปิดตลาดใหม่จึงทำได้ค่อนข้างยาก

ฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP บึงกาฬ

ฉลากผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มอาชีพ (OTOP) และการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม พบว่า การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เปลี่ยนรูปแบบที่ 4 มีรูปแบบสวยงาม สะดวกในการถือพกพา มีตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก ราคาไม่แพงมากนัก พร้อมทั้งสามารถขยายพื้นที่การจำหน่ายสินค้าและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เปลี่ยน ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้มากขึ้น และเป็นที่ยอมรับในการวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีของดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจ-พัฒนา (2537) ที่กล่าวไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ว่าหีบห่อ หรือบรรจุภัณฑ์ (Package) มีความสำคัญต่อการตลาดในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด

ลักษณะ สรรพคุณของสินค้า ผู้บริโภคจึงมีความมั่นใจในสินค้ามากขึ้น และมีส่วนช่วยในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าช่วยในการขยายตลาดและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด รวมทั้งช่วยในการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้า และสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของสุดาพร กุณพลบุตร (2552) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคมีปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยมีการรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก ซึ่งพิจารณาจากยี่ห้อ ราคา รูปแบบ บริการหลังการขาย ราคาขายต่อหน่วย จากนั้นจึงมี การตัดสินใจซื้อจากตราหือร้านค้า ปริมาณ เวลา และวิธีในการชำระเงิน ทั้งนี้เนื่องจากการตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ บนพื้นฐานหรือปัจจัยต่าง ๆ

1. ด้านการจัดทำทะเบียนของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ การจัดทำทะเบียนของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เป็นจุดเริ่มต้นที่จะสร้างความโปร่งใสและไว้วางใจกันและกันของสมาชิกและคณะกรรมการ ซึ่งกลุ่ม OTOP ที่ประสบผลสำเร็จส่วนใหญ่เกิดจากความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ขณะที่กลุ่มที่ล้มเหลวมักมีสาเหตุมาจากความไม่ไว้วางใจกัน ความไม่โปร่งใสในการดำเนินงาน ดังนั้น องค์การ บริหารส่วนตำบลนาชุมแสง จึงสนับสนุนการจัดทำทะเบียนกลุ่มอาชีพต่าง โดยอาศัยการจัดทำทะเบียนกลุ่มอาชีพเสมือนเป็นเครื่องมือในควบคุม ดูแล และสร้างกระบวนการอยู่ ร่วมกันของกลุ่มที่ยั่งยืน

2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มอาชีพและสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพ จากปัญหาด้านการผลิตทั้งในเรื่องของปริมาณการผลิตให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า หรือ การผลิตสินค้าใหม่ ๆ พัฒนาชุมชนจึงสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มอาชีพต่าง ๆ และระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพนั้น ๆ เพื่อให้ สามารถแก้ไขปัญหาด้านการผลิตได้และแนวทางการส่งเสริมการผลิตของกลุ่มอาชีพ ได้แก่

2.1 กลุ่มต้องผลิตสินค้าตามระยะเวลาที่สินค้าแต่ละประเภทสามารถ จำหน่ายได้โดยการผลิตสินค้าประเภทนั้น ๆ มากกว่าสินค้าชนิดอื่น ๆ

2.2 กรณีมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าจำนวนมาก ๆ ต้องประชุมสมาชิก กลุ่มว่าสมาชิกแต่ละคนจะสามารถรับออเดอร์ได้จำนวนเท่าไรหากเกินความสามารถของสมาชิกก็จะประสานกลุ่มเครือข่ายเพื่อแบ่งยอดการสั่งซื้อให้ช่วยในการผลิต ทั้งนี้ คณะกรรมการกลุ่มอาชีพเครือข่ายแต่ละกลุ่มจะต้องตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นให้เรียบร้อย

2.3 กลุ่มต้องนำเงินของทุนของกลุ่มอาชีพมาจัดซื้อวัสดุเพื่อให้สมาชิกทอ ผ้าฝ้ายไว้เป็นสินค้าสำรอง (สต็อก) เพื่อรองรับการจำหน่ายและแก้ไขปัญหาขาดแคลนผลิตภัณฑ์ในช่วงฤดูการทำเกษตร

2.4 กลุ่มต้องดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์หรือสินค้าใหม่ ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เพื่อยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพและขอรับรองมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์

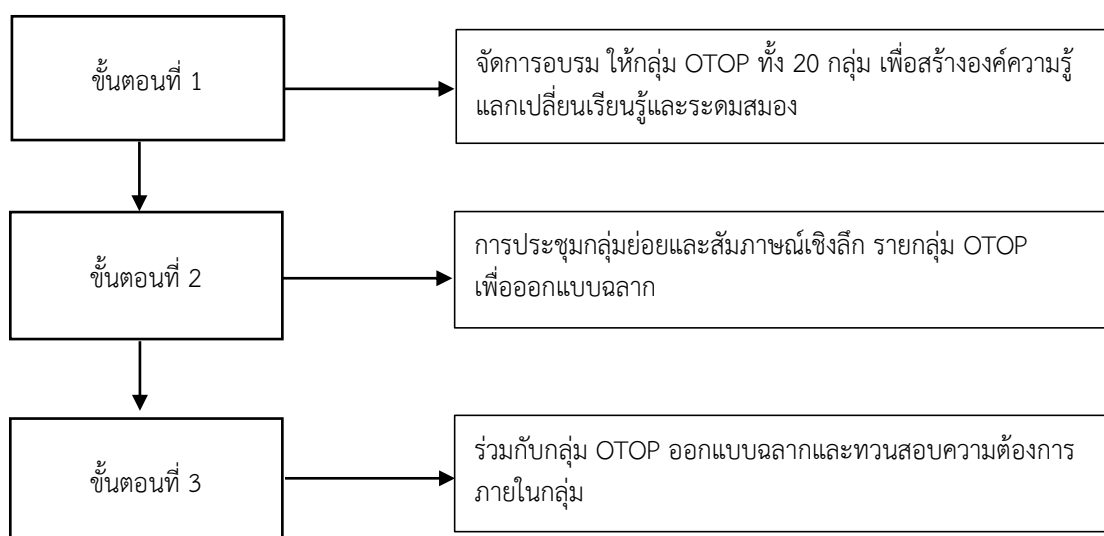
2.5 กลุ่มต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของผลิตภัณฑ์

3. การอบรมเพิ่มความรู้ การส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพกลุ่มให้สามารถ ผลิตผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพิ่มช่องทางการตลาด และเพิ่มยอด จำหน่ายให้กับกลุ่มอาชีพ เพื่อกระตุ้นแนวคิดการบริหารจัดการเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพอย่าง ยั่งยืนยกระดับกระบวนการทำงานเป็นกลุ่มให้สมาชิกเข้าใจ

4. สนับสนุนการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่ายองค์การบริหารส่วนตำบลนาชุมแสงต้องสนับสนุนการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่าย ซึ่งคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มอาชีพสามารถเข้าใจร่วมกัน โดยไม่ถือว่าเป็นภาระ แต่จะต้องจัดทำให้เป็นปัจจุบันและสามารถตรวจสอบได้ทั้งนี้ หากกลุ่มอาชีพต้องการกู้เงินจากสถาบันการเงินก็จำเป็นต้องจัดทำระบบบัญชีตามแบบสากลเพิ่มเติมได้โดยพัฒนาชุมชนจังหวัดบึงกาฬต้องประสานงานหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดการฝึกอบรมเรื่องการจัดทำบัญชีและมีการติดตามสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง

5. สนับสนุนการจัดกิจกรรมการแสดงผลหรือจำหน่ายสินค้า OTOP ในงานประจำปี และงานอื่น ๆ ตามความเหมาะสมต้องมีกิจกรรมสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มอาชีพ OTOP และช่องทางการติดต่อกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ พร้อมกับการเปิดตลาดและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้น ซึ่งกลุ่มอาชีพเองก็ต้องพัฒนาและสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและการใช้ ประโยชน์ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน มีการบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับแหล่ง ท่องเที่ยว รวมถึงงานเทศกาลอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

การพัฒนาคุณภาพผลากผลิตภัณฑ์ OTOP บึงกาฬ กระบวนการพัฒนาแบ่งออกเป็นขั้นตอน ดังนี้



ออกแบบตราสัญลักษณ์และใบรับรอง มาตรฐาน ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย เรื่องคุณภาพและมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ผ่านการรับรองมาตรฐาน นำผลิตภัณฑ์เข้าห้องปฏิบัติการ (LAB) เพื่อวิเคราะห์ความสะอาด ปลอดภัย หากผ่านเกณฑ์ได้รับใบรับรองมาตรฐาน หากไม่ผ่านเกณฑ์เกณฑ์มาตรฐาน ลงพื้นที่ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย นำผลิตภัณฑ์เข้าห้องปฏิบัติการอีกครั้ง และออกใบรับรองมาตรฐานซึ่งเป็นไปตามที่ จิตจำนง กิติกริต (2525) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาชุมชนไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้วยการจัดกิจกรรมในด้านใดย่อมตั้งอยู่บนพื้นฐานการสนับสนุนให้ประชาชน พึ่งตนเอง การพัฒนาคุณภาพ OTOP บึงกาฬเพื่อรองรับการท่องเที่ยว จังหวัดบึงกาฬ ในด้านการดำเนินการของกลุ่มทั้ง 8 ด้าน ดังได้กล่าวมา

ข้างต้น เนื่องจากเป็นมีหน้าที่โดยตรงในการส่งเสริมอาชีพของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 20 กลุ่ม และรับทราบปัญหาความต้องการของ ประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น จึงต้อง มีบทบาทในการพัฒนาชุมชนเกี่ยวกับการส่งเสริมอาชีพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มี อาชีพและรายได้ เพื่อชุมชนมีความเข้มแข็ง และสามารถพึ่งพาตนเองได้ แม้ว่าส่วนหนึ่งเกิดจากการ สนับสนุนของพัฒนาชุมชนจังหวัดบึงกาฬ แต่จำเป็นต้องหยั่งยืนด้วยความเข้มแข็งจากภายในกลุ่ม อาชีพของตนเองดังกรณีกลุ่ม OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัด บึงกาฬ ในกลุ่มผ่านการดำเนินการของ คณะกรรมการกลุ่ม

คุณภาพผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม OTOP จังหวัดบึงกาฬ จึงประกอบด้วย 20 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหอคำ ผลิตภัณฑ์ที่มีลูกหยียักษ์ ข้าวกล้อง ข้าวกล้องงอก ไข่เค็ม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหอคำดำเนินงานในรูปแบบสหกรณ์ ปัจจุบันมีสมาชิก 76 คน กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรหอคำมีกิจกรรมการแปรรูปลูกหยียักษ์ เป็นผลิตภัณฑ์ลูกหยีสามรส ลูกหยีหวาน ซึ่งในปี พ.ศ. 2545 ผลิตภัณฑ์ลูกหยียักษ์ ได้ถูกคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) ตามนโยบายของรัฐบาล ทำให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในหมู่บ้านรวมกลุ่มกันพัฒนาอาชีพเพื่อหารายได้ เสริม และสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน นำผลิตภัณฑ์ที่มี อยู่มาพัฒนาคุณภาพและปริมาณให้เพียงพอับความต้องการของตลาด



ภาพที่ 1 ฉลากผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหอคำ

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยบ้านไค ผลิตภัณฑ์ที่มีคือ กล้วยอบเนย กล้วยทอด กล้วยมัน กล้วยฉาบ กล้วยเค็ม ฟักทองทอด เผือกทอด มันเส้น เผือกเส้น และกล้วยเส้น มันเส้น เผือกเส้น และกล้วยเส้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยบ้านไค ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 เกิด จากการรวมตัวกันของชาวบ้านไค หมู่ที่ 5 ตำบลไค อำเภอบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ



ภาพที่ 2 ฉลากผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยบ้านไค

3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาหนองกุ้ง (กลุ่มปลาร้าหอมบ้านหนองกุ้ง) ที่อยู่ หมู่ที่ 3 บ้านหนองกุ้ง ตำบลหนองหัวช้าง อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ โทร. 08-7860-8435 ผลิตภัณฑ์ที่มีปลาร้าหอม ปลาร้าแจ่วบอง น้ำพริกปลาช่อน ผลิตภัณฑ์ใหม่ ปลากรอบปรุงรส กลุ่มปลาร้าหอมบ้านหนองกุ้ง



ภาพที่ 3 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาหนองกุ้ง

4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด ที่อยู่ 16/1 หมู่ที่ 7 ตำบลหนองหัวช้าง อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ โทร. 08-8508-3570, 09-7018-2834 ผลิตภัณฑ์มีจิ้งหรีด น้ำพริกจิ้งหรีด นางบัวไข อักษรศิริ มีโอกาสเดินทางไปดูศึกษาวิธีการเลี้ยงจิ้งหรีดที่อำเภอโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย และได้มีความคิดที่จะนำจิ้งหรีดมาเลี้ยงที่บ้านปากคลอง เพื่อเป็นการหารายได้เสริม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 และต่อมาได้รวมกลุ่มคนในชุมชน และจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด

เมื่อปี พ.ศ. 2556 เป็นการประกอบการโดยคนในชุมชน เพื่อการจัดการ "ทุน" ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเอง และความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน



ภาพที่ 4 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด

5. กลุ่มทอเสื่อกกสตรี บ้านหนองกุ้ง ที่อยู่ 90/3 หมู่ที่ 3 บ้านหนองกุ้ง ตำบลหนองหัวช้าง อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ โทร. 095-8981591 ผลิตภัณฑ์ที่มีคือ เสื่อกก ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระเป๋าจากเสื่อกก การทอเสื่อกกของชาวชุมชนหมู่ที่ 3 ตำบลหนองหัวช้าง อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ มีการทำสืบทอดกันมายาวนาน และถ่ายทอดอารยธรรมทางปัญญาสืบทอดต่อกันมาทางระบครอบครัว จากรุ่นสู่รุ่นจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ด้วยมูลเหตุทางด้านภูมิศาสตร์ พื้นที่ในชุมชนมีต้นกกขึ้นแต่แรก และมีการปลูกต้นกกเพื่อเก็บรักษาวัตถุดิบธรรมชาติไว้ใช้ในการทอเสื่อสืบทอดกันมาอย่างไม่ขาดสาย



ภาพที่ 5 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเลือกสตรี บ้านหนองกุ้ง

6. กลุ่มปลาร้าบองสุก 150 หมู่ที่ 10 ตำบลชมพูพร อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 09-1105-8849 ผลิตภัณฑ์มีปลาร้า ปลาร้าบองสุก ผลิตภัณฑ์ใหม่ น้ำพริกปลากรอบกลุ่มปลาร้าบองสุก บ้านห้วยลึก ตำบลชมพูพร อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2556 โดยการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน สมาชิกเริ่มแรกมีจำนวน 43 คน และได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องมีสมาชิกเพิ่มขึ้นตามลำดับ ปัจจุบันมีสมาชิก 63 คน และได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานพัฒนาชุมชน จากเดิมที่มีการทำปลาร้า ทางกลุ่มได้มีแนวความคิดทำผลิตภัณฑ์ใหม่



ภาพที่ 6 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มปลาร้าบองสุก

7. กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก ที่อยู่ 150 หมู่ที่ 10 ตำบลชมพูพร อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 09-1105-8849 ผลิตภัณฑ์ที่มี คือ ผ้าฝ้ายทอมือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ผ้าสไบ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก ตำบลชมพูพร อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2556 โดยการรวมกลุ่มกันของกลุ่มสตรีเกษตรกร เพื่อใช้เวลาว่างจากงานหลักที่เก็บเกี่ยวผลผลิตให้เป็นประโยชน์ มีสมาชิก 20 คน สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสรีวิไล ได้มาให้การสนับสนุน ด้านความรู้และงบประมาณ เพื่อให้สินค้าของกลุ่มมีการพัฒนาและขยายช่องทางการตลาดปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น และทางกลุ่มได้รวบรวมผ้าทอ ซึ่งทอด้วยกี่พื้นเมือง เป็นผลงานของชาวบ้านมาจัดจำหน่าย ความมีเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมือง ทำให้เป็นผ้าทอที่ยังคงอนุรักษ์ความเก่าแก่แห่งต้นฉบับได้อย่างครบถ้วน ทั้งความละเอียดอ่อนของลายผ้า สีเส้นซึ่งย้อมด้วยวัสดุจากธรรมชาติที่สืบทอดกันมา และขอขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP)

กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก
บ.ห้วยลึก ต.ชุมภูพร อ.ศรีวิไล จ.บึงกาฬ
TEL. 086-8595890



ภาพที่ 7 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก

8. กลุ่มจักสานบ้านหนองเดินเหนือ ที่อยู่ 113 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองเดิน อำเภอบึงคล้า จังหวัดบึงกาฬ โทร. 08-9940-5862, 09-0336-0702 ผลิตภัณฑ์มีกระติบข้าว กระเป่า ตะกร้า กระเช้า กลุ่มจักสานบ้านหนองเดินเหนือ จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน สมาชิกเริ่มแรกมีจำนวน 30 คน และได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง มีสมาชิกเพิ่มขึ้นตามลำดับ ปัจจุบันมีสมาชิก 64 คน โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดบึงกาฬและองค์การบริหารส่วนตำบลหนองเดิน ประธานกลุ่ม คือ นางสาวเดือน มีเหง้า มีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ ซึ่งจะมีหน้าที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสมาชิก หาดตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของตลาด



ภาพที่ 8 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจักสานบ้านหนองเดินเหนือ

9. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพบ้านโนนทรายทอง ที่อยู่ 44 หมู่ที่ 10 ตำบลโนนศิลา อำเภอบึงกาฬ 38190 โทร. 09-5135-2202 ผลิตภัณฑ์มีผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ นำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มาพัฒนาคุณภาพและปริมาณให้เพียงพอับความต้องการของตลาด ใช้ฝีมือแรงงานและวัตถุดิบในท้องถิ่น มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จึงทำให้คนในชุมชนมีความผูกพันกัน มีการรวมกลุ่มสร้างความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อสร้างรายได้สู่ครอบครัว สามารถลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน



ภาพที่ 9 ฉลากผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพบ้านโนนทรายทอง

10. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ ที่อยู่ 298 หมู่ที่ 2 ตำบลโนนสมบูรณ์ อำเภอบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ โทร. 08-9226-6351 ผลิตภัณฑ์มีชาสมุนไพร ยาหม่อง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2553 กิจกรรมที่กลุ่มดำเนินการ คือ ผลิตสินค้าสมุนไพรธรรมชาติ เพื่อจำหน่าย อาทิเช่น ชาสมุนไพร ยาหม่อง โดยมีนางกนกพรณ์ พหลทัพบ เป็นประธานกลุ่ม ด้านการบริหารงานทั่วไป



ภาพที่ 10 ฉลากผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ

11. กลุ่มผลิตหมอนแพงกี้ ที่อยู่ 80 หมู่ที่ 2 ตำบลวังชมภู อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ 38180 โทร. 097-3071955 ผลิตภัณฑ์ที่มีหมอน หมอนข้าง หมอนอิง เบาะรองนั่ง กลุ่มผลิตหมอนแพงกี้ จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2556 มีการดำเนินการในรูปของคณะกรรมการ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงาน ทำหน้าที่บริหารจัดการให้กลุ่มสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมที่กลุ่มดำเนินการ คือ การผลิตหมอน หมอนข้าง หมอนอิง และเบาะรองนั่ง วัสดุดิบที่นำมาใส่เป็นไส้หมอนได้มาจากเศษยางพารา ที่นิยมปลูกกันในจังหวัดบึงกาฬ



ภาพที่ 11 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ

12. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อโพธิ์ทอง ที่อยู่ 105 หมู่ที่ 9 ตำบลโนนสมบูรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ 38000 โทร. 08-0198-8326 ผลิตภัณฑ์ที่มี เสื่อกก ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเสื่อกก ได้แก่ กระเป๋า หมวก แจกัน การทอเสื่อกกของชาวบ้านโพธิ์ทอง หมู่ที่ 9 ตำบลโนนสมบูรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ มีการทำสืบทอดกันมายาวนาน และถ่ายทอดอารยธรรมทางปัญญาสืบทอด ๆ กันมาทางระบบครอบครัว จากรุ่นสู่รุ่นจนกระทั่งถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 12 ฉลากผลิตภัณฑ์กลุ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อโพธิ์ทอง

13. กลุ่มผ้าไทยเจ้หมวย ที่อยู่ 75 หมู่ที่ 3 ตำบลนาสิงห์ อำเภอศรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 08-9839-3109 ผลิตภัณฑ์ที่มีผ้าไทย



ภาพที่ 13 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไทยเจ้หมวย

14. กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องที่ยั่งยืน ที่อยู่ 243 หมู่ที่ 7 ตำบลนาแสง อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 08-1183-3318, 09-8712-1078 ผลิตภัณฑ์มีข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวฮาง ลักษณะเด่นของกลุ่ม กลุ่มดำเนินกิจการตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เน้นปลูกข้าวและสีข้าวเพื่อบริโภคในครัวเรือนมากกว่าการสีข้าวเพื่อจำหน่าย จึงเชื่อมั่นได้ว่าปลอดภัยจากสารพิษ เมื่อเหลือจึงนำไปจำหน่ายต่อไป นอกจากนี้กลุ่มยังถ่ายทอดให้ความรู้และเทคนิคในการตากข้าวเพื่อให้ได้ปริมาณข้าวตันเพิ่มขึ้น มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ



ภาพที่ 14 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องที่ยั่งยืน

15. กลุ่มทำกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ ที่อยู่ 109 หมู่ที่ 8 ตำบลนาสะแบง อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 08-7821-6033 ผลิตภัณฑ์มีกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ กลุ่มทำกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ บ้านสันทรายงาม ตำบลนาสะแบง อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2544 เกิดจากความคิดของประธานกลุ่ม “นางสมจิตร บุทธิจักร์” เนื่องจากภายในชุมชนมีรายได้ต่ำ



ภาพที่ 15 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทำกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ

16. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่วัลเลย์อยู่คำบึงกาฬ ที่อยู่ 242 หมู่ 7 บ้านอยู่คำ ตำบลศรีวิไล อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 08-4519-4669 หรือ 08-1047-6679 ผลิตภัณฑ์มีข้าวไรซ์เบอร์รี่ น้ำข้าวกล้องงอกไรซ์เบอร์รี่ ข้าวฮางหอมมะลิ ข้าวประดู่แดง 2559 กลุ่มได้มีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่วัลเลย์อยู่คำบึงกาฬ และมีการคัดเลือกกรรมการบริหารชุดใหม่ มีนายยุทธการ บุญประคม เป็นประธานกลุ่ม ข้าวไรซ์เบอร์รี่อยู่คำบึงกาฬ ปลูกในพื้นที่ชุ่มน้ำโลก โปรงดิน ซึ่งมีแร่ธาตุจำนวนมาก กว่า 15 ชนิด ที่มีคุณสมบัติพิเศษแก่มนุษย์ ทำให้ข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่วัลเลย์อยู่คำบึงกาฬ มีกลิ่นหอม ข้าวอ่อนนุ่ม มีผู้บริโภคมากขึ้น จนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป



ภาพที่ 16 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่ลเลยอุ่นคำบึงกาฬ

17. กลุ่มทอผ้าพื้นบ้านบ้านนาทรายสามัคคี ที่อยู่ 32 หมู่ที่ 4 บ้านนาทรายสามัคคี ตำบลนาสิงห์ อำเภอศรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 09-1864-1341 ผลิตภัณฑ์มีผ้าขาวม้า ผ้าขาวม้าผ้าสไบ ผ้าโสร่ง เป็นต้น และเป็นการอนุรักษ์สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ในการผลิตนั้น ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น มีทั้งฝ้ายและไหมที่ปลูกและเลี้ยงกันเองในชุมชน เช่น การปลูกฝ้ายแล้วเก็บดอกฝ้ายมาปั่นเป็นเส้นฝ้ายและทอออกมาเป็นผ้าผืนเรียบเนียนไม่ต้องย้อมสี หรือใช้สีจากธรรมชาติ เช่น คราม เป็นต้น



ภาพที่ 17 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าพื้นบ้านบ้านนาทรายสามัคคี

18. กลุ่มทอผ้าห่มบ้านนาตงน้อย ที่อยู่ 35 หมู่ที่ 4 บ้านนาตงน้อย ตำบลนาตง อำเภอบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ 38190 โทร. 08-4327-3100 ผลิตภัณฑ์มีผ้าห่มใยสังเคราะห์ หมอน ที่นอน ปิคนิก

ในระยะที่เริ่มตั้งกลุ่มเย็บผ้า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตไม่เป็นที่ยอมรับมากนัก กลุ่มจึงได้คิดหาทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการไปศึกษาดูงานของหมู่บ้านอื่นมา ทางกลุ่มได้หันมาผลิตผ้าห่ม

โดยจัดตั้งเป็น “กลุ่มทอผ้าห่มบ้านนาตงน้อย” โดยมีวิทยากรจากศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานเป็นผู้สอนการผลิตผ้าห่ม



ภาพที่ 18 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าห่มบ้านนาตงน้อย

19. กลุ่มทอเสื่อบ้านชัยเจริญ ที่อยู่บ้านชัยเจริญ ตำบลนาตง อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ 38190 โทร. 09-1357-9756 ผลิตภัณฑ์มีเสื่อกก กระเป๋า แจกัน เบาะรองนั่ง ช่วงแรกการทอเสื่อยังเป็นการทอลายขัดธรรมดา ต่อมาได้มีการคิดค้นพัฒนาทำลวดลายใหม่ขึ้น



ภาพที่ 19 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื่อบ้านชัยเจริญ

20. กลุ่มทอเสื่อกกบ้านสมสนุก ที่อยู่ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านสมสนุก หมู่ที่ 4 ตำบลสมสนุก อำเภอปากคาดจังหวัดบึงกาฬ 38190 โทร. 08-4909-6048 ผลิตภัณฑ์มีเสื่อกก ผลิตภัณฑ์ใหม่เสื่อกกลายตัวอักษร “สมสนุก”



ภาพที่ 20 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านสมสนุก

21. กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง ที่อยู่ กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง หมู่ที่ 10 ตำบลโนนศิลา อำเภอบ้านดง จังหวัดบุรีรัมย์ 38190 โทร. 0-4248-1125 ผลิตภัณฑ์มีเฟอร์นิเจอร์จากไม้ เช่น ชุดกาแฟ ชุดม้านั่ง ชั้นวางทีวี โต๊ะ ม้านั่ง เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ โคมไฟในระยะต่อมาได้มีการรวมกลุ่มสมาชิกมากขึ้น โดยมีนายหนูจันทร์ อามาตรมูลตรี เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกจำนวน 17 คน และได้ตั้งชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง” และในปี พ.ศ. 2553 กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง ได้ส่งผลิตภัณฑ์ขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดหนองคาย และได้ลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2555 ได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย และได้ผ่านการคัดสรรฯ ระดับ 3 ดาว โดยทางสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านดง ได้ติดต่อประสานให้กลุ่มเข้ารับการฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มเรื่อยมา



ภาพที่ 21 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง

ดังนั้น ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มโอท็อป (OTOP) วิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก มีกลไกการบริหารสนับสนุนในเรื่องของรูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การวางแผนทางการเงินในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และการวางแผนกำไรที่เหมาะสม การพัฒนาการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวี กฤษณะภู่ (2556) เรื่องการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน : การเรียนรู้จากกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมและทอผ้าฝ้ายในจังหวัดขอนแก่น พบว่า กลุ่มอาชีพทอผ้ามีการจัดการด้านต่าง ๆ ได้แก่การจัดการด้านการบริหารกลุ่ม การจัดการด้านการวางแผนการผลิต การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดการด้านการเงิน และการจัดการด้านการทำบัญชี เพื่อให้การบริหารจัดการกลุ่ม ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและรองรับเหมาะสมกับการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์อย่างยั่งยืนต่อไป

บทสรุป

การพัฒนาคุณภาพและศักยภาพ OTOP บึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ จึงประกอบด้วยการจัดทำทะเบียนของกลุ่มอาชีพต่างๆ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มอาชีพและสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพ การอบรม สนับสนุนการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่าย สนับสนุนการจัดกิจกรรมการแสดงหรือจำหน่ายสินค้าโอท็อปในงานประจำปี และงานอื่น ๆ ตามความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรศักดิ์ ว่องวัฒนกุล (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งคอก อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านแนวทางการส่งเสริมที่สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นคล้ายคลึงกันก็คือ ต้องการให้ส่งเสริมในส่วนของการรู้ ทักษะ การศึกษาดูงาน งบประมาณ เพื่อให้กลุ่มอาชีพจัดซื้อเครื่องมือประสานความร่วมมือระหว่าง ผู้นำท้องถิ่นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสมาชิกกลุ่มให้เกิดแผนปฏิบัติงานร่วมกัน กระจายผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ทั้งในรูปแบบของเงินทุนและองค์ความรู้ไปสู่สมาชิกกลุ่มอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่กลุ่มอาชีพ OTOP ได้ดำเนินการในลักษณะที่ต่อเนื่องและศักยภาพให้กลุ่มอาชีพ OTOP เป็นองค์กรชุมชนที่เป็นเครือข่ายแก่องค์กรชุมชนอื่น ๆ ในชุมชนในลักษณะการเกื้อกูลซึ่งกันและกันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬในการจัดทำตลาดและโลโก้ผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าในการขายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิตจำนงค์ กิติศิริ. (2525). การพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: คุณพินอักษรกิจ.
- ธัญมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, 34(1), 177-191.
- พรศักดิ์ ว่องวัฒนกุล. (2553). แนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งคอก อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี. การศึกษาอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พวงเกสร วงศ์อนุพรกุล. (2552). แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนาหมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- วิภาวี กฤษณะภูติ. (2556). การจัดกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: การเรียนรู้จากกลุ่มอาชีพทอผ้าฝ้ายในจังหวัดขอนแก่น. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์. 30(1). 166-168.
- ชูชมุ โอซากิ. (2547). สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กับการตลาด [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2558, จาก www.cpd.go.th/download/article_01/OTOPrevise.doc.
- หนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล. สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2561. จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com/.online>.
- Hogeforster, M. (2014). Future challenges for innovations in SMEs in the Baltic Sea Region. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 241-250.

Johannisson, B. (1996). **The dynamics of entrepreneurial networks.** In Reynolds, P., et al. (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 253-267.

ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการ
เปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

THE RELATIONSHIP BETWEEN CASH FLOW WITH MARKET CAPITALIZATION
AND THE RATIO OF CHANGE IN SECURITIES PRICES OF LISTED COMPANIES IN
THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

ทวีศักดิ์ อุ่นทานนท์¹ และ เบญจพร โมกขเวส¹

¹คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Thaweesak Unthanon¹ and Benjaporn Mookhavesa¹

¹Faculty of Accountancy, Sripatum University

(Received: April 21, 2022; Revised: July 8, 2022; Accepted: July 12, 2022)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่า
หลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ.2561-2563 จำนวน 453 บริษัท โดยเก็บข้อมูลจาก
งบการเงิน จากฐานข้อมูลของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ฯลฯ การวิเคราะห์ค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยหาความสัมพันธ์ตามสมมติฐานการวิจัยที่
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งผลการศึกษาพบว่ากระแสเงินสดจากการลงทุน กระแสเงินสดจากการ
จัดหาเงิน มีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.01 และกระแสเงินสดอิสระ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และกระแสเงินสดสุทธิ ไม่
มีความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด นอกจากนี้ยังพบว่ากระแสเงินสดจากการ
ดำเนินงาน กระแสเงินสดจากการลงทุน กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน กระแสเงินสดสุทธิ และกระแส
เงินสดอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจ
ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำสำคัญ: กระแสเงินสด มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด อัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคา
หลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the relationship between cash flow
with market capitalization and the ratio of change in securities prices of listed
companies in the Stock Exchange of Thailand. The data were form 2018- 2020 with
total number of 453 companies by collecting the annual financial statements from the
database of companies in the Stock Exchange of Thailand. Data were analyzed using
statistical testing. These were descriptive statistics such as mean, standard deviation

etc. correlation coefficient analysis and multiple regression analysis to test the hypothesis at significant level of 0.01. The results of the study were found that cash from investing activities and cash from financing activities had a negative relationship with market capitalization at significant level of 0.01. Free cash had a positive relationship with market capitalization at significant level of 0.01 and cash from operating activities and net cash flow did not significant effect of market capitalization. The results of the study found that cash from operating activities, cash from investing activities, cash from financing activities, net cash flow and free cash flow did not significant effect of the ratio of change in securities prices of listed companies in the Stock Exchange of Thailand.

Keywords: Cash Flow, Market Capitalization, The Ratio of Change in Securities Prices, The Stock Exchange of Thailand

บทนำ

ตลาดการเงินหรือที่เราเรียกกันว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นตลาดระหว่างผู้ที่มีเงินทุนเหลือ กับผู้ต้องการเงินทุน โดยมีตัวกลางคือเงินทุน ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand) ซึ่งถือว่าตลาดการเงินที่สำคัญต่อพัฒนาและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นตลาดการเงิน (Financial Market) จึงเป็นแหล่งเงินทุนทั้งในด้านการระดมทุนของผู้ต้องการเงินทุนและเป็นแหล่งการปล่อยเงินทุนสำหรับผู้ที่ต้องการปล่อยเงินทุนส่วนเกินที่ตนมีอยู่ ซึ่งวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการจัดตั้งตลาดฯ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพทั้งในด้านดำเนินงาน (Operation Efficiency) และด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Information Efficiency) มีความยุติธรรมและมีความเป็นมาตรฐานสากล ซึ่งการที่ตลาดการเงินในประเทศมีขนาดใหญ่อาจแสดงได้ว่าระบบเศรษฐกิจในประเทศนั้นมีความเจริญเติบโต ซึ่งวัดจากอัตราส่วนของสินทรัพย์รวมของแต่ละหลักทรัพย์ ซึ่งอัตราส่วนนี้มีค่าสูงย่อมแสดงถึงการที่ตลาดมีขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับเศรษฐกิจทั้งระบบของประเทศ และสามารถนำไปใช้เทียบกับความเจริญของตลาดในประเทศอื่นๆ โดยค่าสถิติที่พิจารณาจะประกอบด้วยดัชนีตลาดหลักทรัพย์เพื่อเป็นตัวชี้วัดความเจริญโดยเทียบกับฐานของตลาดเอง รวมถึงจำนวนบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาด และที่สำคัญก็คือ มูลค่าของตลาด โดยที่มูลค่าตลาดในที่นี้ คือผลรวมของมูลค่าตามราคาตลาดทั้งหมดของตลาดหลักทรัพย์ ณ เวลาหนึ่งๆ เทียบกับรายได้ประชาชาติ เพื่อเป็นการพิจารณาสัดส่วนหรือขนาดเมื่อเทียบกับภาคเศรษฐกิจโดยรวมของทั้งประเทศ (สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย, 2565)

การประกอบธุรกิจโดยส่วนใหญ่จะกำหนดเป้าหมายหลัก ๆ เพื่อต้องการสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการและต้องการหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตลาด (Market Value) ในระดับสูง ซึ่งนักลงทุนต่างใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยปัจจัยที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange Thailand : SET) ได้มีการจัดอันดับไว้นั้นคือ มูลค่าตามราคาตลาด (Market Capitalization : Market Cap) (Admiral Markets, 2021) ซึ่งที่มาของมูลค่าตามราคาตลาดนั้น

คำนวณจากราคาหลักทรัพย์คูณกับจำนวนหุ้นจดทะเบียนทั้งหมด มูลค่าตามราคาตลาดจะช่วยแสดงถึงศักยภาพในการเติบโตหรือความเสี่ยงของแต่ละบริษัทได้ ซึ่งเป็นข้อมูลที่จะสามารถช่วยให้นักลงทุนใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ คือข้อมูลที่ได้จากการเงิน จึงถือว่าการเงินเป็นข้อมูลที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งข้อมูลเหล่านั้นล้วนใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยอาศัยความคาดคะเนของผลประกอบการ (ตริณูช บุรินทร์มัย, 2564) โดยเฉพาะในส่วนของเงินสดกิจการ ถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลหนึ่งที่มีความสำคัญ เป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความคาดหวังจากแนวโน้มที่นักลงทุนใช้สังเกตได้โดยวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลพยากรณ์สภาพการแข่งขันและศักยภาพของธุรกิจ ซึ่งงบกระแสเงินสด เป็นงบการเงินที่จะแสดงถึงกระแสเงินสดเข้า-ออกของกิจการ และแสดงรายการเทียบเท่าเงินสด ซึ่งผู้ใช้งบการเงินสามารถนำข้อมูลจากงบกระแสเงินสดไปสร้างแบบจำลองเพื่อประเมิน และวิเคราะห์ข้อมูล เปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของงบกระแสเงินสด และในอนาคตที่แตกต่างกัน (ธีรกันต์ สวัสดิ์กุลสิริ, 2564) ซึ่งงบกระแสเงินสดเป็นสิ่งบ่งชี้ที่สำคัญ ของผู้ลงทุน โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทแสดงถึงสภาพคล่องของกิจการ ซึ่งใช้พยากรณ์บริษัทในอนาคต และเป็นเครื่องมือวิเคราะห์อัตราการเติบโตของกิจการ ที่นักลงทุนให้ความสนใจ และให้ความสำคัญในการเลือกนำมาพิจารณา ซึ่งราคาหลักทรัพย์ จะสะท้อนราคาพื้นฐานการดำเนินธุรกิจของกิจการ ซึ่งส่งผลต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ สำหรับกิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (นันท์กานต์ พวงบุบผา, 2562)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเห็นได้ว่าการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ และการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์จึงเป็นเรื่องสำคัญที่นักลงทุนจะต้องเรียนรู้ และทำความเข้าใจ ผู้วิจัยจึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างงบกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยนำงบกระแสเงินสดมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ โดยผลของการศึกษาวิจัยที่ได้จะช่วยให้นักลงทุนในตลาดทุน หรือผู้ที่สนใจ หรือต้องการข้อมูลไปใช้ในการคาดคะเนการลงทุน ใช้ประกอบพิจารณามูลค่าหลักทรัพย์ราคาตลาด และอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ได้อย่างแม่นยำ และใช้พิจารณาตัดสินใจลงทุนในตลาดทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และในภาคธุรกิจ ผู้บริหารสามารถนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้นำไปประกอบการตัดสินใจวางแผนการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งยังสะท้อนถึงระบบเศรษฐกิจ ศักยภาพในการเติบโต และขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศอีกด้วย ซึ่งการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างงบกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระแสเงินสด (Cash Flow) เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงสภาพคล่อง และเป็นกระแสเงินสดที่ไหลเวียนภายในกิจการแบ่งเป็น 3 กิจกรรมหลัก ๆ คือ กระแสเงินสดกิจกรรมดำเนินงาน กระแสเงินสดกิจกรรมลงทุน และงบกระแสเงินสดกิจกรรมการจัดหา (LikeStock, 2018) โดย กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานจะเป็นเครื่องบ่งบอกถึงความสามารถของกิจการในการดำเนินงานก่อให้เกิด

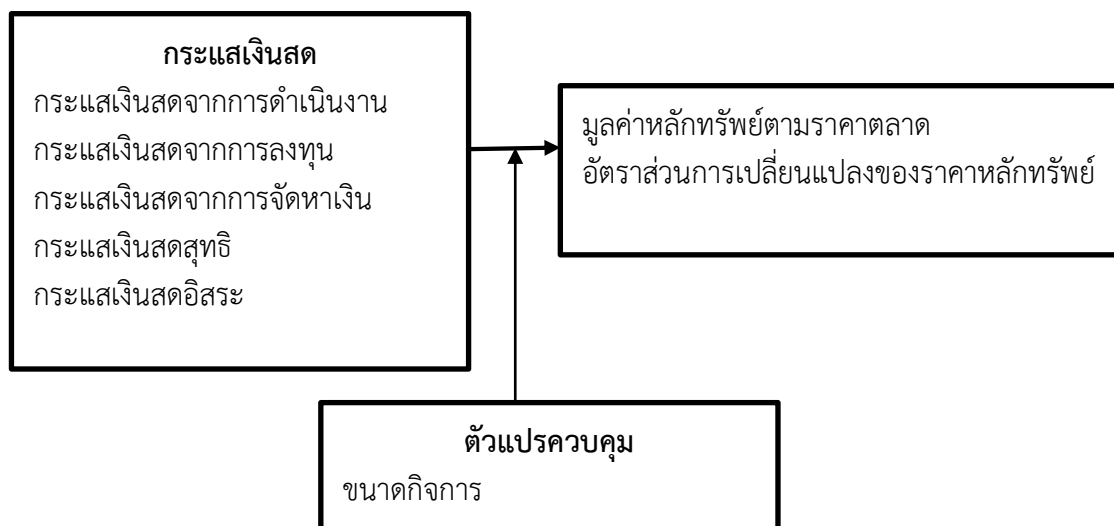
เกิดกระแสเงินสดที่เพียงพอต่องานดำเนินธุรกิจ มีความสามารถในการชำระหนี้และลงทุนโดยไม่ต้องพึ่งแหล่งเงินทุนจากภายนอก (นันท์กานต์ พวงบุบผา, 2562) กระแสเงินสดกิจกรรมลงทุนจะเป็นเครื่องบ่งบอกถึงถึงรายจ่ายที่กิจการจ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่จะก่อให้เกิดรายได้ และกระแสเงินสดในอนาคต (นันท์กานต์ พวงบุบผา, 2562) ซึ่งกระแสเงินสดจากการลงทุนควร “ติดลบ” แสดงว่าบริษัทมีการลงทุนขยายกิจการต่อเนื่อง สะท้อนว่าเงินที่ลงทุนไปนั้นสามารถสร้างรายได้และกำไรกลับมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ฐิติเมธ โภคชัย, 2565) กระแสเงินสดกิจกรรมการจัดหาเงินบอถึงการบริหารเงินของบริษัท ถ้าเห็นตัวเลขเป็นบวก ตีความได้ว่าบริษัทมีการระดมทุนในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น ออกหุ้นกู้ เพิ่มทุน แต่ถ้าตัวเลข หากกระแสเงินสดจากการจัดหาเงินเป็นลบ หมายถึงบริษัทนำเงินสดที่เหลือไปจ่ายหนี้หรือจ่ายเงินปันผล (จิตติเมธ โภคชัย, 2565)

รวมทั้งมีกระแสเงินสดอีก 2 กิจกรรมคือ กระแสเงินสดสุทธิ ที่บ่งบอกถึงยอดรวมของกระแสเงินสดทั้ง 3 กิจกรรม คือ กิจกรรมดำเนินงาน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน จะได้เป็นกระแสเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ (LikeStock, 2018) ซึ่งกระแสเงินสดสุทธิบ่งบอกถึงกระแสเงินสดของกิจการที่ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการดำเนินงานและอาจกระทบต่อราคาและผลตอบแทนหลักทรัพย์ไปด้วย (นันท์กานต์ พวงบุบผา, 2562) และกระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow) บ่งบอกถึงกระแสเงินสดจากการดำเนินงานของกิจการที่มีอยู่หลักหักจ่ายจากการลงทุน ซึ่งกระแสเงินสดอิสระควรที่จะมีค่าคงที่ หรือเพิ่มขึ้น เพราะถ้ากระแสเงินสดอิสระเกิดสะดุด หรือมียอดติดลบอาจจะบ่งบอกถึงความผิดปกติในการบริหารเงินสด หรือบริหารงานภายในของกิจการ ซึ่งก็ไม่ได้บ่งบอกว่ากิจการกำลังมีปัญหาในการบริหารงานภายในเสมอไป (พิพัฒน์ สร้อยทอง, 2562)

มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด คือ มูลค่าของหลักทรัพย์ที่มีตามราคาตลาดในขณะนั้น ซึ่งมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด หรือ Market Cap. คำนวณจาก ราคาปิดของหลักทรัพย์และจำนวนหลักทรัพย์จดทะเบียนปัจจุบัน (Listed Shares) ใช้เป็นค่าที่บอกมูลค่าตลาดหรือขนาดของบริษัท ซึ่งใช้ในการพิจารณาร่วมในการลงทุน (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2562) ซึ่งมูลค่าดังกล่าวจะสะท้อนให้ผู้ลงทุนเห็นถึงขนาดและความน่าสนใจลงทุนของตลาดหลักทรัพย์ในวิจัยนี้ใช้มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด ณ วันสิ้นงวดบัญชีรายปี (ปณณวิทย์ นากแก้วเทศ, 2563)

อัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ เป็นข้อมูลที่เกิดจากการคำนวณอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาปิด เปรียบเทียบกับราคาของวันงวดปีก่อนหน้า บณกระดานซื้อขายหลักทรัพย์ (ธีรกานต์ สวัสดิ์กุลสิริ, 2564) ซึ่งในการลงทุนในหลักทรัพย์ผู้ลงทุนต้องวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของหลักทรัพย์เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจการลงทุนร่วมกับปัจจัยทางเทคนิคเพื่อค้นหาระยะเวลาที่เหมาะสมและระยะเวลาในการซื้อขายหลักทรัพย์ (รวี ลงกานี และคณะ, 2560) และผลตอบแทนจากการลงทุนมีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของความเติบโตของบริษัทที่เกิดจากการลงทุน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเกิดจากกระแสเงินสดที่เพิ่มขึ้น เช่น เงินปันผล หรือเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ (พิพัฒน์ สร้อยทอง, 2562)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม จำนวน 660 บริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษา ประกอบด้วย บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีคุณลักษณะตรงตามที่กำหนด ได้แก่ คือ 1) กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่ถูกเพิกถอนโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และขอเพิกถอนโดยสมัครใจ 2) กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอน 3) กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน และ 4) บริษัทที่มีค่าของข้อมูลผิดปกติ สามารถแสดงได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เลือกกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	660
หัก กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่ถูกเพิกถอนโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และขอเพิกถอนโดยสมัครใจ	(126)
กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอน	(4)
กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน	(67)
บริษัทที่มีค่าของข้อมูลผิดปกติ	(10)
คงเหลือ	453
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 453 บริษัท ระยะเวลา 3 ปี (453 บริษัท x 3 ปี)	1,359

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตามที่กำหนดมีจำนวนเท่ากับ 453 บริษัท ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561–2563 รวมจำนวน 3 ปี ดังนั้นข้อมูลที่ใช้ศึกษามีจำนวน 1,359 ข้อมูล (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งนำข้อมูลจากงบการเงิน ที่เปิดเผยต่อสาธารณะของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2561–2563 รวมระยะเวลา 3 ปี โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือการลงทุนที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลบน SET-SMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยข้อมูล

2.1 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร โดยการรวบรวมข้อมูลจาก บทความ งานวิจัย ทฤษฎีแนวคิด และบทวิเคราะห์ทางการเงิน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงิน และรายงานประจำปี ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2561–2563 รวมระยะเวลา 3 ปี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูล SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 453 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564)

2.3 นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล และนำข้อมูลมาประมวลผลข้อมูลทางสถิติเพื่อหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการนำข้อมูลมาทดสอบค่าทางสถิติ เพื่อบรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด (Minimum)

3.2 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.2.1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis) โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งหากมีค่ามากกว่า 0.08 แสดงว่าจะเกิดปัญหาจากการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงมาก (Multicollinearity) แล้วนำไปการวิเคราะห์ค่า Tolerance และค่า VIF โดยค่า Tolerance ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องมีค่าไม่เกิน 10 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกัน

3.2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions Analysis) นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมนำมาทดสอบค่าทางสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ของกระแสเงินสด กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ โดยแสดงเป็นสมการ Regression เพื่อทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

$$MKC_{it} = \beta_0 + \beta_1CFO_{it} + \beta_2CFI_{it} + \beta_3CFF_{it} + \beta_4NCF_{it} + \beta_5FCF_{it} + \varepsilon$$

$$PRICE_{it} = \beta_0 + \beta_1CFO_{it} + \beta_2CFI_{it} + \beta_3CFF_{it} + \beta_4NCF_{it} + \beta_5FCF_{it} + \varepsilon$$

โดยที่ CFO_{it} แทน กระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัท i ในปี t
 CFI_{it} แทน กระแสเงินสดจากการลงทุนของบริษัท i ในปี t
 CFF_{it} แทน กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินของบริษัท i ในปี t
 NCF_{it} แทน กระแสเงินสดสุทธิของบริษัท i ในปี t
 FCF_{it} แทน กระแสเงินสดอิสระของบริษัท i ในปี t
 MKC_{it} แทน มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัท i ในปี t
 $PRICE_{it}$ แทน อัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัท i ในปี t
 ε แทน ค่าความคลาดเคลื่อน
 β_0 แทน ค่าคงที่
 β_{1-5} แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่ 1-5

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมและลักษณะทั่วไปของข้อมูล

ตารางที่ 2 การทดสอบข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร (Descriptive Statistics)

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ตัวแปรอิสระ				
CFO	-15,503.12	267,800.99	2,299.26	12,768.94
CFI	-18,858.36	3,214.74	-207.46	1,107.61
CFF	-111,467.55	82,970.60	-178.21	7,356.34
NCF	-25,091.96	122,185.46	376.49	4,929.55
FCF	-46,214.88	158,259.88	960.74	7,963.18
ตัวแปรตาม				
MCK	56.70	1,313,897.80	26,256.07	97,241.12
Price	-100.00	12,270.37	22.66	491.81
ตัวแปรควบคุม				
Size	156.64	2,540,000.00	31,328.00	105,654.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระมีจำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFO) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -15,503.12 ล้านบาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 267,800.99 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2,299.26 ล้านบาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 12,768.94 ล้านบาท กระแสเงินสดจากการลงทุน (CFI) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -18,858.36 ล้านบาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 3,214.74 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ -207.46 ล้านบาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 97,241.12 ล้านบาท กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน (CFF) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -111,467.55 ล้านบาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 82,970.60 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ -178.21 ล้านบาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7,356.34 ล้านบาท กระแสเงินสดสุทธิ (NCF) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -25,091.96 ล้านบาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 122,185.46 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 376.49 ล้านบาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4,929.55 ล้านบาท กระแสเงินสดอิสระ (FCF) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -46,214.88 ล้านบาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 158,259.88 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 960.74 ล้านบาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7,963.18 ล้านบาท

ตัวแปรตามมีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (MCK) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 56.70 ล้านบาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 1,313,897.80 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 26,256.07 ล้านบาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 97,241.12 ล้านบาท อัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ (Price) มีค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -100.00 ค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 12,270.37 ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 22.66 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ ร้อยละ 491.81

ตัวแปรควบคุมมีจำนวน 1 ตัวแปร คือ ขนาดกิจการ (Size) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 156.64 ล้านบาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 2,540,000.00 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 31,328.00 ล้านบาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 105,654.00 ล้านบาท

ตารางที่ 3 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis)

	CFO	CFI	CFF	NCF	FCF
CFO	1				
CFI	-.579**	1			
CFF	-.533**	-.160**	1		
NCF	.217**	-.374**	-.121**	1	
FCF	.579**	-.613**	-.357**	.590**	1

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

Durbin-Watson 1.903-1.931

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทั้งหมด มีค่าอยู่ระหว่าง -0.613 ถึง 0.590 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ตัวแปรอิสระไม่เกิดความสัมพันธ์กันเองในระดับสูง (Multicollinearity) และเมื่อวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ก็พบว่าค่า VIF น้อยกว่า 10 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.782 - 6.635 แสดงให้เห็นว่าความคลาดเคลื่อนไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์กัน และเมื่อวิเคราะห์ Durbin-Watson พบว่าอยู่ระหว่าง 1.903-1.931 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.50-2.50 แสดงว่า

ตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้ ไม่มีอัตราความสัมพันธ์ของข้อมูล ดังนั้น จึงสามารถนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่สมการการถดถอยได้

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7447.778	1568.131		4.749	0.000		
CFO	-0.182	0.302	-0.024	-0.604	0.546	0.151	6.635
CFI	-36.496	2.968	-0.416	-12.298	0.000	0.207	4.833
CFF	-3.709	0.401	-0.281	-9.246	0.000	0.257	3.896
NCF	0.546	0.405	0.028	1.348	0.178	0.561	1.782
FCF	2.274	0.334	0.186	6.800	0.000	0.315	3.172
Size	0.275	0.023	0.298	11.895	0.000	0.376	2.663
Durbin-Watson			1.931				
Adjusted R Square			0.679				

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า กระแสเงินสดจากการลงทุน (CFI) กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน (CFF) มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ หรือในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และกระแสเงินสดอิสระ (FCF) และขนาดกิจการ (Size) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก หรือในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพบว่ากระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFO) กระแสเงินสดสุทธิ (NCF) ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคา หลักทรัพย์

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	24.355	14.028		1.736	0.083		
CFO	-0.000	0.003	0.000	-0.012	0.991	0.151	6.635
CFI	0.003	0.027	0.008	0.132	0.895	0.207	4.833
CFF	0.000	0.004	-0.003	-0.059	0.953	0.257	3.896
NCF	0.000	0.004	0.001	0.025	0.980	0.561	1.782
FCF	0.000	0.003	-0.006	-0.118	0.906	0.315	3.172
Size	-0.000	0.000	-0.004	-0.098	0.922	0.376	2.663
Durbin-Watson			1.903				
Adjusted R Square			-0.004				

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่ากระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFO) กระแสเงินสดจากการลงทุน (CFI) กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน (CFF) กระแสเงินสดสุทธิ (NCF) และกระแสเงินสดอิสระ (FCF) ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยถึงความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่ากระแสเงินสดจากการลงทุน กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน มีความสัมพันธ์กันในเชิงลบ หรือในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และกระแสเงินสดอิสระ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก หรือในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ในขณะที่กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด เนื่องจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานอาจไม่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด แต่กระแสเงินสดจากการดำเนินงานจะส่งผลกระทบต่อเงินสดที่แท้จริงจากกิจกรรมดำเนินงานของกิจการ และกระแสเงินสดสุทธิ ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด เนื่องจากกระแสเงินสดสุทธิอาจจะไม่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด ซึ่งอาจสรุปได้ว่า กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และกระแสเงินสดสุทธิของกิจการเป็นเพียงมุมมองในของกิจการ ที่บ่งชี้ถึงจำนวนเงินของกิจการ ไม่ได้บ่งบอกถึงมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของกิจการ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่ากระแสเงินสดจากการดำเนินงาน กระแสเงินสดจากการลงทุน กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน กระแสเงินสดสุทธิ และกระแสเงินสดอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ อาจเนื่องมาจากกระแสเงินสดของกิจการ ไม่ได้สะท้อนอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ เป็นเพียงมุมมองในของกิจการ ที่สะท้อนถึงกระแสเงินสดของของกิจการ ไม่ได้บ่งชี้ถึงอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์

ซึ่งจากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่ากระแสเงินสดจากการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ หรือในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าบริษัทที่มีกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนในดับที่สูงมาก จะทำให้มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิกานต์ พวงบุบผา (2562) ซึ่งอธิบายได้ว่าบริษัทที่มีกระแสเงินสดจากการจัดหาเงินในระดับที่สูงมาก จะทำให้มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดลดลง และสอดคล้องกันกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ ดาวเรือง, ปานฉัตร อาการักษ์, และ

วัฒนา ยืนยง (2563) ซึ่งอธิบายได้ว่าบริษัทที่มีกระแสเงินสดอิสระในระดับที่สูงมาก จะทำให้มูลค่ามูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิณณวิทย์ นากแก้วเทศ (2563) ซึ่งจากผลการศึกษาจะช่วยสนับสนุนทฤษฎีตลาดที่มีประสิทธิภาพ ที่แสดงให้เห็นว่านักลงทุนได้ใช้ข้อมูลที่กิจการเปิดเผยแก่สาธารณะทราบ นำมาใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน ทำให้เกิดราคาตลาดใหม่ที่เกิดจากการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท

จากการศึกษาวิจัยยังพบว่า กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tamer Bahjat Sabri., et al (2020) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด (การเงิน การลงทุน และการดำเนินงาน) กับราคาหุ้น และขนาดของกิจการ ในตลาดหลักทรัพย์ปาลส์โตร์ พบว่ากระแสเงินสดจากการดำเนินงานไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหุ้น และขนาดของกิจการ ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ปาลส์โตร์ และยังพบว่ากระแสเงินสดสุทธิ ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิณณวิทย์ นากแก้วเทศ (2563) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัทจดทะเบียนที่มีดัชนีราคาหลักทรัพย์ใน 50 อันดับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการศึกษพบว่า กระแสเงินสดทั้งหมด ได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน กระแสเงินสดจากการลงทุน กระแสเงินสดสุทธิ และกระแสเงินสดอิสระกับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิพัฒน์ สร้อยทอง (2562) พบว่า กระแสเงินสดอิสระของกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และธีรกันต์ สวัสดิ์กุลศิริ (2564) พบว่า กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน กระแสเงินสดจากการลงทุน กระแสเงินสดสุทธิ และกระแสเงินสดอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ซึ่งจากทฤษฎีของตลาดที่มีประสิทธิภาพนั้นอาจเป็นไปได้ว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์เป็นอิสระต่อกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือราคาตลาดคือมูลค่าที่แท้จริง (Intrinsic Value) ซึ่งกระแสเงินสดไม่สัมพันธ์ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของหลักทรัพย์นั้น เนื่องจากอาจมีปัจจัยด้านอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง จึงสรุปได้ว่ากระแสเงินสดนั้นไม่ส่งผลต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ของกิจการ ในการเพิ่มขึ้นหรือลดลงบนหน้ากระดานซื้อขายหลักทรัพย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่ากระแสเงินสดจากการลงทุน กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน มีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ หรือทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด กระแสเงินสดอิสระ มี

ความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดในทิศทางบวก หรือทิศทางเดียวกัน แต่ในขณะที่กระแสเงินสดทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ซึ่งผลที่ได้จะช่วยสนับสนุนทฤษฎีประสิทธิภาพของตลาด โดยแสดงให้เห็นว่าที่นักลงทุนได้ใช้ข้อมูลที่เกิดจากการเปิดเผยแก่สาธารณะทราบ นำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุน หรือการคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทว่าจะมีผลการดำเนินงานไปในทิศทางใด และทำให้เกิดราคาตลาดภาพใหม่ที่เกิดจากการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท หรือผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยที่มีความสัมพันธ์กันไปใช้ประกอบการตัดสินใจการลงทุน หรือใช้ในการวางแผนของผู้บริหาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการศึกษาวิจัย ต่อยอดสำหรับผู้ที่มีความสนใจ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการศึกษาต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งเป็นแหล่งตลาดทุนของธุรกิจที่มีศักยภาพในการดำเนินกิจการขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยธุรกิจเหล่านี้นั้นมีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่ดีในอนาคต

2.2 ผู้วิจัยได้ใช้กระแสเงินสดเป็นตัววัดมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะใช้วัดในด้านอื่น ๆ ในการทำการศึกษาเช่น อัตราส่วนเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร อัตราส่วนเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญญารัตน์ กิตติสนธิรักษ์. (2561). อัตราส่วนทางการเงินและการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของกิจการตามราคาตลาดในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2562). SET มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.iok2u.com/index.php/article/money/1278-set-market-capitalization-market-cap>
- ฐิติเมธ โชคชัย. (2565). เทคนิคคัดกรองหาหุ้นที่มีเงินสดเหลือๆ. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://www.set.or.th/set/education/knowledgedetail.do?contentId=6082&type=article>.
- ตรีนุช บุรินทร์มัย. (2564). กระแสเงินสดกับสภาพคล่องทางการเงิน. สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.spu.ac.th/fac/account/th/content.php?cid=22658>.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). ข้อมูลราคาหลักทรัพย์ย้อนหลัง 5 ปี. สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.setsmart.com>.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์. สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.set.or.th/th/company/companylist.html>

- ธีรกันต์ สวัสดิ์กุลศิริ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม์*, 8 (11), 373-384.
- นันทิกานต์ พวงบุบผา. (2562). ความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดที่มีต่อมูลค่าตามราคาตลาดและอัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปณณวิชญ์ นากแก้วเทศ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัทจดทะเบียนที่มีดัชนีราคาหลักทรัพย์ใน 50 อันดับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิชาเอกการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย.
- พิพัฒน์ สร้อยทอง. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดอิสระ และอัตราส่วนทางการเงินกับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ และอัตราการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- รวี ลงกานี, อริยพงษ์ พันธุ์ศรีวงศ์ และเกรียงไกร ก้อนคำ. (2560). ผลการลงทุนของหุ้นคุณค่าในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 39(151), 49-72.
- สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย. (2565). ความรู้เกี่ยวกับตลาดการเงิน. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก http://www.asco.or.th/uploads/upfiles/files/iba_knowledge_ed1.pdf?bclid=IwAR0pE4cinLWvSsHc63Gkt5dh0-UgjmS6aOraH3XyDc_5jukfIQxOA7V4XyY.
- อมรรัตน์ ดาวเรือง, ปานฉัตร อาการักษ์ และวัฒนา ยืนยง (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ไม่มีตัวตน กระแสเงินสด และผลการดำเนินงานกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 13(1), 45-65.
- Admiral Markets. (2021). *Market Capitalization คืออะไร? : Market Cap สำคัญกับอย่างไร? อย่างไร?*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://admiralmarkets.sc/th/education/articles/shares/market-capitalization-explained>
- LikeStock. (2018). *งบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow)*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://www.mrlikestock.com/2018/งบกระแสเงินสด>.
- Tamer Bahjat Sabri et al. (2020). The Relationship Between of Cash Flows (Financing, Investment and Operating) and Stock Prices, Size of the Firms. *International Journal of Financial Research*, 11(5), 424-433.

การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง “เทคโนโลยีสารสนเทศ” กลุ่มสาระการเรียนรู้
อาชีพและเทคโนโลยีของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอ
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1

DEVELOPING COMPUTER ASSISTED INSTRUCTION LESSON INFORMATION
TECHNOLOGY CAREER AND TECHNOLOGY LEARNING SUBJECT GROUP, FOR
PRATHOMSUKSA 4 STUDENTS, ANUBALNONGWUASO SCHOOL, UDONTANI
PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 1

ราชสีห์ ศรีเสนห์¹

¹สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศสื่อดิจิทัล วิทยาลัยพิจญ์บัณฑิต

Rachasee Srisane¹

¹Bachelor of Science Program in Information Technology Digital Media Pitchayabundit College

(Received: March 18, 2022; Revised: July 18, 2022; Accepted: July 20, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน และ 3) ศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ประชากรคือนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน แบบทดสอบเป็นแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Dependent Sample t-test

ผลการวิจัยพบว่า 1) บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.22/88.78 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนด 2) นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนโดยรวม ด้านการตรงตามความต้องการของผู้ใช้โปรแกรม และด้านความง่ายต่อการใช้โปรแกรมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการทำงานตามฟังก์ชันการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน, เทคโนโลยีสารสนเทศ, กลุ่มสาระการเรียนรู้อาชีพและเทคโนโลยี

ABSTRACT

The objectives of the research were to 1) To develop computer-assisted instruction lessons to be effective according to the 80/80 criteria. 2) To compare of students' learning achievement before and after studying with the computer-assisted instruction lesson. and 3) to study the satisfaction of learning management with computer-assisted instruction lesson. The population was the group of 30 Prathomsuksa 4 students of Anuban Nongwuasor School. The Instruments were the computer-assisted

instruction lesson, the achievement test and satisfaction questionnaires. The data were analyzed in term of mean, standard deviation, and dependent sample t-test.

The findings were as follow: 1) The efficiency of the computer-assisted instruction lesson for Prathomsuksa 4 students of Anuban Nongwuasor School is 85.22/88.78, which is higher than the specified 80/80. 2) The achievement of the students after using the computer-assisted instruction lesson were statistically higher than the achievement before using computer-assisted instruction lesson at the .05 level. 3) the students' satisfaction with the computer-assisted instruction lesson in terms of users' need was at the highest level, in term of the ease of using program was at high level and in term of the aspect of working function was at the highest level.

Keywords: The Computer-assisted Instruction Lesson, Information Technology, Career and Technology Learning Subject Group

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553 กำหนดความมุ่งหมายและหลักการไว้ในมาตรา 6 ว่าการจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย และจิตใจสติปัญญาความรู้คุณธรรม มีจริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และในหมวด 9 ว่าด้วยเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา จัดให้รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการวิจัย การผลิต และพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เพื่อให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะในการผลิตรวมทั้งการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนมีสิทธิได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ในโอกาสแรกที่ทำได้ เพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553)

ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้มีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันทั้งนี้เพราะคอมพิวเตอร์สามารถนำมาประยุกต์ช่วยงานด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี และมีการใช้งานในหลากหลายรูปแบบโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเรียนการสอนเพราะคอมพิวเตอร์สามารถสื่อสารในเรื่องเนื้อหาต่าง ๆ ที่เป็นการเรียนการสอนได้อย่างสมบูรณ์ไม่ว่าจะเป็นภาพ และเสียงรวมทั้งลูกเล่นต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการได้ให้แนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผู้เรียนสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ในการทำงานอย่างถูกต้องเหมาะสมคุ้มค่าซึ่งบทเรียนคอมพิวเตอร์เป็นสื่อการเรียนการสอนที่ครอบคลุมเนื้อหาและกิจกรรมหรือวิธีเรียนที่จัดเตรียมไว้ล่วงหน้า มีทั้งระบบภาพ เสียง ตัวอักษร ที่เป็นสื่อประสมหรือมัลติมีเดียสามารถมีปฏิสัมพันธ์หรือตอบโต้กับผู้เรียนได้ทันทีสะดวกในการแก้ไขข้อผิดพลาดของการเรียนแต่ละครั้ง และแต่ละปัญหานั้นยังใช้คอมพิวเตอร์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เรียนด้วยคอมพิวเตอร์โดยผ่านทางระบบเครือข่ายผลการเรียนสามารถบันทึกเก็บไว้และเปรียบเทียบกับผลการเรียนเกณฑ์มาตรฐาน

ได้อีกบทเรียนคอมพิวเตอร์อาจหมายถึงสื่อการสอนที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้เรียนกับบทเรียนที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์มีความสามารถในการตอบสนองต่อข้อมูลที่ผู้เรียนป้อนเข้าไปได้ทันทีเป็นการช่วยเสริมแรงแก่ผู้เรียนซึ่งบทเรียนจะมีตัวอักษรภาพกราฟิกภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งเสียงประกอบ ทำให้ผู้เรียนสนุกไปกับการเรียนด้วย (ไพโรจน์ ธีรณานกุล, 2546)

กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยีเป็นกลุ่มสาระหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถนำความรู้เกี่ยวกับการดำรงชีวิต การอาชีพ และเทคโนโลยี มาใช้ประโยชน์ในการทำงานอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ และแข่งขันในสังคมไทยและสากล (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) แต่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเกณฑ์ เนื่องจากการสอนเป็นแบบบรรยาย ไม่มีสิ่งเร้าใจให้เกิดการเรียนรู้ เป็นผลให้ประสบปัญหาในการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ ความแตกต่างระหว่างบุคคล นักเรียนไม่สนใจเรียน และเกิดความเบื่อหน่าย (เมษา พูลสวัสดิ์ และนวลศรี ชำนาญกิจ, 2559) ดังนั้น ครูผู้สอนจึงควรใช้วิธีการสอนให้เหมาะสมกับเนื้อหา และผู้เรียนต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล การเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการเรียนการสอน ช่วยให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้ใหม่ๆ ด้วยตนเองช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ดีขึ้น และความรู้ที่ได้รับจะจดจำได้นานคนที่จะเรียนรู้ได้จะต้องเป็นผู้ที่สามารถกำกับการเรียนรู้ของตนเองได้ การเรียนรู้แบบสร้างความรู้ด้วยตนเองผ่านการลงมือทำ และคิดจะทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง (วิจารณ์ พานิช, 2552)

สภาพการเรียนการสอนในวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ ระดับชั้นประถมศึกษาในปัจจุบันพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในการสอนหลายอย่างเช่น นักเรียนที่เรียนรู้ได้ช้าไม่สามารถเรียนรู้ได้ทันเพื่อน มีเวลาเรียนจำกัด ขาดแคลนสื่อที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพเป็นต้น ซึ่งนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอกก็มีปัญหานี้ และเรื่องนี้เช่นเดียวกัน เพราะผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวเทคโนโลยีสารสนเทศ ก่อนเรียนในปีการศึกษา 2563 พบว่า นักเรียนจำนวน 30 คน ได้คะแนน 8-10 คะแนนซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ความพอใจคือ 15 คะแนนขึ้นไป (โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอก, 2563) และจากการศึกษารายงานการวิจัยวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศระดับชั้นประถมศึกษา ต่างระบุไปในทิศทางเดียวกันว่าคอมพิวเตอร์ช่วยสอนสามารถยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนได้ เช่น เรื่องการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี เรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 (ดารา ทองมนต์, 2561) ที่วิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนมากกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน โดยการจัดการเรียนรู้แบบโครงงาน เรื่อง ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 (นิวาตี นิวัตโสภณ, 2556) ที่วิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 หลังเรียนมากกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์เรื่อง ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 (เจษฎา บุญมาโฮม และเถลิงศักดิ์ ดอนพรมมะ, 2559) ที่วิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลังเรียน

มากกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงกล่าวได้ว่าบทเรียนออนไลน์และการเรียนรู้ด้วยตนเองส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงขึ้นจริง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่สร้างขึ้นสามารถยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาดังกล่าวได้มากน้อยเพียงใด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรคือนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ปีการศึกษา 2563 โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี จำนวนนักเรียน 30 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีวิธีสร้างและหาคุณภาพ ดังนี้

ช่วงที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) สร้างแผนภูมิระดมสมอง (Brain Storm Chart) โดยเริ่มจากเขียนชื่อวิชาไว้ตรงกลางกระดาน แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญในวิชานั้น ๆ จำนวน 3 คน ช่วยกันระดมสมองกำหนดหัวเรื่องที่ควรสอนในวิชานั้น เขียนโยงกับวิชาอย่างอิสระ หรือหากเป็นหัวเรื่องย่อย ก็ให้โยงกับหัวเรื่องหลักต่อไป

2) สร้างแผนภูมิหัวเรื่องสัมพันธ์ (Concept Chart) นำแผนภูมิระดมสมองมาทำการวิเคราะห์ความถูกต้องของทฤษฎี หลักการ และเหตุผลความสัมพันธ์ต่อกันอย่างละเอียดโดยมีการตัด เพิ่มหัวเรื่องตามเหตุผล และความเหมาะสมจนสามารถอธิบายและตอบคำถามได้

3) สร้างแผนภูมิโครงข่ายเนื้อหา (Content Network Chart) นำหัวเรื่องต่าง ๆ จากแผนภูมิหัวเรื่องสัมพันธ์ (Concept Chart) มาเขียนเป็นโครงข่ายตามหลักการเทคนิคโครงข่าย โดยจัดลำดับการเรียนรู้เนื้อหา ก่อน-หลัง ความต่อเนื่องของเนื้อหา หรือเนื้อหานั้นสามารถเรียนเนื้อหาขนานกันได้แล้วทำการวิเคราะห์เหตุผลความสัมพันธ์ของเนื้อหาโดยวิธีการวิเคราะห์ข่ายงาน Network Analysis จนสมบูรณ์

ช่วงที่ 2 ขั้นตอนออกแบบบทเรียน มี 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดกลวิธีการนำเสนอและวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม โดยเริ่มจากนำแผนภูมิโครงข่ายเนื้อหา มาพิจารณากลุ่มหัวเรื่องที่สามารถจัดไว้ในหน่วยการเรียนรู้ (Module) เดียวกันได้ ภายใต้กรอบเวลาที่กำหนดดีเป็นกรอบไว้จนครบหัวเรื่องบนโครงข่ายเนื้อหาจากนั้นนำ

กรอบหน่วยการเรียนรู้ (Module) มาจัดลำดับการนำเสนอตามอันดับและความสัมพันธ์ให้เป็นแนวทางเดียวกันกับแผนภูมิโครงข่ายเนื้อหา (Content Network Chart) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลำดับการเรียนรู้แต่ละหน่วยการเรียนรู้ (Module) ทั้งรายวิชา

2) สร้างแผนภูมิการนำเสนอในแต่ละหน่วย (Module Presentation Chart) ซึ่งนับว่าเป็นการออกแบบการสอน (Instruction Design) โดยออกแบบลำดับการนำเสนอเนื้อหาบทเรียนตามหลักการสอนจริง อันเป็นส่วนสำคัญมากในการประกันคุณภาพการเรียนรู้จากบทเรียน IMMCAI

ช่วงที่ 3 การพัฒนาหน่วยการเรียนรู้ มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1) เขียนรายละเอียดเนื้อหาตามรูปแบบที่กำหนดโดยเขียนเป็นกรอบตามที่ได้ออกแบบไว้ทั้ง ข้อความ ภาพ เสียง สี ฯลฯ และการกำหนดปฏิสัมพันธ์

2) จัดทำลำดับเนื้อหา (Storyboard Development) โดยนำเอากรอบเนื้อหาหรือที่เขียนเป็น Script ว่างมาเรียบเรียงลำดับการนำเสนอที่ได้วางแผนไว้ ในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์

3) นำเนื้อหาที่ยังเป็นสิ่งพิมพ์นี้มาตรวจสอบหาความถูกต้อง Content Correctness โดยเฉพาะการสร้าง IMMCAI โดยผู้เชี่ยวชาญในวิชานั้น ๆ (Subject Specialist) เป็นผู้ตรวจสอบให้จากนั้นนำเนื้อหาไปทดลองหาค่า Content Validity และ Reader Reliability โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายมาทดสอบด้วยแล้วปรับปรุงให้สมบูรณ์

4) สร้างแบบทดสอบส่วนต่าง ๆ แล้วนำมาหาค่าความยากง่าย จำแนก ความเที่ยง และความเชื่อมั่นทุกแบบทดสอบ และต้องปรับปรุงให้สมบูรณ์

ช่วงที่ 4 การพัฒนาเนื้อหาบนคอมพิวเตอร์ มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) เลือก Software หรือโปรแกรมสำเร็จรูปที่เหมาะสมและสามารถสนองตอบต่อความต้องการ การที่กำหนดไว้เป็นตัวจัดการเสนอบทเรียนบนคอมพิวเตอร์

2) จัดเตรียมรูปภาพ เสียง หรือวิดีโอหรือภาพนิ่ง หรือ Caption โดยสร้างเป็นแฟ้มไว้ให้พร้อมต่อการใช้งาน

3) จัดการนำ Courseware เข้าในโปรแกรม (Coding) ทำการ Edit ภาพ เสียง VDO ให้เรียบร้อยสมบูรณ์ ซึ่งจะได้เป็นบทเรียน 1 วิชา บนคอมพิวเตอร์ตามที่ต้องการ

ช่วงที่ 5 การประเมินผลบทเรียนมี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) ส่งให้คณะผู้เชี่ยวชาญทาง IMMCAI จำนวน 5 คน ตรวจสอบคุณภาพของ Package แล้วปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

2) นำ Package ไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่ไม่ใช่กลุ่มทดลองแบบ 1:1 จำนวน 3 คน และแบบ 1:10 จำนวน 10 คนแล้วปรับปรุงแก้ไข

3) นำ Package ไปทดลองใช้แบบภาคสนามกับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่ไม่ใช่กลุ่มทดลองจำนวน 20 คนแล้วหาประสิทธิภาพได้เท่ากับ 81.65/82.67 ซึ่งลักษณะทางคอมพิวเตอร์ช่วยสอนดังแสดงไว้ในภาพ



ภาพที่ 1 ตัวอย่างบางส่วนของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน

2.2 แบบทดสอบก่อนเรียนเป็นปรนัยชนิด 4 ตัวเลือกจำนวน 30 ข้อ มีค่า IOC เท่ากับ 0.67 - 1.00 มีค่าความยากง่ายตั้งแต่ 0.37 - 0.71 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.80

2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.90

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ก่อนเรียนใช้เวลา 50 นาที (สัปดาห์ที่1)

3.1.1 แนะนำวิธีเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนให้นักเรียนกลุ่มทดลองทราบ

3.1.2 ทดสอบความรู้ความเข้าใจนักเรียนกลุ่มทดลองเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ

3.2 ดำเนินการสอนโดยให้นักเรียนกลุ่มทดลองเรียนจากบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้เวลาในการทดลองจำนวน 2 สัปดาห์ละ 5 วันๆละ 50 นาที (สัปดาห์ที่2-3)

3.3 หลังเรียนใช้เวลา 50 นาที (สัปดาห์ที่4)

3.3.1 ทำการทดสอบความรู้ความเข้าใจนักเรียนกลุ่มทดลองคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.3.2 ทดสอบความพึงพอใจของนักเรียนกลุ่มทดลองที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ด้วย
บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ
ใช้ E1/E2 แล้วนำไปเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2545)

4.2 การทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนกลุ่มทดลองเรียนคอมพิวเตอร์ช่วย
สอนเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศใช้ Dependent Sample t-test (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

4.3 การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนกลุ่มทดลองที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยบทเรียน
คอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำ
ค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง “เทคโนโลยีสารสนเทศ” ให้มี
ประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน

N=30	ผลการทดสอบระหว่างเรียนแต่ละหน่วยการเรียนรู้			รวม 30 คะแนน	ผลการ ทดสอบหลัง เรียน30 คะแนน
	หน่วยที่ 1 10 คะแนน	หน่วยที่ 2 10 คะแนน	หน่วยที่ 3 10 คะแนน		
รวม	253	251	263	767	799
$\bar{X}$	8.43	8.37	8.77	25.57	26.33
ร้อยละ	84.33	83.67	87.67	85.22	88.78
ประสิทธิภาพของกระบวนการ (E1) = 85.22					
ประสิทธิผลของกระบวนการ (E2) = 88.78					

จากตารางที่ 1 พบว่าการทดสอบระหว่างเรียน 3 หัวข้อได้แก่หัวข้อที่ 1 บทเรียนเทคโนโลยี
สารสนเทศรอบตัว หัวข้อที่ 2 บทเรียนอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการข้อมูล และหัวข้อที่ 3
บทเรียนเรียนรู้คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 25.57 คะแนน (คะแนนเต็ม30คะแนน) คิดเป็นร้อยละ
ได้เท่ากับ 85.22 ส่วนผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 26.33 คะแนน (คะแนนเต็ม30

คะแนน) คิดเป็นร้อยละได้เท่ากับ 88.78 นั้นแสดงว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่อง “เทคโนโลยีสารสนเทศ” มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.22/88.78 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนด

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์

การทดสอบ	N	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig. (1-tailed)
หลังเรียน	30	30	26.63	1.43	37.39*	.000
ก่อนเรียน	30	30	15.77	1.45		

จากตารางที่ 2 พบว่านักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 26.63 คะแนน ซึ่งมากกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 15.77 คะแนน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน

รายละเอียด		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการตรงตามความต้องการของผู้ใช้โปรแกรม				
1.1	ความสามารถของโปรแกรมส่วนการค้นหาคำศัพท์	4.45	0.50	มาก
1.2	ความสามารถของโปรแกรมในส่วนการเข้าระบบบทเรียน	4.47	0.53	มาก
1.3	ความสามารถของโปรแกรมส่วนแสดงเนื้อหาภาษาไทย	4.55	0.52	มากที่สุด
รวม		4.49	0.51	มาก
2. ด้านการทำงานตามฟังก์ชันการทำงาน				
2.1	การใช้คำสั่งต่าง ๆ ในส่วนของเมนูมีความสะดวก	4.51	0.55	มากที่สุด
2.2	ความถูกต้องของผลลัพธ์ที่ได้	4.58	0.49	มากที่สุด
2.3	ความรวดเร็วในการประมวลผล	4.57	0.51	มากที่สุด
2.4	ความน่าเชื่อถือของโปรแกรม	4.57	0.54	มากที่สุด
รวม		4.55	0.52	มากที่สุด
3. ด้านความง่ายต่อการใช้งานโปรแกรม				
3.1	ความเหมาะสมในการเลือกใช้สีของโปรแกรม	4.41	0.49	มาก

รายละเอียด		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
3.2	ความเหมาะสมในการใช้ข้อความเพื่ออธิบายสื่อความหมาย	4.57	0.50	มากที่สุด
3.3	ความเหมาะสมในการใช้รูปภาพหรือสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย	4.45	0.55	มาก
3.4	ความเหมาะสมในการวางตำแหน่งของส่วนประกอบและเมนูต่าง ๆ	4.40	0.49	มาก
3.5	ความเหมาะสมในการตอบโต้กับผู้ใช้งาน	4.58	0.51	มากที่สุด
รวม		4.48	0.50	มาก
รวมทั้งหมด		4.50	0.51	มาก

จากตารางที่ 3 นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือด้านการทำงานตามฟังก์ชันการทำงาน รองลงมาคือด้านการตรงตามความต้องการของผู้ใช้โปรแกรม และด้านความง่ายต่อการใช้โปรแกรมตามลำดับ

อภิปรายผล

1. สรุปผลการดำเนินงาน

1.1 ผลการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 พบว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.22/88.78 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนด

1.2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนพบว่านักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 26.63 คะแนนซึ่งมากกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน 15.77 คะแนนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือด้านการทำงานตามฟังก์ชันการทำงาน รองลงมาคือด้านความง่ายต่อการใช้โปรแกรม และด้านการตรงตามความต้องการของผู้ใช้โปรแกรมตามลำดับ

2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.22/88.78 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนดเป็นเพราะว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนชุดนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาอย่างเป็นระบบโดยเริ่มจากช่วงที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา ช่วงที่ 2 ขั้นตอนออกแบบบทเรียน ช่วงที่ 3 การพัฒนาหน่วยการเรียนรู้ ช่วงที่ 4 การพัฒนาเนื้อหาลงบนคอมพิวเตอร์ ช่วงที่ 5 การประเมินผลบทเรียนเมื่อนำไปใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 พบว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนชุดนี้มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนดสอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับบทเรียน

คอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบแล้วทำให้บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ของ ดารา ทองมนต์ (2561) ที่วิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนวิชากลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี เรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่วิจัยพบว่า มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 91.68/90.22 สอดคล้องกับ นิวัติ นิวัติโสภณ (2556) ที่วิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนวิชาการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเรื่อง ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 82.65/81.92 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนดไว้

2.2 นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 26.63 คะแนนซึ่งมากกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน 15.77 คะแนนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดารา ทองมนต์ (2561) ที่วิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนมากกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ นิวัติ นิวัติโสภณ (2556) ที่วิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 หลังเรียนมากกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ เจษฎา บุญมาโฮม และเกลิงศักดิ์ ดอนพรมมะ (2559) ที่วิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลังเรียนมากกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนพบว่านักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนชุดนี้สามารถค้นหาบทเรียน เข้าชมบทเรียนการใช้คำสั่งต่าง ๆ สะดวกการประมวลผลรวดเร็วที่ใช้สวยงาม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดารา ทองมนต์ (2561) ที่วิจัยพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 โดยนักเรียนมีความคิดเห็นว่า บทเรียนช่วยสอนนี้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย การจัดลำดับเนื้อหาเหมาะสม อีกทั้งยังมีความเชื่อมโยงบทเรียนในแต่ละบท ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับ นิวัติ นิวัติโสภณ (2556) ที่วิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อนักเรียนการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนวิชาการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเรื่องข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ผู้สร้างต้องหาทีมงานที่มีความรู้และประสบการณ์หรือเชี่ยวชาญด้านนี้มาช่วยในการสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนให้มีความสมบูรณ์และน่าสนใจ

1.2 การเรียนแต่ละครั้งต้องใช้เวลาในการเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์มาก ดังนั้นผู้สอนควรมีการจัดเตรียมเครื่องมือ และอุปกรณ์ให้พร้อมก่อนเวลาเรียน เช่น เปิดเครื่องคอมพิวเตอร์ และตรวจสอบการใช้งานของโปรแกรมให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เป็นต้น

1.3 ควรมีความยืดหยุ่นเรื่องของเวลาหรือจัดให้นักเรียนกลุ่มอ่อนเข้ามาศึกษาบทเรียนนอกเวลาได้ เช่น เวลาพักกลางวัน เป็นต้น

1.4 ระหว่างเรียนผู้สอนต้องคอยดูแลให้คำแนะนำ และเสริมแรงทางบวกให้แก่ นักเรียน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนชุดนี้สามารถยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้สูงขึ้นได้ ดังนั้น ควรนำไปเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

2.1 ควรทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนวิชาภาษาอังกฤษ วิชาคณิตศาสตร์ วิชาวิทยาศาสตร์ สำหรับเด็กประถมศึกษา

2.2 ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน 1 บทเรียนนั้น ควรมีการเพิ่มลักษณะของบทเรียนที่เป็นระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งสามารถที่จะปรับเปลี่ยนระดับความยากง่ายของเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้เรียน

2.3 การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยสามารถที่จะเพิ่มการคุ้นเคยกับเนื้อหาเข้ามาประกอบในบทเรียนมากกว่านี้เพื่อให้ผู้เรียนมีความสนใจในบทเรียนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). **หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551.**

กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานคร.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). **พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 (ฉบับที่ 3)**

และแก้ไขเพิ่มเติมพุทธศักราช 2553. กรุงเทพฯ: สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด.

เจษฎา บุญมาโฮม และเกลิงศักดิ์ ดอนพรมมะ. (2559) เรื่องระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนชั้นประถมศึกษาศึกษาปีที่ 6. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จังหวัดนครปฐม ประเทศไทย, หน้า 1632-1640. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ชัยยงค์ พรมวงศ์. (2545). **เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาเทคโนโลยีการศึกษา หน่วยที่ 1-5.**

นนทบุรี: สำนักเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ดารา ทองมนต์. (2561). **การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี เรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาศึกษาปีที่ 4.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.

นิวาดี นิวาดีโสภณ. (2556). **การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน โดยการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเรื่อง ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนชั้นประถมศึกษาศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดนางแก้ว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี.** การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ไพโรจน์ ตรีธนากุล. (2546). **การออกแบบและผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมคุณภาพ.
- เมษา พูลสวัสดิ์ และนวลศรี ชำนาญกิจ. (2559). การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ เรื่องการสื่อสารข้อมูล และเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. **วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์**, 11(33), 131-142.
- โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอ. (2563). **แผนปฏิบัติการประจำปีการศึกษา 2563**. อุตรธานี: โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอ.
- โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอ. (2563). **รายงานผลการทดสอบก่อนเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มสาระการเรียนรู้อาชีพและเทคโนโลยีของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4**. อุตรธานี: โรงเรียนอนุบาลหนองวัวซอ.
- วรรณิ แกมเกตุ. (2551). **วิธีวิทยาการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจารณ์พานิช. (2552). **การศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์: เชว่นทางปัญญา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของ
ผู้ประกอบการตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

ONLINE MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING BUYING DECISION PROCESS
HAND WOVEN CLOTHNAKHA CLOTH MARKET,
MUEANG UDON THANI DISTRICT, UDON THANI PROVINCE

อภิเดช อภิพัฒน์ภาดูล¹ และ ปาลิดา ศรีศรคำพล¹

¹คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Apidach Apipatpadul¹ and Palida Srisornkompon¹

¹Faculty of Business Administration Panyapiwat Institute of Management

(Received: January 5, 2022; Revised: March 14, 2022; Accepted: March 16, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือออนไลน์ ตลาดผ้านาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test One Way ANOVA การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 32 - 38 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 35,000 บาทต่อเดือน ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานีโดยรวมและรายข้อไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, กระบวนการตัดสินใจซื้อ, ตลาดผ้านาข่า

ABSTRACT

The purposes of this research were to study 1) personal factors affecting decision making process to buy handmade material online from Nakha Cloth Market, Muang District, Udon Thani Province, 2) online marketing mix factors influencing decision making process to buy handmade material from Nakha Cloth Market, Muang District, Udon Thani Province. It is a quantitative research using a questionnaire to collect data from 400 participants. The statistics employed were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test One Way ANOVA, Pearson's Correlation Analysis and Multiple Regression Analysis. The results of the research found that the sample group consisted of female aged 32-38, Bachelor's degree or equivalent, government official /state enterprise employee, monthly income; 30,001 - 35,000 Baht. Consumers had opinion toward marketing mix factors: product, price, distribution channel, marketing promotion, personal service, and privacy. Overall, it was at a high level. Hypothesis test results found that personal factors classified by monthly income affecting decision making process to buy handmade material online from Nakha Cloth Market , Muang District, Udon Thani Province, overall and each aspect were not different whereas personal factors classified by gender, age, education, and different careers affecting decision making process to buy handmade material online from Nakha Cloth Market , Muang District, Udon Thani Province, were significantly different at .01 level and marketing mix factors found that distribution channel, privacy, personal service, and price influencing decision making process to buy handmade material online from Nakha Cloth Market, Muang District, Udon Thani Province, overall was statistically significance at .01 level.

Keywords: Marketing Mix Factors, Buying Decision Process, Clothnakha Cloth Market

บทนำ

ปัจจัยสี่ขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในการดำรงชีวิต คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย ยา และเครื่องนุ่งห่ม โดยเฉพาะเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามยุคสมัย จึงทำให้ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเครื่องนุ่งห่ม ต้องมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เครื่องนุ่งห่มได้หมายรวมถึงการแต่งกาย เสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องประดับอื่น ๆ ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นศิลปะ ภาพลักษณ์ที่ดีและความสวยงามของผู้สวมใส่ ได้รับความสะดวกรสบาย รวมไปถึงการแสดงให้เห็นถึง สังคม วัฒนธรรม แนวคิดและรสนิยมของผู้สวมใส่อีกด้วย (ขวัญจิรา พิงพิน, 2555) โดยสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้นส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปนับเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้และเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญของประเทศ (กิตติพร ดวงแก้ว และพรพงษ์ พุศิริ, 2556)

ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในเดือนธันวาคม 2563 พบว่า การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย มีมูลค่า 522.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 17,827 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น (1) การส่งออกกลุ่มสิ่งทอ มีมูลค่า 335.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 10,806 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และ (2) การส่งออกกลุ่มเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่า 187.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 6,053 ล้านบาท (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2564)

จังหวัดอุดรธานี ตั้งอยู่บนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย มีพื้นที่ทั้งหมด 11,730.302 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7.362 ล้านไร่ เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากเป็นอันดับ 4 ใน 20 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปี 2558 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ณ ราคาประจำปีมีมูลค่า 119,792 ล้านบาท ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 0.72 โดยสาขาการผลิตที่มีมูลค่าสูงที่สุด คือ สาขาการขายส่งและการขายปลีกมีมูลค่าการผลิต 24,508 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.5 จากมูลค่าการผลิตทั้งหมด รองลงมาคือ สาขาตัวกลางทางการเงิน 14,575 ล้านบาท ร้อยละ 12.2 และสาขาอุตสาหกรรม 12,851 ล้านบาท ร้อยละ 10.7 ตามลำดับ (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี, 2559) โดยธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปจัดอยู่ในสาขาการขายส่งและการขายปลีก ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดอุดรธานี พิจารณาได้จากมีเงินลงทุนในธุรกิจดังกล่าว จำนวน 981,018,605 บาท และมีจำนวนแรงงานที่อยู่ในระบบการผลิต จำนวน 4,061 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.78 จากจำนวนแรงงานภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด 25,741 คน (ศุภกฤต ปิติพัฒน์, ปราการ พิพัฒน์สูงเนิน และสุนิตย์ เหมนิล, 2561) โดยจังหวัดอุดรธานีมีกลุ่มชาวบ้านที่มีชื่อเสียงในด้านการผลิตผ้าทอมือ คือ ตลาดผ้านาข้าว ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุดรธานี โดยได้รับเลือกให้เป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงเฉลิมพระเกียรติ และหมู่บ้าน OTOP แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี เนื่องจากมีกลุ่มผลิตผ้าทอมือตามแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้านนาข้าวและยังได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยเหมาะสมกับการใช้งานในโอกาสต่าง ๆ และลวดลายของชุดแต่ละลายนั้นจะมีรูปแบบที่สวยงาม มีความมันของผ้า ความวน นูน เป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอมืออีสาน และนอกจากผ้าผืนแล้วผู้ประกอบการแต่ละร้านก็ยังมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์โดยการนำมาแปรรูปเป็น เสื้อ กางเกง กระโปรง ผ้าพันคอ หมอนอิง และของที่ระลึก ที่ได้จากผ้าทอมือที่มีสีสันและลวดลายที่สวยงาม (จิตรานูช ธาตุทอง, 2558) โดยการขายแต่เดิมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะทำกันในลักษณะที่ผู้ขายและผู้ซื้อ จะต้องพบปะกันเพื่อทำตามที่คุณสั่งเท่านั้น แต่ในยุคนี้การทำการตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการทำการตลาด และด้วยเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาไปอย่างไม่มีขีดจำกัด ผู้ประกอบการหลายรายมองเห็นช่องทางการสร้างรายได้ โดยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำหรับการทำการตลาดบนโลกออนไลน์ ประกอบกับนโยบายเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital economy) ที่เป็นนโยบายสำคัญที่เกี่ยวกับการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้เข้ากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะการผลักดันธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือสินค้าโอท็อป OTOP ให้สามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น เพื่อชุมชนสามารถเลี้ยงตนเองได้ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (มาลินี คำเครือ และธีระพันธ์ โชคอุดมชัย, 2562) และจากความสำเร็จของเศรษฐกิจดิจิทัลในส่วนของภาคเอกชนและท้องถิ่น จึง

จำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวและผลักดันธุรกิจของตนเองสู่เศรษฐกิจดิจิทัลในระดับประเทศ การตลาดออนไลน์จึงถือเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการเพื่อก้าวสู่เศรษฐกิจในยุคดิจิทัล โดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบสมัยใหม่ซึ่งถือว่ามีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (สุธัญรัตน์ ใจจันทร์, 2554)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ่านอำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี เพื่อศึกษาและนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัย ไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้บริการได้อย่างครบวงจร รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการและความสามารถในการแข่งขัน และผู้ที่สนใจในธุรกิจการจำหน่ายผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือออนไลน์ตลาดผ่านอำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี
2. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือในตลาดผ่านอำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคในตลาดผ่านอำเภอเมืองอุดรธานีแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ่านอำเภอเมืองอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเกี่ยวกับการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 18 - 60 ปี ที่เคยซื้อผ้าทอมือกับผู้ประกอบการในตลาดผ่านอำเภอเมืองอุดรธานี ผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 5,000 คน ที่ได้จากการสอบถามผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดผ่านอำเภอเมืองอุดรธานี ที่มีการจำหน่ายผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 20 ร้าน จำแนกตามสัดส่วนจริงของลูกค้าแต่ละร้าน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1970) ผลจากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ทำการเลือกร้านค้าในตลาดผ่านอำเภอเมืองอุดรธานีที่มีการขายออนไลน์ จำนวน 20 ร้าน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ขั้นตอนที่ 2 ทำการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดย

จำแนกตามสัดส่วนจริงของลูกค้าในแต่ละร้าน ขั้นตอนที่ 3 ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive selection) แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ร้านที่	ประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	200	16
2	200	16
3	150	12
4	200	16
5	300	24
6	250	20
7	200	16
8	400	32
9	300	24
10	200	16
11	200	16
12	150	12
13	150	12
14	200	16
15	300	24
16	400	32
17	300	24
18	400	32
19	300	24
20	200	16
รวม	5,000	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามคำถามคัดกรองเกี่ยวกับผู้ที่เคยซื้อผ้าทอมือ ตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เคยและไม่เคยซื้อผ้าทอมือตลาดผ่านช่องทางออนไลน์หรือไม่ โดยเป็นคำถามแบบ 2 ทางเลือก (Dichotomous Question) หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าเคยจึงจะทำแบบสอบถามต่อได้ แต่หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่เคยจะสิ้นสุดการทำแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้กำหนดแบบสอบถามเป็นปลายปิด มีทั้งหมด 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ 2 ทางเลือก (Dichotomous Question) และแบบหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยคุณลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะคำถามเป็นแบบการเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข้าว อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วยข้อมูล ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีรูปแบบคำถามเป็นแบบ Likert Scale ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีทั้งหมด 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของ Likert Scale (ปรับปรุงจากบุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือตลาดผ้านาข้าว อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วยข้อมูล ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูลข่าวสารขั้นการประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ มีรูปแบบคำถามเป็นแบบ Likert Scale ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีทั้งหมด 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของ Likert Scale (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

แบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้ได้มีตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (ธีระ กุลสวัสดิ์, 2558) โดยหลังจากการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ระหว่าง 0.67 – 1.00 และมีค่าผลรวม IOC คือ 0.99 เพราะฉะนั้นแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้ผ่านการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญและสามารถใช้เก็บข้อมูลได้ทุกข้อคำถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผู้วิจัยจึงสร้างแบบสอบถามและเก็บข้อมูลออนไลน์ด้วย Google Form โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการผ้าทอมือในตลาดผ้านาข้าว จำนวน 20 ร้านค้า กระจายแบบสอบถามไปยังผู้ที่เคยซื้อผ้าทอมือกับผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข้าวอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผ่านช่องทางออนไลน์ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2564

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล โดยใช้สถิติที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพรรณนาข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัย และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้ในการนำเสนอและการอธิบายลักษณะของการกระจายตัวของข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ

เดือน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี โดยหาความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนทางมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ใช้ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่เข้ามาใช้บริการซื้อผ้าทอมือตลาดผ้านาข่า ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยใช้สถิติ t-test กรณีที่มีความแตกต่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA กรณีที่ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยข้อมูลหลายกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ทั้งนี้ได้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4.3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) เป็นการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรพหุคูณ (Multicollinearity) โดยในส่วนของการ Correlation ตัวแปรพหุคูณทุกตัว จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป ($> .80$)

4.4 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ MRA (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Dependent variable) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) โดยการใช้วิธี Stepwise Method (สุทิน ชนะบุญ, 2560)

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าร้อยละของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	คุณลักษณะ	จำนวน (400)	ร้อยละ
1. เพศ	1. ชาย	123	30.75
	2. หญิง	277	69.25
2. อายุ	1. 18 – 24 ปี	65	16.25
	2. 25 – 31 ปี	58	14.50
	3. 32 – 38 ปี	99	24.75
	4. 39 – 45 ปี	94	23.50
	5. 46 – 52 ปี	81	20.25
	6. 53 – 60 ปี	3	0.75

ตัวแปร	คุณลักษณะ	จำนวน (400)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา	1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	30	7.50
	2. ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	195	48.75
	3. สูงกว่าปริญญาตรี	175	43.75
4. อาชีพ	1. นักเรียน/นักศึกษา	53	13.25
	2. พนักงานบริษัทเอกชน	49	12.25
	3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	129	32.25
	4. ประกอบอาชีพส่วนตัว	88	22.00
	5. รับจ้างทั่วไป	70	17.50
	6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)	11	2.75
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1. 10,000 – 15,000 บาท	27	6.75
	2. 15,001 – 20,000 บาท	24	6.00
	3. 20,001 – 25,000 บาท	97	24.25
	4. 25,001 – 30,000 บาท	97	24.25
	5. 30,001 – 35,000 บาท	98	24.55
	6. 35,001 – 40,000 บาท	57	14.25

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.25 อายุ 32 - 38 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.55

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.16	0.46	มาก
ปัจจัยด้านราคา	4.11	0.47	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.15	0.87	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.16	0.79	มาก
ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล	4.05	0.92	มาก
ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	4.08	0.61	มาก
รวม	4.11	0.68	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.68) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.46) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.79) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.87) ปัจจัยด้านราคา ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.47) ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.61) และปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการตระหนักถึงปัญหา	4.07	0.89	มาก
ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	4.05	0.91	มาก
ด้านขั้นตอนการประเมินทางเลือก	4.03	0.86	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.05	0.64	มาก
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.04	0.92	มาก
รวม	4.05	0.84	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.84) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.89) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.64) ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.91) ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.92) และด้านขั้นตอนการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยที่มีความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

ส่วนประสมทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจซื้อ		t	Sig.
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
(Constant)	0.121	0.128	0.945	0.345*
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.342	0.036	9.508	0.000**
ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	0.266	0.032	8.359	0.000**
ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล	0.240	0.034	6.958	0.000**
ปัจจัยด้านราคา	0.110	0.040	2.769	0.006**
R Square = 0.759 Adjusted R Square = 0.756 Std. Error of the Estimate = 0.276				

หมายเหตุ. * หมายถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

** หมายถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $Y = 0.121 + 0.342$ (ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) $+ 0.266$ (ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว) $+ 0.240$ (ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล) $+ 0.110$ (ปัจจัยด้านราคา)

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี พบว่า โดยรวมและรายข้อ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรารณา พะสิม และวิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าช่องทางออนไลน์อยู่ในระดับ

มากที่สุด อันดับแรกคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้เนื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจทุกประเภท แต่จะมีความแตกต่างกันที่ลำดับของปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

2. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ประกอบการในตลาดผ่านช่องทางอำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี โดยรวมอยู่ในระดับมากทุก คือ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านขั้นตอนการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุฑามาศ เพื่องโซติการ ลัสดา ยาวีละ และรัตน อธิธิวัฒน์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชนในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตระหนักถึงความต้องการ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ แต่มีความแตกต่างกันที่ลำดับของความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยงานวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การตัดสินใจซื้อเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตระหนักถึงความต้องการ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการบนเฟซบุ๊กจะทราบที่อยู่แล้วว่าตนเองต้องการซื้อสินค้าอะไรและเป็นสินค้าประเภทไหน และมีแผนการที่จะซื้อสินค้าอยู่ก่อนอีกทั้งการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ยังได้รับความสะดวก และได้สินค้าตรงกับความต้องการที่ผู้บริโภคคาดหวังจากการตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างไรก็ตามกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามลำดับขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอนเสมอไป ซึ่งลำดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับเหตุผลในความต้องการสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจะนำมาใช้ประเมินเพื่อนำไปสู่การซื้อสินค้าและบริการในลำดับต่อไป

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ่านช่องทางอำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ่านช่องทางอำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานีโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ่านช่องทางอำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานีโดยรวมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรารณา พะสิม และวิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (2561) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่ต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

4. การทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยที่มีความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6Ps มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ่านช่องทางอำเภอเมือง จังหวัด

อุดรธานี ด้วยวิธีด้วยวิธีวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ MRA (Multiple Regression Analysis) ใช้วิธี Stepwise สามารถอภิปรายเรียงค่าตามน้ำหนักของการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการรักษา ความเป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 4 ด้านมี อิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมือง จังหวัด อุดรธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สหพัทธ์ ชนะชัยสิทธิ์ อธิยาภรณ์ กิตติอังกูรพร และพัชรกันต์ มิมิตรศฤกุล (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มี อิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรุโณทัย ปัญญา (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และ ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีขั้นตอนในการซื้อสินค้าตั้งแต่ต้นจนจบ กระบวนการที่มีความสะดวกต่อการซื้อสินค้า เว็บไซต์มีความสวยงาม จัดเรียงเป็นหมวดหมู่ที่เป็น ระเบียบดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจและเข้ามาซื้อสินค้า รวมถึงมีบริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว

1.2 ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ควรมีการชี้แจงนโยบายความเป็นส่วนตัวให้ ลูกค้าได้รับทราบอย่างชัดเจน มีการเก็บรักษาความลับลูกค้าได้อย่างปลอดภัย เช่น หมายเลขบัตร เครดิตและมีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงกรณีเกิดปัญหาต่าง ๆ

1.3 ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล ควรมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือโปรโมชั่นกับ ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีผู้ดูแลระบบสามารถตอบกลับและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในทันที และมีช่องทาง ติดต่อกับลูกค้าที่หลากหลาย รวมถึงการจัดหาสิ่งทดแทนเมื่อเกิดความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า

1.4 ปัจจัยด้านราคา ควรมีราคาที่ต่ำกว่าการซื้อผ่านวิธีการอื่น ๆ และราคามีความ คุ่มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของสินค้า มีราคาที่เหมาะสมกับการออกแบบลวดลายผ้า

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตของงานวิจัย โดยทำการต่อ ยอดจากเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอ มือของผู้ประกอบการในตลาดผ้านาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ไปยังงานวิจัยเรื่อง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้ประกอบการในภาคอีสานตอนบน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกับมีความสอดคล้องกันหรือมีความแตกต่างกัน และนำไปประกอบวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือในอนาคต

2.2 การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์ตลาดผ่านอาา อำเภอมืองจังหวัดอุดรธานีเท่านั้น ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ต่อไป ควรจะศึกษาผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้ประกอบการผ้าทอมือในต่างจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการผ้าทอมือทั่วไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี. (2559). รายงานสภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี ปี 2558 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2558). อุดรธานี: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- กิตติพร ดวงแก้ว และ พีรพงษ์ พุศิริ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการของธุรกิจเสื้อผ้าโป๊เบ๊ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ, 3(2), 75-94.
- ขวัญจิรา พิงพิน. (2555). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสตรีในจังหวัดภูเก็ต. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2564, จาก http://www.edu.nu.ac.th/researches/view_is.php?id=577.
- จิตรา นุช ธาตุทอง. (2558). ประวัติความเป็นมาตลาดผ้าบ้านนาอา. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2564, จาก <http://nakauod.blogspot.com>.
- จุฑามาศ เพื่องโซติการ, ลัสดา ยาวิละ และ รัตนา อิทธิอวม. (2563). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชนในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 14(1), 212-228.
- ดร.สุทิน ชนะบุญ. (2560). บทที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยด้านสุขภาพเบื้องต้น. ขอนแก่น: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น.
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก https://km.buu.ac.th/public/backend/upload/article/file/document_144620064347362700.pdf.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- ปรารณา พะสิม และ วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. (2561). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค. **วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 5(1), 345 – 360.
- มาลินี คำเครือ และ อีระพันธ์ โชคอุดมชัย. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าโอท็อป ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดกาญจนบุรี. **วารสารวิจัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี**, 6(1), 1-8.
- ศุภกฤต ปิติพัฒน์, ปราการ พิพัฒน์สูงเนิน และ สุนิตย์ เหมนิล. (2561). การพัฒนาตัวบ่งชี้ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่กำหนดอุปสงค์เสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้อตตร. **วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร**, 13(1), 41-54.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, (2564). **สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย เดือนธันวาคม 2563**. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.thaitextile.org/th/insign/Detail.2893.1.0.html>.
- สหพัชร ชนะชัยสิทธิ์, อธิยาภรณ์ กิตติอังกูรพร และ พชรกันต์ มิมิตรศติกุล. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 35(1), 729-738.
- สุธัญรัตน์ ใจจันทร์. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ออนไลน์ ปัญญา. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก http://www.graduate.cmru.ac.th/core/km_file /494.pdf
- Yamane, T. (1970). **Statistic : an Introductory Analysis**. 2nd ed. New York: Harper & Row.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

1. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่เคยผ่านการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
3. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่มีคุณค่าทางวิชาการ เกิดขึ้นจากผู้เขียนได้ทำการทดลอง สร้างสรรค์ สังเคราะห์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานโดยตรง หรือเป็นบทความที่เสนอถึงความคิด หรือหลักการใหม่ที่เป็นไปได้และมีทฤษฎีสนับสนุนอย่างเพียงพอ มีประโยชน์ต่อการศึกษาและการวิจัย
4. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่ได้ลอกเลียนหรือดัดทอนมาจากผลงานวิจัยของผู้อื่นหรือจากบทความอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือปราศจากการอ้างอิงที่ถูกต้อง
5. ผู้เขียนต้องจัดเตรียมต้นฉบับตามรูปแบบตามข้อกำหนดในการส่งต้นฉบับอย่างเคร่งครัด
6. ผู้เขียนได้แก้ไขความถูกต้องของบทความที่ส่งตีพิมพ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว
7. บทความจะต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากกองบรรณาธิการและการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์บทความละ 2 ท่าน

การเตรียมต้นฉบับ

ทางกองบรรณาธิการยินดีรับตีพิมพ์ผลงานวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ ตัวอักษรสีดำ พิมพ์ในกระดาษขาว ขนาดมาตรฐาน A4 และไม่มีเส้นบรรทัด การตั้งค่าน้ำกระดาษ เว้นขอบบนและขอบซ้าย 3.81 ซม. ขอบล่างและขอบขวา 2.54 ซม. มีความยาวไม่เกิน 15 หน้า และใช้ระบบการอ้างอิง APA

รูปแบบและขนาดตัวอักษร

ส่วนประกอบบทความ	บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Font: TH SarabunPSK)	
	ขนาดตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษร
ชื่อเรื่องภาษาไทย	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา/ตัวพิมพ์ใหญ่
ชื่อผู้เขียน และผู้เขียนร่วม	14 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ
ชื่อหน่วยงานของผู้เขียนบทความ	14 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ
บทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาในบทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อคำสำคัญ	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อคำสำคัญ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
ส่วนประกอบบทความ	บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	

	(Font: TH SarabunPSK)	
	ขนาดตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษร
หัวข้อหลักต่างๆ ได้แก่ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีดำเนินการ วิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อหลักต่างๆ ได้แก่ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีดำเนินการ วิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อกิตติกรรมประกาศ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อเอกสารอ้างอิง	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ

การอ้างอิงในเนื้อหาและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหาความทุกการอ้างอิงที่ปรากฏในเนื้อหาจะต้องมีในส่วนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ และห้ามใส่เอกสารอ้างอิงโดยปราศจากการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ และให้ใช้การอ้างอิงตามระบบอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยมีรายละเอียดการอ้างอิงดังนี้

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

1.1 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาต่างประเทศ ให้ใช้ชื่อสกุลตามด้วยปีที่ตีพิมพ์ ในเอกสาร เช่น (Voss, 1998) หรือ Voss (1998) แล้วแต่โครงสร้างประโยค และ ในกรณีที่ผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คนขึ้นไป (Paul et al., 1999) หรือ Paul et al. (1999)

1.2 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาไทย ให้ใส่ชื่อและนามสกุลของผู้นิพนธ์ ตามด้วยปี พ.ศ. เช่น (กริช สืบสนธิ์, 2545) หรือ กริช สืบสนธิ์ (2545) และ (ดำรง สืบสกุล และคณะ, 2550) หรือ ดำรง สืบสกุล และคณะ (2550) ในกรณีที่ผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คนขึ้นไป

1.3 การอ้างอิง กรณีที่มีเอกสารมากกว่าหนึ่งชื่อเรื่อง โดยผู้แต่งคนเดียวกันและพิมพ์ปีเดียวกันควรกำหนดอักษร ก ข ค... กำกับไว้ที่ปี พ.ศ. ด้วย สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น สุทัศน์ ยกส้าน (2529ก) หรือ (สุทัศน์ ยกส้าน, 2529ก) และอักษร a, b, c, ... สำหรับภาษาต่างประเทศ Jackson (2009a) หรือ (Jackson, 2009a)

1.4 การอ้างอิงเอกสารมากกว่าหนึ่งรายการในวงเล็บเดียวกัน ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร โดยค้นด้วยเครื่องหมายอัฒภาค “;” ไม่ต้องเว้นหน้าเครื่องหมายนี้ แต่ให้มีหนึ่งเว้น 1 ตัวอักษร วรรคหลังเครื่องหมาย เช่น (เยาวนุช แสงยนต์, 2551; สุพาตา อินทรานุกูล, 2545) และ (Kartner, 1973; Kartner & Russel, 1975)

1.5 การอ้างอิงเอกสารที่ผู้แต่งเป็นสถาบัน ในการอ้างอิงทุกครั้งให้ระบุชื่อเต็มของสถาบัน เช่น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (2542) หรือ (ธนาคารกรุงไทย จำกัด, 2542) หรือ สมาคมเศรษฐศาสตร์เกษตรแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2545) หรือ (สมาคมเศรษฐศาสตร์เกษตรแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2545) อนึ่ง หากชื่อสถาบันนั้นยาวและมีชื่อย่อ ในการอ้างอิงครั้งแรกให้ระบุชื่อเต็มของสถาบัน และให้มีชื่อย่อในวงเล็บตรง ส่วนในการอ้างอิงครั้งต่อไป ให้ระบุชื่อย่อของสถาบัน ดังตัวอย่าง

การอ้างอิงครั้งแรก (สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม [ส.ป.ก.], 2542)
การอ้างอิงครั้งต่อไป (ส.ป.ก., 2542)

การอ้างอิงครั้งแรก (Food and Agriculture Organization [FAO], 1997) การ
อ้างอิงครั้งต่อไป (FAO, 1997)

1.6 การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ปรากฏนามผู้แต่งให้ใช้คำว่า นิรนาม สำหรับเอกสารภาษาไทย และคำว่า Anonymous สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศแทนชื่อผู้แต่ง เช่น (นิรนาม, 2541) (Anonymous, 1999)

1.7 การอ้างอิงสองทอด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากเอกสารต้นฉบับ ต้องสืบค้นจากเอกสารที่ผู้อื่นได้อ้างอิงไว้ (Secondary Source) เขียนโดยการอ้างอิงโดยระบุชื่อผู้แต่งต้นฉบับ (Original) ที่ผู้อื่นนำมาอ้างอิงต่อในกรณีหนังสือของ ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล (2543) ให้ระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ ตามด้วย “อ้างใน” สำหรับเอกสารภาษาไทยหรือคำว่า “cited in” สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ แล้วระบุชื่อผู้ที่นำผลงานนั้นมาอ้างอิง เช่น (McCracken, 1996 อ้างใน ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล, 2543) หรือ (สุภาพ ฉัตรภรณ์, 2542 อ้างถึงใน จรูวรรณ พฤกษติกุล, 2549) (Campbell and Stanley, 1969 cited in Gay, 1992)

1.8 การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ในตำแหน่งที่ต้องระบุปีที่พิมพ์ ให้ระบุ ม.ป.ป. สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น (สถาบันอินทรีจันทร์สถิตย์เพื่อการค้นคว้าและพัฒนาด้าน พืชศาสตร์, ม.ป.ป.) และ n.d. สำหรับ เอกสารภาษาต่างประเทศ เช่น (Miller, n.d.)

2. รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

2.1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อเรื่อง./ ครั้งที่พิมพ์ (ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./
////////// สถานที่พิมพ์./ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา. (2546). **กรอบแนวทางการประเมินคุณภาพภายนอก ระดับอุดมศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฑาทอง.

ภิญโญ สาร. (2521). **หลักบริหารการศึกษา**. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.

Cogan, J. J. (1986). **Global Education: An Interview with John J. Cogan**. Teaching and Learning Elementary Social Studies. Boston: Allyn and Bacon, Inc.

2.2 บทความจากวารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่),/
//////// เลขหน้าที่ปรากฏ.

ตัวอย่างเช่น

สายสนม ประดิษฐ์ดวง. (2541). ข้าวกล้องและรำข้าว-อาหารป้องกันโรค. **วารสารอุตสาหกรรมเกษตร**, 9(2), 38-41.

ณรงค์ ศรีสุวรรณ สุรพล เจริญพงศ์ และพิชัย วิชัยดิษฐ์. (2539). คุณสมบัติของชุดดินที่จัดตั้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและความเหมาะสมในการใช้ประโยชน์ที่ดิน. **เอกสารวิชาการกองสำรวจและจำแนกดิน กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์**, 2(12), 12-18.

Nguyen, H. V., Dommel, H. W., & Marti, J. R. (1997). Direct phase-domain modeling of frequency-dependent overhead transmission lines. **IEEE Transaction on Power Delivery**, 12(3), 1335-1342.

2.3 รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อวิทยานิพนธ์./ วิทยานิพนธ์/
//////// ชื่อปริญญา/ ชื่อสถาบัน.

ตัวอย่างเช่น

จิรพร สร้อยสุวรรณ. (2547). การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาชายในสถาบันราชภัฏในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกสุศึกษา ภาควิชาพลศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพวรรณ อีร์พันธ์เจริญ. (2546). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

2.4 เอกสารประกอบการสัมมนา/การประชุมทางวิชาการ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ใน/ ชื่อการประชุม,/
//////// เลขหน้าที่ปรากฏ./ สถานที่พิมพ์/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

สุชน ตั้งทวีพัฒนา และ บุญล้อม ชีวะอิสระกุล. (2533). การใช้เมล็ดทานตะวันเป็นแหล่งโปรตีนและพลังงานในอาหารสัตว์ปีก. ใน **รายงานการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ครั้งที่ 28 (สาขาสัตวศาสตร์และประมง)**, หน้า 47-59. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Henderson, S. (1978). An evaluation of the filter feeding fishes, silver and bighead carp, for water quality improvement. In **Symposium on the Culture of Exotic Fishes**, pp. 121-136. Alabama: Auburn University.

2.5 ข้อมูลที่สืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อเอกสาร./ สืบค้นเมื่อ/วัน/เดือน/ปี./ จาก/
//////////แหล่งที่เข้าถึงได้

ตัวอย่างเช่น

ประสพ รัตนกร. (2548). **ใจเขาใจเรา**. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2548, จาก
<http://www.bnn.go.th/files/library/c-a03.htm>

Boyles, S. (2001). **World diabetes day has people pondering their risk**. Retrieved November 16, 2001, from <http://my.webmd.com/content/article/1667.51328>

2.6 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุลของผู้ให้สัมภาษณ์./ (ปี./วัน/เดือนที่สัมภาษณ์)./
//////////ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี), ชื่อหน่วยงานหรือที่อยู่ผู้ให้สัมภาษณ์.
สัมภาษณ์.

ตัวอย่างเช่น

สมควร ดีประเสริฐ. (2543, 12 เมษายน). ราชภัฏ. หมู่บ้านโนนม่วง ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น.
สัมภาษณ์.

Chindaprasert, P. (1999, August 20). President. Khon Kaen University. **Interview**.

การส่งต้นฉบับ

สามารถส่งต้นฉบับผลงานออนไลน์ได้ที่ <https://ms.udru.ac.th/msjournals/> และ
สามารถติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000
โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 1160 โทรสาร: 042-211069