

MSUDRU JOURNAL

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี



JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 6 ฉบับที่ 3

2567

พฤษภาคม – มิถุนายน

Vol.6 No.3

MAY – JUNE 2024

E-ISSN: 3056-9125 (Online)

กระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
บุญชู สงวนความดี

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์
กิตติกร ฮวดศรี

การปรับปรุงกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อในบริษัทค้าปลีก
จิรรัตน์ แจ่มรักษาสกุล, คุณากร วัฒนนากรวงศ์ และ วริศ ลั่นลาวัลย์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา”
ปทุมพร ศรีอีสาน

การจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว
วุฒิชัย อินทร์แก้ว, ไซย มีหนองหว้า และ สสุคนธ์ สุวรรณภู

การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฐานรากสร้างสรรค์
กุศหมากไฟ

ชนากา แบนส์, รชต สอนสวัสดิ์, เบญญาภา ไสอบล, ประเนบพร จำจันมาลี และ เสกศิลป์ มณีศรี

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชน
กลุ่มเจนเอชเอ็นวาย ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

วารินทร์ กล่อมนก, ยุทธนาถ บุญย-ชัย และ อารณีนันท์ อินฟ้าแสง

ปัจจัยการตลาดและการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ท้องถิ่นประเภทอาหารของประชาชน
ในจังหวัดนครสวรรค์และอุทัยธานี

นาริป ภัคดิจันทร์, ลักษณ์ งามนิศรี, วริศรา เหล่าบำรุง, สุวัชช พัทธกัมมัน และ ลภัสวัฒน์ คล้ายแสง



วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2567)
JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE
UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY
Vol. 6 No. 3
MAY – JUNE 2024

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2567)

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการในกลุ่มสาขาต่าง ๆ ได้แก่ บริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป การบัญชี นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีและผู้เขียนจากหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นการเผยแพร่และส่งเสริมการนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และบุคคลทั่วไป โดยบทความที่ได้รับการตีพิมพ์นั้น ล้วนผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์บทความละ 3 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)

สถานที่ติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 5351 โทรสาร: 042-211069

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2567)

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิศรา ธัญสุนทรสกุล

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกฤต ปิติพัฒน์

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บรรณาธิการ (รับเชิญ)

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.เสกสรรค์ สายสีสด

สาขาวิชานิเทศศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิธาน เมฆกมล

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์สิริ ชูศรีโหม

สาขาวิชาการท่องเที่ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รั้งคุณานุวัฒน์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ หวังเจริญเดช

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.เผ่าไทย วงศ์เหลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิ้งสุวดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวิทย์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ศรีวิชัยวรรณะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พยัรต์ ภาสน์พิพัฒนกุล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2567)

คณะกรรมการดำเนินงาน

รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐ อมรภิญโญ	ประธานกรรมการ
อาจารย์กนกกานดา ไต้จันทร์กอง	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
อาจารย์สุชีรา สินทร์พยัคฆ์	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพรพัทธ์ เลิศปรีดากร	กรรมการฝ่ายตรวจสอบภาษาต่างประเทศ
ดร.ชนาภา บุตรเพ็ง	กรรมการฝ่ายตรวจสอบภาษาต่างประเทศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานน เขียวประประจบ	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิชา ศักดิ์ชูวงศ์	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะธิดา อมรภิญโญ	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชุนา 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 6 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2567)

ศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ
ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ

รองศาสตราจารย์ ดร.กิงพร ทองใบ
รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิ่งสุวดี
รองศาสตราจารย์ ดร.ชื่นสมล บุนนาค
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพร ศรียากุล
รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี ทองประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ หวังเจริญเดช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณดา ทับทิมจรรยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิปัตย์ โสเถียรธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วารุณี มลิณทปัญญา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล
ดร.สรพงษ์ เจริญฤทธยาวุฒิ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เป็นสื่อกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการ ยึดมั่นในการเป็นเวทีทางวิชาการ ในการพัฒนาผลงานทางวิชาการที่หลากหลายสาขา เผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเพื่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจโดยรวม ทุกบทความได้ผ่านการพิจารณาลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายสถาบันการศึกษา โดยบทความในฉบับนี้มีความรู้หลากหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็น การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี การจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ปัจจัยการตลาดและการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กองบรรณาธิการวารสารฯ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของวารสารฯ ไว้เป็นอย่างสูง

ณัฐ อมรภิญโญ
บรรณาธิการ

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 ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้กับบรรณาธิการได้รับทราบ

สารบัญ

บทบรรณาธิการ.....	vi
จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	vii
สารบัญ.....	ix
บทความวิจัย	
กระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	
บุญชู สงวนความดี.....	1
การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์	
กิตติกร ฮวดศรี.....	14
การปรับปรุงกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อในบริษัทค้าปลีก	
จิรรัตน์ แจ่มรักษ์สกุล, คุณากร วิวัฒนากรวงศ์ และ วริศ ลิ้มลาวัลย์.....	26
ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา”	
ปทุมพร ศรีอีสาน.....	36
การจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว	
วุฒิชัย อินทร์แก้ว, ไชย มีหนองหว้า และ รสสุคนธ์ สุวรรณภูมิ.....	50
การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฐานรากสร้างสรรค์กุดหมากไฟ	
ชนาภา แบลท์, รชต สวนสวัสดิ์, เบญญาภา ไสอุบล, ประพนธ์พร ขำขันมาลี และ เสกศิลป์ มณีศรี.....	62
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	
วารินทร์ กล่อมมนก, ยุทธนาท บุญยะชัย และ อาภรณ์ อินฟ้าแสง.....	76
ปัจจัยการตลาดและการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภท อาหารของประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์และอุทัยธานี	
นราธิป ภักดีจันทร์, ลักขมี งามมีศรี, วริศรา เหล่าบำรุง, สุวัช พัทธกษิณ และ ลภัสวัฒน์ คล้ายแสง.....	89
คำแนะนำสำหรับผู้เขียน.....	100

ข้อความที่ปรากฏในบทความแต่ละเรื่องในวารสารวิชาการเล่มนี้
ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้จัดทำ บรรณาธิการ
กองบรรณาธิการ และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละเรื่อง
เป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน

กระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืน
ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

THE MANAGERIAL PROCESS OF COMMUNITY PRODUCTS FOR SUSTAINABLE
INHERITANCE IN BANG PHLEE SAMUTPRAKARN PROVINCE

บุญชู สงวนความดี¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Boonchoo Sanguankwamdee¹

¹Faculty of Management Sciences Dhonburi Rajabhat University

(Received: April 28, 2023 ; Revised: November 28, 2023; Accepted: February 20, 2024)

บทคัดย่อ

ทำการศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง นำมาสร้างแบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น และกิจการยังคงดำเนินการอยู่ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสำรวจ แบบการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่ม ผลการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มตัวอย่าง มีที่มาของอาชีพ จากการสืบทอดจากรุ่นพ่อแม่ และครอบครัว หรือได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของรัฐ และเอกชน และสิ่งที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการ คือ ต้นทุนวัตถุดิบและค่าขนส่ง การผลิต การตลาด สถานการณ์โรคโควิด-19 และการไม่มีคนสืบทอดต่อ จากข้อมูลทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาเป็นต้นแบบ 15 รายการ นำมาสร้างแบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน ที่แสดงถึงองค์ประกอบที่สำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อใช้ในการวางแผนและตรวจสอบการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ชุมชน, กระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน, การถ่ายทอดอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

This research used qualitative research and action research to study community products in the Bang Phlee District, Samutprakarn Province. We selected outstanding community products as reference used to create a managerial process model of Community Products for sustainable inheritance. The samples used in this research were prominent community products produced by reputable entrepreneurs with established businesses operations in Bang Phlee District, Samutprakarn Province. We utilized surveys, in-depth interviews, and focus groups to gather data. Results show that knowledge of the sample group of community products were inherited from parents/family or transferred from government agencies or the private sector. The business problems and obstacles were identified as the cost of raw materials, transportation, production, marketing, COVID-19 constraints, and a reduction of knowledge inheritance between generations. From the research data, 15 community products were brought as prototypes and were used to create the managerial process model of community products for sustainable

inheritance which outlines the important elements and relationships between various elements of community product management. Our framework can effectively plan and monitor operations of community product entrepreneurs.

Keywords: Community Product, Management Process of Community Product, Sustainable Inheritance

บทนำ

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เป็นรูปธรรม มีเป้าหมายหลัก คือ เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งประชาชนมีความสุขและมี รายได้เพิ่มขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นอุตสาหกรรมระดับพื้นฐานของไทย ที่ผู้ประกอบการสามารถใช้ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” สร้างคุณค่าให้แก่สินค้า พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีและมีคุณภาพ จึงสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รวมไปจนถึงท้องถิ่นด้วย

ในอดีต การบริหารจัดการหรือส่งเสริมอาชีพให้ชุมชน ส่วนใหญ่ภาครัฐจะเป็นผู้จัดทำโครงการจากส่วนกลางลงไปในพื้นที่ แต่มีบางโครงการที่มีการดำเนินในรูปแบบของการให้งบประมาณเป็นเม็ดเงินลงไปยังหมู่บ้านต่าง ๆ โดยให้ชาวบ้านรวมกลุ่มกันขึ้นมาเขียนโครงการที่ต้องการทำเพื่อเสนอขอของบประมาณไปลงทุน แต่ปรากฏว่ากลุ่มต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนมักเป็นไปในรูปแบบที่ตั้งขึ้นตามโครงการที่รัฐส่งเสริม บางกลุ่มอยู่ได้หลายปีแต่ก็ขาดการพัฒนาทั้งที่น่าจะพัฒนามาเป็นกลุ่มอาชีพหรือวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนได้

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ตามท้องถิ่นที่มาจากภูมิปัญญา ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น ผู้ประกอบการชุมชนควรมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น พัฒนาคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ ให้สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภค การที่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รวมไปจนถึงท้องถิ่นด้วย (เพชรพันธ์ สุพรรณฝ่าย, 2554)

กระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน ครอบคลุมถึงปัจจัยการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด การสร้างองค์ความรู้ การสร้างเครือข่ายการจัดจำหน่าย การสื่อสาร การส่งเสริมความภาคภูมิใจ ภูมิปัญญา ความเป็นชุมชน และตัวผลิตภัณฑ์และบริการที่ชุมชนมีอยู่ โดยคนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการสร้างความยอมรับ โดยเป็นผู้บริโภคและใช้สินค้าที่ผลิตได้ และหาช่องทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อท้องถิ่นและสื่อระดับประเทศ ซึ่งกระบวนการทั้งหมด เปรียบเสมือนฟันเฟืองที่ต้องสอดประสานเกื้อหนุนกัน ส่งผลต่อกันและกัน (ทวีป บุตรโพธิ์, 2561)

ลักษณะของธุรกิจชุมชนนั้นเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เน้นการสร้างงานในท้องถิ่น มีความคล่องตัวในการบริหาร มีเป้าหมายเพื่อให้ทุกคนสามารถอยู่ได้เป็นสำคัญ การทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถอยู่รอดและถ่ายทอดสืบต่อไปถึงคนรุ่นหลังได้ ผู้ที่จะได้ประโยชน์ก็คือ คนในชุมชน ท้องถิ่น และภาครัฐ (จิตพนธ์ ชุมเกตุ, 2560)

ดังนั้น การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนควรให้ความสำคัญต่อการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่คนในชุมชนท้องถิ่น จึงเป็นการพัฒนา ที่เน้นกระบวนการมากกว่ารูปแบบ และต้องการความต่อเนื่องในการปฏิบัติรวมทั้ง การพัฒนาจากฐานทรัพยากรในท้องถิ่น ตลอดจนการมีส่วนร่วมของพหุภาคี ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรพัฒนา

เอกชน นักวิชาการ สื่อมวลชน ฯลฯ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างบูรณาการ ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน (ประทีป วีรพัฒนนิรันดร์, 2541)

ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นของแต่ละจังหวัดจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มอาชีพแต่ละชุมชน การนำความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์นั้นออกมานำเสนอและเผยแพร่ และสืบทอดต่อคนรุ่นหลังได้อย่างมีคุณค่า และต้องเสริมด้วยแนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และกระบวนการตัดสินใจร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มอาชีพชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังคงรูปแบบในลักษณะของการประกอบการแบบดั้งเดิมและมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจอยู่มาก ทั้งรูปแบบของสินค้าต่อความต้องการของตลาดปัจจุบันและการบริหารจัดการ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นมาตรฐาน และสามารถถ่ายทอดได้อย่างยั่งยืน

อำเภอบางพลีเป็น 1 ใน 6 อำเภอ ของจังหวัดสมุทรปราการ มี 6 ตำบล 83 หมู่บ้าน มีกลุ่มอาชีพดั้งเดิม และกลุ่มอาชีพที่เกิดจากการพัฒนาขึ้นมาใหม่อยู่เป็นจำนวนมาก ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ, 2563) ประกอบด้วยผู้ประกอบการประเภทเจ้าของรายเดียว 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.42 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.79 และ SME หรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.79 โดยเขตชุมชนที่มีขนาดและกำลังทางเศรษฐกิจท้องถิ่นที่ใหญ่ที่สุดในอำเภอบางพลี คือตำบลบางพลีใหญ่ รองลงมาคือ บางแก้ว บางโฉลง บางปลา ราชทะเล และหนองปรือ มีการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอบางพลี ตามการแบ่งประเภทของ OTOP ได้ 6 ประเภท ได้แก่ 1) อาหาร 2) สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 3) เครื่องใช้และเครื่องประดับ 4) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา 5) เครื่องดื่ม และ 6) ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์

สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอบางพลี จากการระบุนความเสี่ยงของผู้ผลิตสินค้า OTOP ในงานวิจัยของ นพวรรณ วิเศษสินธุ์ (2561) พบความเสี่ยงด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านการสร้างภูมิคุ้มกัน ด้านความรู้ และด้านคุณธรรม ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยสรุปดังนี้ 1) ไม่มีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน 2) ไม่มีการวางแผนและการจัดการกระบวนการผลิต 3) กำลังการผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด 4) ไม่มีการวางแผนการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร/วัสดุ/อุปกรณ์ 5) ไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม 6) ไม่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี/สวยงาม 7) ไม่มีทุนเพียงพอ 8) ไม่มีการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ 9) ไม่มีการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน 10) ไม่มีการเตรียมองค์กรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง 11) ไม่มีการบริหารการเงินที่ชัดเจน 12) ไม่มีการบริหารสินค้าคงคลัง 13) ไม่มีการจัดการความเสี่ยงในการประกอบกิจการ 14) ไม่มีการพัฒนาองค์ความรู้และถ่ายทอดความรู้ระหว่างบุคคลในองค์กรอย่างต่อเนื่อง 15) ไม่มีการแก้ไขผลกระทบจากการขาดแคลนวัตถุดิบ เครื่องจักรและแรงงานในการผลิตสินค้า/บริการ

ในรายงานการวิจัยของนพวรรณ วิเศษสินธุ์ (2561) ยังได้เสนอแนวทางการจัดการความเสี่ยงและเสริมสร้างศักยภาพไว้ดังนี้ 1) ภาครัฐควรส่งเสริมสนับสนุนในการบูรณาการการร่วมกันของชุมชน 2) ควรนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตสินค้า 3) ควรสร้างองค์ความรู้ในการผลิตสินค้าและการบริหารจัดการทุนหรือทรัพยากรต่าง ๆ ในการผลิต 4) ควรมีการพัฒนาด้านการตลาด และ 5) ควรมีการสร้างค่านิยมเพื่อให้มีการสืบทอดกิจการ หากสินค้ามีการพัฒนาจนเป็นที่นิยมของตลาดแล้ว แต่พบว่ามีปัญหาคือไม่สามารถหาผู้สืบทอดกิจการได้ เนื่องจากลูกหลาน ไม่สนใจในธุรกิจนั้น ๆ หรือ ประกอบอาชีพอื่น ๆ ที่คิดว่าดีกว่ากิจการของบิดา มารดา โดยหากไม่สามารถหาผู้สืบทอดที่เป็นลูกหลานได้ ก็ให้สืบทอดกับชุมชน เพื่อให้เป็นอาชีพแก่คนในชุมชน และถือได้ว่าเป็นการช่วยเหลือให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น

ในโครงการวิจัยนี้จึงกำหนดโจทย์การวิจัยเพื่อตอบโจทย์ด้านการสร้างรายได้อย่างมั่นคงด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยสร้างรูปแบบการบริหารจัดการที่สามารถถ่ายทอดอย่างยั่งยืนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นต้นแบบสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นนำมาพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดอย่างยั่งยืนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อสร้างแบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืนซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่ที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นพื้นที่แบบเฉพาะเจาะจงกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้ประกอบการในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในพื้นที่ 6 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลบางพลีใหญ่ ตำบลบางแก้ว ตำบลบางปลา ตำบลบางโฉลง ตำบลราชาเทวะ และตำบลหนองปรือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ มาจากรายชื่อผู้ประกอบการในอำเภอบางพลี แล้วทำการคัดเลือกเข้าสู่กระบวนการวิจัย โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมของการวิจัยแบบ action research และ in-depth interview ตามแนวทางของ Nastasi and Schensul (2005) อ้างใน ประไพพิมพ์ สุธีสินนันท และประสพชัย พสุนนท์ (2559) ซึ่งเลือกแบบเจาะจง (criterion based selection) และวิธีตามสะดวก จาก จำนวนกลุ่มอาชีพที่ยังคงดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่ และสามารถเข้าถึงได้ โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน 6 ตำบล ในตำบลบางพลี โดยกำหนดเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกจะเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านเกณฑ์เป็นกลุ่มตัวอย่างตำบลละ 1-2 ราย รวมเป็นจำนวน 20 ราย และคัดกรองจนเหลือ 15 ราย เพื่อนำเข้าสู่การประชุมกลุ่ม กลุ่มต่อมา เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่ประกอบธุรกิจ และผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 11 ราย เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรับรองรูปแบบที่ได้สร้างขึ้น แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักวิชาการ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี 2 ท่าน และนักวิชาการอิสระ 3 ท่าน 2) ผู้ชำนาญการ และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน 6 ท่าน จากสมาคมส่งเสริมธุรกิจรายใจ 2 ท่าน, สมาชิกสภา อบต.บางปลา 1 ท่าน, สภาองค์กรลูกจ้างแรงงาน 2 ท่าน, วิสาหกิจชุมชนบางปลานวดิถี 1 ท่าน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (1) แบบสำรวจสำหรับกลุ่มผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการที่แนะนำโดยผู้นำชุมชน จะทำให้ได้รายการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ต้องการ (2) แบบการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview form) จะมีประเด็นให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัย และข้อมูลเชิงลึกในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (key success factors) และ รูปแบบถ่ายทอดธุรกิจ จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนแต่ละราย (3) การประชุมกลุ่ม (focus group) ระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านการคัดเลือก ผู้เกี่ยวข้องในชุมชนที่ทำงานเกี่ยวกับการดูแลและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญทางธุรกิจ เพื่อทำการระดมความคิดเห็นผ่านการเสวนา เพื่อสรุปหาปัจจัยและองค์ประกอบในการบริหารจัดการ

ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปประกอบสร้างรูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืนต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีดำเนินการแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) เพื่อศึกษาการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน และการถ่ายทอดองค์ความรู้ชุมชน โดยมีขั้นตอน

3.1 คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ยังมีการดำเนินการจริงและเข้าถึงได้ใน 6 ตำบลในอำเภอบางพลี ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้นำชุมชนในแต่ละตำบลและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณสมบัติตรงตามต้องการแล้วนำเข้าสู่ขั้นตอนต่อไป

3.2 การศึกษาเอกสาร (documentary searching) ที่มีความสอดคล้องตามชื่อเรื่องและวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการผลิตภัณฑ์ และการถ่ายทอดองค์ความรู้ จากตำรา รายงานการวิจัย บทความวิจัย ข้อมูลจากสื่อสารสนเทศ เว็บไซต์ต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงข้อมูลเอกสารขององค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 การศึกษาในพื้นที่ (research area surveying) เพื่อศึกษาข้อมูลปฐมภูมิของกระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวทางการสืบทอดผลิตภัณฑ์ชุมชน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จากกลุ่มผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจ ด้วยการใช้แบบสำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

3.4 การประชุมกลุ่ม (focus groups) เพื่อหาปัจจัยที่จะนำมาสร้างเป็นรูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสังเคราะห์รูปแบบกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืน มีขั้นตอนดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญด้วยการนำข้อมูลจาก การจดบันทึก การสังเกต บันทึกภาพ/บันทึกเสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะจงรายบุคคล (criterion based selection) และการประชุมกลุ่ม (focus groups) ทั้งหมดมาวิเคราะห์ในแบบพรรณนา (descriptive analysis) ตามเนื้อหาที่ได้กำหนดไว้ เพื่อเชื่อมโยงและแสดงผลของข้อมูล ให้ได้ปัจจัยในการบริหารจัดการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสืบทอดต่อเนื่องได้

4.2 การวิเคราะห์รูปแบบกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลใน 3 ด้าน ได้แก่ (1) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภค (2) ข้อมูลการบริหารจัดการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถถ่ายทอดต่อเนื่องได้จากผู้ประกอบการ (3) แนวความคิดต่าง ๆ ได้แก่การถ่ายทอดองค์ความรู้ การถ่ายทอดธุรกิจ การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ และการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

4.3 การสังเคราะห์ออกมาเป็นรูปแบบกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืน แล้วจึงดำเนินการประเมินประสิทธิภาพและความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญต่อไป

ผลการวิจัย

1. ในการวิจัยนี้ได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยหลัก 1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องใช้วัตถุดิบ วัสดุ หรือใช้แรงงานจากภายในชุมชน และดำเนินการโดยคนในชุมชน 2) เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น จากการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หรือ OTOP หรือเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อยู่รอดมีการเติบโตที่ชัดเจน มีการวางแผน และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าร่วมโครงการเพื่อเก็บข้อมูลได้ 20 รายประกอบไปด้วย ตำบลบางพลีใหญ่ 7 ราย ตำบลบางแก้ว 6 ราย ตำบลบางปลา 2 ราย ตำบลบางโฉลง 4 ราย ตำบลราชาเทวะ 1 ราย แบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ตามการแบ่งประเภทของ OTOP ได้เป็น อาหาร 5 ราย สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 10 ราย เครื่องใช้และเครื่องประดับ 1 ราย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา 2 ราย เครื่องดื่ม 1 ราย ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1 ราย และต่อมานำเข้าสู่กระบวนการสนทนากลุ่ม 15 ราย

2. จากการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนในแบบดั้งเดิมที่ผ่านมาจากกระบวนการสำรวจ และการสนทนากลุ่ม (focus groups) ที่มีผู้เข้าร่วมกระบวนการ 15 คน ได้แก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนดังนี้ 1) รองเท้าสุขภาพ 2) ปุ๋ยและไส้เดือน 3) ผลไม้ตัดแต่งและน้ำปลาหวาน 4) กระเป๋าก็กสาน 5) ผ้ามัดย้อม 6) เห็ดเหี่ยวไผ่ 7) สบู่ฟักข้าว 8) กระเป๋าหนังเย็บมือ 9) กระเป๋าเดคูพาจ 10) น้ำพริกปลาป่น 11) กระเป๋าก็ก 12) กะปิเคียว 13) กระเป๋าหนังปลากระเบน 14) น้ำมะม่วงหาวมะนาวโห่ 15) ที่นั่งจักรยานเด็กน้อย จากกระบวนการดังกล่าวทำให้ได้ปัจจัยในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) ปัจจัยเสริมในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ แรงบันดาลใจและแรงจูงใจ และความอยู่รอดและความเติบโตของกิจการ 2) ปัจจัยหลักในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ การผลิต ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ตลาด และการขาย การบริหารจัดการ การควบคุมรายรับรายจ่าย การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน

ปัจจัยหลักในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้มาจากการสอบถามผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมดจากคำถามใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ 2) ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย เมื่อผสมกับแนวความคิดต่าง ๆ ที่ได้รวบรวมเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน และเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนในการนำไปปฏิบัติ ทำให้ได้ แบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน

3. การนำเสนอ "แบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน" เพื่อการพิจารณารับรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากการประชุมกลุ่มเพื่อพิจารณารับรองแบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน เมื่อวันที่เสาร์ที่ 28 พฤศจิกายน 2563 โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 11 ท่าน ให้ข้อสรุปตรงกันว่าทุกท่านเห็นด้วยกับรูปแบบและองค์ประกอบที่ได้สร้างขึ้น ว่าสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อความยั่งยืนของท้องถิ่นได้จริง ครบถ้วนสมบูรณ์ และได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้ 1) ควรนำแบบจำลองนี้ไปเป็นโครงสร้างให้แก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ใช้ในการพัฒนากิจการของตน และเพื่อตรวจสอบความเข้มแข็งให้แก่ธุรกิจของตน 2) ควรเชื่อมโยงหน่วยงานที่สนับสนุนธุรกิจชุมชน เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้นี้ ให้นำไปใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง 3) ในการนำไปใช้งานจริงต้องปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจที่แตกต่างกัน 4) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม และสร้างความเชื่อมต่อกันในระหว่างธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ให้เป็นกลุ่มใหญ่ขึ้น

แบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการการผลิตชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ปัจจัยเสริมประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย (ภาพที่ 1) ได้แก่ 1) แรงบันดาลใจ และแรงจูงใจ 2) วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และ 3) ความยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย ความอยู่รอด และความเจริญเติบโตของกิจการที่ดำเนินอยู่

2. ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบย่อย (ภาพที่ 2) ได้แก่ 1) การผลิต ประกอบด้วย การวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) การตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์การตลาด การทำการแบ่งส่วนการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (STP) และการจัดการส่วนประสมทางการตลาด (ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด) 3) การจัดการ 4) การเงิน 5) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 6) เครือข่ายทางธุรกิจ 7) การจัดการองค์ความรู้ ได้แก่ ภาควิชาการศึกษา ตลาดและการขาย การแสดงสินค้า และการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ยังมี การไหลของผลิตภัณฑ์ และข้อมูลและการไหลย้อนกลับของข้อมูล อีก 2 ส่วนซึ่งจะทำให้ วงจรของการดำเนินการบริหารจัดการการผลิตชุมชนครบสมบูรณ์ และเกิดความต่อเนื่องจนถึงการสร้างอย่างยั่งยืนได้

อธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละตัวที่มีต่อกระบวนการบริหารจัดการการผลิตชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน แต่ละส่วนได้ดังนี้



ภาพที่ 1 ปัจจัยเสริมในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน

ปัจจัยเสริมในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน ก่อให้เกิดความพยายาม และความหวังในการดำเนินกิจการผลิตชุมชน มีผลกับความสำเร็จของกิจการในระยะยาว แบ่งเป็น 3 ปัจจัยย่อย

1. แรงบันดาลใจ และแรงจูงใจ ให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำกิจการผลิตชุมชน
2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย เพื่อสร้างแนวทางและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

3. ความยั่งยืน ประกอบไปด้วย ความอยู่รอด และความเจริญเติบโตของกิจการที่ดำเนินอยู่ เป็นผลที่เกิดจากกระบวนการบริหารจัดการที่ถูกต้องเหมาะสมแก่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ส่งผลให้นำไปสู่ความยั่งยืน ซึ่งจะกลายเป็นทั้งแรงบันดาลใจ แรงจูงใจ และกำลังใจในการประกอบกิจการต่อไป



ภาพที่ 2 ปัจจัยหลักในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน

ปัจจัยหลักในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน แบ่งเป็น 7 ปัจจัยย่อยดังนี้

1. การผลิต ประกอบด้วย การวิจัยผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างจุดขายและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ถูกต้อง

2. การตลาด เป็นการกำหนดทิศทางของกิจกรรมและการดำเนินกิจการ ได้แก่ กลยุทธ์การตลาด การทำ STP และการจัดการส่วนประสมทางการตลาด

3. การจัดการ เพื่อควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

4. การเงิน เป็นการควบคุมรายรับรายจ่าย และตรวจสอบสถานะทางการเงินของกิจการ

5. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพิ่มความสามารถในการตลาดและการแข่งขัน

6. การจัดการเครือข่ายทางธุรกิจ เช่น ชัพพลายเออร์ ผู้ประกอบการชุมชน ผู้บริโภค หน่วยงานราชการ หน่วยงานชุมชน รวมถึงวัดและสถาบันการศึกษาที่อยู่ในพื้นที่ชุมชน

7. การจัดการองค์ความรู้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังเป็นที่รับรู้และต้องการของตลาดจาก 4 ช่องทาง ได้แก่ ภาคการศึกษา ตลาด งานแสดงสินค้า และการประชาสัมพันธ์ การจัดการองค์ความรู้ผ่านช่องทางทั้ง 4 นี้ จะก่อให้เกิดความมีชีวิตของผลิตภัณฑ์ชุมชนในตลาดผู้บริโภค เกิดการอยู่รอด ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของความยั่งยืน เพื่อให้ระบบทำงานครบวงจรและต่อเนื่อง ต้องมีการไหลของผลิตภัณฑ์และข้อมูล 2 ทิศทาง

1. การไหลของผลิตภัณฑ์และข้อมูล ผ่านปัจจัยต่าง ๆ ถึงผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดำเนินการนั้นมีคุณค่า และภาพพจน์ที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการซื้อและการใช้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง

2. การไหลย้อนกลับของข้อมูลจากผู้บริโภค ย้อนกลับสู่ผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องต่อไป

แบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืนนี้ สามารถนำไปใช้เป็นโครงสร้างในการวางแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้โดยตรง โดยการตรวจสอบและกำหนดปัจจัยหลักและปัจจัยเสริมแต่ละตัวว่าในธุรกิจมีปัจจัยตัวใดแล้ว และปัจจัยที่ระบุได้เพียงพอหรือไม่ หากยังขาดปัจจัยตัวใดหรือต้องปรับปรุงที่ปัจจัยตัวใดก็จะได้หาทางสร้างหรือพัฒนาขึ้นให้มีอยู่ในการประกอบประกอบ การจะทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น และสามารถพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนได้ เพื่อส่งต่อให้ลูกหลานหรือชุมชนเป็นการถ่ายทอดต่อไป เศรษฐกิจชุมชนก็จะมีคามเข้มแข็ง เช่น หากตรวจพบจากการใช้แบบจำลองเป็นโครงสร้างของธุรกิจแล้วพบว่า ในด้านการตลาดยังไม่เข้มแข็งพอจากการที่ตลาดยังไม่กว้าง ก็สามารถพัฒนางานด้านการตลาดของธุรกิจเพิ่ม เช่น ขยายตลาดและการสื่อสารถึงกลุ่มที่ธุรกิจคาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าใหม่ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และตรวจดูว่าในธุรกิจมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารแบบนี้หรือไม่ ถ้ายังไม่มีก็เรียนรู้และสร้างขึ้น โดยอาจเพิ่มการสร้างปัจจัยหลักการจัดการองค์ความรู้ได้แก่ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การนำผลิตภัณฑ์ไปเผยแพร่ในสถานศึกษาเพื่อเป็นการให้ความรู้ในการผลิต เพื่อให้เกิดช่องทางสื่อสารใหม่ๆ ให้เกิดการรับรู้ทั้งในและนอกชุมชน ก็จะเพิ่มโอกาสในการตลาดของธุรกิจได้

อภิปรายผล

ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (focus groups) ซึ่งนำมาเทียบกับงานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ key success factors ในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนของนักวิจัยท่านอื่น ทำให้สามารถวิเคราะห์และระบุปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

กลุ่มแรกคือ ปัจจัยเสริมด้านแรงบันดาลใจและแรงจูงใจ กับปัจจัยด้านความอยู่รอด (การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายของกิจการ) และความเติบโตของกิจการ (ความยั่งยืน)

กลุ่มที่สองคือ ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย 7 ปัจจัยย่อย โดยปัจจัยหลักด้านการผลิต การจัดการเทคโนโลยี และเงินทุน สอดคล้องกับ นพวรรณ วิเศษสินธุ์ (2561) ซึ่งศึกษาถึงแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการผลิต OTOP ด้วยตัวแบบการประเมินความเสี่ยงตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้แนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพสินค้า โดยนำนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อเสริมมาตรฐาน และกำลังผลิต และสร้างค่านิยมเพื่อให้มีการสืบทอดกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น รวมทั้งสินค้าที่มีมูลค่าด้านภูมิปัญญาของชุมชน และภาครัฐควรส่งเสริม สนับสนุน OTOP เสริมสร้างธรรมาภิบาลในการจัดสรรเงินทุน และทรัพยากร ทำให้ผู้ผลิตมีกำลังใจในการผลิตสินค้า และเกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันด้วย

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kuratko & Hodgetts (2007) ซึ่งศึกษาถึงปัญหาและความล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าสาเหตุมาจากการขาดการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

เช่นเดียวกับปัจจัยด้านการผลิต การตลาด และการใช้เทคโนโลยี สุภาพร พรหมะเริง (2561) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า การพัฒนาการยกระดับ OTOP ในระดับกลุ่ม C ให้เป็นกลุ่ม A ต้องพัฒนาตาม 1)คุณภาพและมาตรฐาน 2)ศักยภาพการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต 3)ตัวผลิตภัณฑ์ 4)ตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาปัจจัยในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บบ้านเวียงสวรรค์จากการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง พบว่าแผนธุรกิจ การพัฒนาตัวสินค้าและแบรนด์ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย

ระบบบัญชีและการเงิน มีผลต่อการดำเนินการระยะสั้น ส่วนการศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการในระยะยาว จะพบปัจจัย ได้แก่ การเข้าร่วมหรือรับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ การพัฒนาพนักงาน การเพิ่มพูนความรู้และทักษะทางการบัญชี และกลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า ซึ่งปัจจัยทั้งหมดส่งผลให้สหกิจสามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน (ไพฑูรย์ อินตะชนัน และคณะ, 2563; ปริณัทร วงศ์ปัจฉิม, 2563)

เนื่องจากมีการแข่งขันสูงในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องมีแนวทางในการนำไปสู่ความสำเร็จ การสร้างรูปแบบหรือโมเดลธุรกิจมีความสำคัญที่ใช้จะเป็นกรอบและกระบวนการ ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ประสบผลสำเร็จและแข่งขันได้ (Haggege et al., 2017)

สอดคล้องกับ Cosenz & Noto (2017) ที่เสนอว่าการดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืน ควรมีโมเดลธุรกิจ (Business Model) เป็นเครื่องมือ ซึ่งการดำเนินธุรกิจที่ดีควรมีแผนหรือเป้าหมาย จึงจะสามารถปรับแต่งธุรกิจให้โดดเด่นและเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ซึ่งอาจนำไปสู่แนวความคิดในการประดิษฐ์คิดค้นวิธีการทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่เหมาะสมเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในปัจจุบัน

และจากตัวอย่างของความสำเร็จของธุรกิจต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าโมเดลธุรกิจมีความสำคัญอย่างมากกับความสำเร็จขององค์กรและธุรกิจ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้โมเดลธุรกิจ ที่เอื้อต่อการพัฒนาและปรับปรุงโมเดลธุรกิจใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันและการอยู่รอดของธุรกิจ (Wrigley et al., 2018)

ผลจากการวิจัยนี้ ได้ถูกนำมาสังเคราะห์เป็นแบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน เมื่อตรวจสอบถึงความเข้ากันได้ภาพรวมของปัจจัยทั้งหมดในแบบจำลอง ได้พบงานวิจัยที่กล่าวถึงความสอดคล้องของปัจจัยแต่ละตัวต่อกันในแบบจำลองดังนี้

ปัจจัยเสริม 3 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยเสริมตัวที่ 1) แรงบันดาลใจ และแรงจูงใจ สอดคล้องกับ สุขชาติ ไตรภพสกุล (2558) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งการส่งเสริม ความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้สามารถแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจได้มากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีทักษะความรู้ทางธุรกิจ จะสามารถวิเคราะห์และเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจได้ด้วยตนเอง ขณะที่ปัจจัยเสริมตัวที่ 2) วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และปัจจัยเสริมตัวที่ 3) ความยั่งยืน สอดคล้องกับ ปิยะพันธ์ พยานิธิ (2559) ที่กล่าวว่า ความยั่งยืนยังเป็นวัตถุประสงค์โดยตรงของการบริหารการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการกำกับดูแลกิจการ ต้องมีอยู่ใน ทั้งในวิสัยทัศน์ แผน เป้าหมาย กระบวนการ และผลงานผลิตภัณฑ์บริการ ถึงจะรับและปรับตัวได้เร็วพอหรือทันเหตุการณ์

สำหรับปัจจัยหลักในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน ถูกแบ่งออกเป็น 7 ปัจจัย

ปัจจัยหลักตัวที่ 1) การผลิต สอดคล้องกับการศึกษาของ จิตพนธ์ ชุมเกตุ (2560) กล่าวว่า ตัวผลิตภัณฑ์ต้องมีมูลค่าในตัวเอง มีเอกลักษณ์ของชุมชน และมีคุณภาพ จะทำให้เป็นที่น่าสนใจ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องสื่อให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น จะทำให้สินค้าของชุมชนมีคุณค่า มีมาตรฐาน มีเอกลักษณ์

ปัจจัยหลักตัวที่ 2) การตลาด ปัจจัยหลักตัวที่ 3) การจัดการ และ ปัจจัยหลักตัวที่ 4) การเงิน สอดคล้องกับการศึกษาของ ปลื้มใจ สินอากร และคณะ (2554) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องบุปัจจัยของความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่า ตัวแปรบุปัจจัย ได้แก่ ความชัดเจนขององค์กร การบริหารโครงการ ความเร็วในการเข้าสู่ตลาด และคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยหลักตัวที่ 5) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องกับ ณัตตยา เอี่ยมคง และดนุชา สลีวงศ์ (2559) ที่ทำการวิจัยถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าโอท็อป ที่มีต่อการขายสินค้าผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างคาดหวังความช่วยเหลือจากรัฐบาลในด้านของเทคโนโลยีที่นำมาช่วยส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตช่วยส่งเสริมการขาย การทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักผ่าน

เทคโนโลยี และการจัดส่งและการบรรจุสินค้าสำหรับส่งเพื่อขายผ่านเว็บไซต์ รวมถึงการขายผ่านหน้าร้านและขายในงานแสดงสินค้าซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้สินค้าของกลุ่มตัวอย่างเป็นที่รู้จักแพร่หลาย

ปัจจัยหลักตัวที่ 6) การจัดการเครือข่าย และ ปัจจัยหลักตัวที่ 7) การจัดการองค์ความรู้ Chumkate (2015) ได้ศึกษาการพัฒนาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทสมุนไพร ของผู้ประกอบการในภูมิภาคตะวันตก โดยพบว่าวิสาหกิจชุมชนควรที่จะร่วมมือกันสร้างความเข้มแข็ง เพื่อลดอำนาจการต่อรองของลูกค้า และผู้ผลิตปัจจัย อีกทั้งควรเผยแพร่องค์ความรู้ ใน 4 ช่องทางได้แก่ ภาครัฐการศึกษา ตลาดและการขาย การแสดงสินค้า และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ระบบทำงานครบวงจรและต่อเนื่อง ต้องมีการไหลของผลิตภัณฑ์และข้อมูลใน 2 ทิศทาง คือ การไหลของผลิตภัณฑ์และข้อมูล และการไหลย้อนกลับของข้อมูลจากผู้บริโภค

แบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืนนี้เป็นโครงสร้างสำหรับการบริหารจัดการที่สามารถนำไปใช้ตรวจสอบและพัฒนาโครงสร้างธุรกิจที่มีอยู่แล้ว หรือใช้ออกแบบโครงสร้างของธุรกิจใหม่ได้ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยเสริมและปัจจัยหลักในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนในยุคที่ต้องเตรียมพร้อมและปรับตัวให้ยืดหยุ่นได้ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดอย่างยั่งยืนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ทำให้ได้ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ดังนี้

1.1 ควรนำแบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืนนี้เป็นโครงสร้างให้แก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ใช้ในการพัฒนากิจการของตน เพื่อตรวจสอบและดำเนินการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ธุรกิจของตน

1.2 ถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงหน่วยงานที่สนับสนุนในแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้องค์ความรู้ได้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและนำไปใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง

1.3 ทำเป็นแหล่งเรียนรู้และการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ระดับสากล

1.4 ในการนำไปใช้งานจริง ต้องปรับใช้ให้เหมาะกับบริบททางธุรกิจที่แตกต่างกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม และสร้างความเชื่อมต่อกันในระหว่าง ธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ให้เป็นกลุ่มใหญ่ขึ้น จนสามารถรวบรวมข้อมูลและใช้เป็น big data ได้

2.2 ควรมีการศึกษาดูการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้เกิดความชัดเจนต่อการลงรายละเอียดในแบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน

2.3 ควรจัดทำเป็นหลักสูตรการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการใช้งานแบบจำลองกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการถ่ายทอดอย่างยั่งยืน

2.4 ควรทำการศึกษาให้ลึกถึงปัจจัยแต่ละตัว เพื่อให้ได้องค์ความรู้เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัตตยา เอี่ยมคง, และดนุชา สลึงค์. (2559). สภาพปัจจุบัน ความต้องการและความคาดหวังของผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าโอท็อปที่มีต่อการขายสินค้าผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review, 11(1), 31-42.
- ทวีป บุตรโพธิ์. (2561). การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.
- นพวรรณ วิเศษสินธุ์. (2561). การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วยตัวแบบการประเมินความเสี่ยงตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ. Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(1), 2827-2851.
- ประทีป วีรพัฒนนิรันดร์. (2541). เศรษฐกิจชุมชน: ความหมาย ฐานคิด แนวทางปฏิบัติ. สืบค้น มกราคม 13, 2567 จาก https://sites.google.com/site/banrainarao/column/commu_econ_02.
- ประไพพิมพ์ สุธีสินนท์, และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 29(2), 32-48.
- ปรีฉัตร วงศ์ปัจฉิม. (2563). ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2(2), 39.
- ปลื้มใจ สินอากร บัณฑิต ผังนิรันดร์ และอรุณรุ่ง วงศ์กังวาน. (2554). ปัจจัยของความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปิยะพันธ์ ทยานิธิ. (2559). วงจรความยั่งยืน (Sustainability Cycle). สืบค้น กรกฎาคม 19, 2563 จาก <https://forbesthailand.com/news/other/วงจรความยั่งยืน-sustainability-cycle>.
- เพชรพันธ์ สุพรรณฝ่าย. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตและการจัดการผลผลิตของผลิตภัณฑ์จากกก ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไพฑูรย์ อินตะขัน ญัฐนันท์ ฐิตยาปราโมทย์ สุขเกษม ลางกุลเสน นันทะ บุตรน้อย กนกพร ศรีวิชัย และฐิติกานต์ สุริยสาร. (2563). การพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าความเข้มแข็งอย่างเป็นระบบ อำเภอแม่เกาะ จังหวัดลำปาง. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2(4), 71-84.
- สุชาติ ไตรภพสกุล. (2558). อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเติบโตและความมุ่งหวังที่จะเติบโตของธุรกิจ: กรณีศึกษาประเทศไทย. สุทธิปริทัศน์, 29(90), 75-93.
- สุภาพร พรมมะเรง. (2561). แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 21(1), 248-258.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ. (2563). **ประวัติความเป็นมา**. สืบค้น สิงหาคม 19, 2563 จาก <https://samutprakan.cdd.go.th/download/%e0%b9%80%e0%b8%ad%e0%b8%81%e0%b8%aa%e0%b8%b2%e0%b8%a3-otop>.
- Chumkate, J. (2015). Authentic evaluation and management approach of OTOP herbal product of SMEs entrepreneur in Western Region of Thailand. **Journal of Advanced Management Science**, 3(2), 123-127.
- Cosenz, F., & Noto, G. (2017). A dynamic business modelling approach to design and experiment new business venture strategy. **Long Range Planning**, 51(1), 127-140.
- Haggege, M., Gauthier, C., & Rüling, C.-C. (2017). Business model performance: Five key drivers. **Journal of Business Strategy**, 38(2), 6-15.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2007). **Entrepreneurship: A contemporary approach** (7th ed.). Routledge: Harcourt Brace College Publishers.
- Wrigley, C., Bucolo, S., & Straker, K. (2016). Designing new business models: Blue sky thinking and testing. **Journal of Business Strategy**, 37(5), 22-31.

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
กรณีศึกษา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT THAT AFFECTS OPERATIONAL EFFICIENCY UNDER THE
EPIDEMIC SITUATION CORONA VIRUS 2019 (COVID-19) CASE STUDY : BANK FOR
AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES IN THE AREA OF BURIRAM PROVINCE

กิตติกร ฮวดศรี¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Kittikorn Huadsri¹

¹Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University

(Received: July 4, 2023; Revised: May 16, 2024; Accepted: July 24, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานรวมถึงทดสอบกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ทั้งหมด 27 สาขา จำนวน 122 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก 2) ผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน และด้านเวลาอยู่ในระดับมาก 3) การทดสอบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) อยู่ที่ 0.682 และมีอิทธิพลต่อกันอยู่ที่ 46.5% โดยมีค่าคงที่มีความสัมพันธ์ตรงกับ OPE ($B=0.772$, $p<0.05$) และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (HRP) ($B=0.358$, $p<0.01$) ก็มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับ OPE อย่างชัดเจนซึ่งหมายความว่าในการการประเมินผลการปฏิบัติงาน สามารถสร้างผลกระทบที่ดีต่อประสิทธิภาพการทำงานและ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (HRT) มีความสัมพันธ์กับ OPE ($B=0.280$, $p<0.01$) นอกจากนี้ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (HRC) มีความสัมพันธ์กับ OPE ($B=0.159$, $p<0.01$) และ ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การประเมินผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาบุคลากรและการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงาน และเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์, ประสิทธิภาพ, การปฏิบัติงาน

ABSTRACT

The objective of our research is to study human resource management and operational efficiency, including testing human resource management processes that affect operational efficiency under the coronavirus 2019 (COVID-19) outbreak situation. Case study: Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Buriram Province. Questionnaires were utilized for data collection pertaining to 122 executives from the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in all 27 branches located in Buriram Province. Statistics used in data analysis included mean, standard deviation, correlation analysis, and multiple regression analysis.

Results found that: 1) Executives of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives have opinions regarding overall human resource management including training and development. Compensation, benefits, and performance evaluations were found to be at a high level; 2) Executives of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives have opinions regarding overall and individual operational efficiency including work quality, amount of work, and time efficiency which were found to be at a high level; 3) Testing human resource management that affects operational efficiency by finding the correlation coefficient between human resource management and its effect on overall operational efficiency (OPE) was determined to be 0.682 with a 46.5% influence and a constant value that has a direct relationship with OPE ($B=0.772$, $p<0.05$). The performance evaluation (HRP) ($B=0.358$, $p<0.01$) has the highest relationship with OPE. Therefore, the performance evaluation positively impacts work performance. Training and development (HRT) OPE ($B=0.280$, $p<0.01$). Compensation and benefits (HRC) OPE ($B=0.159$, $p<0.01$) and moderates the relationship between human resource management and operational efficiency. Results reveal that performance evaluation, personnel development, and appropriate compensation to employees effectively increase the efficiency of work within an organization.

Keywords: Human Resource Management, Efficiency, Performance

บทนำ

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ได้มีการจัดทำขึ้นบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศ โดยการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนทั้งในระดับกลุ่มอาชีพระดับภาคและระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” สำหรับการพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมาส่งผลให้ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาที่สูงขึ้นตามลำดับ(แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, น. 1-2)

นับตั้งแต่ปลายเดือนมีนาคม 2563 ที่ผ่านมามาประเทศไทยปิดล็อกดาวน์แก้ปัญหาโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019(COVID-19จนถึงปัจจุบันโดยได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้ง “ภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน” อย่างไรก็ตามการล็อกดาวน์ที่ผ่านมามีต้นทุนทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นไม่น้อยในการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากการล็อกดาวน์ในช่วงที่ล็อกดาวน์ที่ผ่านมาและหลังสถานการณ์เริ่มดีขึ้นถึงคราวที่ต้องปลดล็อกดาวน์และภาครัฐยังเตรียมงบประมาณเพื่อที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจและช่วยเหลือภาคธุรกิจแต่จะช่วยให้เร็วหรือช้ามากหรือน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับว่าเม็ดเงินลงไปอย่างไรและในส่วนตัว(ธรรมทัช ทองอร่าม, 2563) สำหรับภาคธุรกิจคงจะรอคอยให้ภาครัฐมาช่วยเหลืออย่างเดียวยังคงไม่ได้เพราะการดำเนินธุรกิจหากไม่มีการบริหารจัดการที่ดีมากพอวางแผนธุรกิจหรือตั้งรับกับสถานการณ์แล้วเพียงรายได้หายไปแค่เดือนเดียวก็อาจทำให้ธุรกิจมีปัญหาถึงกับปิดตัวได้จึงมีความจำเป็นที่ธุรกิจหรือผู้ประกอบการต้องมองเห็นภาพตลาดหลังปลดล็อกไวรัสโคโรนา2019(COVID-19) ว่ามีแนวโน้มอย่างไรเพื่อที่จะได้ประเมินสถานการณ์และวางแผนได้ถูกต้องสำหรับแนวโน้มภาวะเศรษฐกิจได้มีการประเมินว่าจะมีการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปหากจะประเมินความเสียหายทางเศรษฐกิจ

จากการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้สถานประกอบการหลายแห่งมีผลกระทบ โดยมีการสั่งปิดสถานประกอบการบางแห่งที่เป็นสถานที่เสี่ยงหรือสั่งให้มีมาตรการเข้มข้น อาชีพที่มีผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวส่วนใหญ่จังหวัดบุรีรัมย์จะเป็นอาชีพเกษตรกร (จังหวัดบุรีรัมย์, 2566) ทำให้ขาดรายได้และไม่สามารถประกอบอาชีพแบบเดิมได้ จึงทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลักอย่างธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรต้องทำงานหนักและคิดแผนงานเพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถอยู่ได้ภายใต้สภาวะการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่สมดุลในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และด้วยเหตุดังกล่าวซึ่งผู้ที่มีผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) กรณีศึกษา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปเป็นประโยชน์ในการศึกษาและสามารถนำมาเป็นกรณีศึกษาในการจัดการเรียนการสอนในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสถานการณ์ต่าง ๆ และได้แนวทางให้บรรลุวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกรณีศึกษา :ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อทดสอบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) กรณีศึกษา :ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตำแหน่งระดับบริหาร ได้แก่ ตำแหน่งหัวหน้าการเงิน หัวหน้าหน่วย ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา ผู้จัดการสาขา ผู้ช่วยผู้อำนวยการและผู้อำนวยการ สังกัดธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์จำนวน 27 สาขา จำนวนทั้งสิ้น 122 คน ได้แก่ สาขาเมืองบุรีรัมย์ จำนวน 4 คน สาขาบุรีรัมย์ จำนวน 5 คน สาขานางรอง จำนวน 5 คน สาขาพุทไธสง จำนวน 4 คน สาขาประโคนชัย จำนวน 5 คน สาขาลำปลายมาศ จำนวน 6 คน สาขาละหานทราย จำนวน 4 คน สาขาสตึก

จำนวน 6 คน สาขากระสัง จำนวน 6 คน สาขาคูเมือง จำนวน 6 คน สาขาบ้านกรวด จำนวน 6 คน สาขานาโพธิ์ จำนวน 4 คน สาขาหนองกู่ จำนวน 4 คน สาขาโนนสุวรรณ จำนวน 4 คน สาขาหนองหงส์ จำนวน 4 คน สาขาเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 4 คน สาขาแคนดงจำนวน 4 คน สาขาขานีจำนวน 4 คน สาขาปะคำจำนวน 4 คน สาขาอีสานจำนวน 5 คน สาขาห้วยราชจำนวน 4 คน สาขาพลับพลาชัยจำนวน 4 คน สาขาบ้านใหม่ไชยพจน์ จำนวน 4 คน สาขาเมืองตลุง จำนวน 4 คน สาขาระกา จำนวน 4 คน สาขาบ้านด่าน จำนวน 4 คน และสาขาโนนดินแดง จำนวน 4 คน (สำนักงาน ธ.ก.ส.จังหวัดบุรีรัมย์, 2565) ผู้วิจัยศึกษาจากจำนวนประชากรทั้งหมด จำนวน 122 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน/การประกอบอาชีพ รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน และตำแหน่งปัจจุบัน ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการฝึกอบรมพัฒนา จำนวน 5 ข้อ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ จำนวน 5 ข้อ และด้านการประเมินการปฏิบัติงาน จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ ด้านคุณภาพงาน จำนวน 5 ข้อ ด้านปริมาณงาน 5 ข้อ และด้านเวลา จำนวน 5 ข้อ

2.2 ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาหาค่า IOC ได้ค่า $IOC = 0.956$ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับธนาคารกรุงไทยสาขาบุรีรัมย์ สาขานนทบุรี และสาขาโรบินสัน ธนาคารกรุงเทพ สาขาบุรีรัมย์ สาขาโรบินสันที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการเก็บรวบรวมผลและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายด้านโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1954) มีค่า Cronbach Alpha เท่ากับ 0.947

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนตามลำดับดังนี้

3.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 122 คน พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเพื่อเตรียมการจัดเก็บข้อมูล

3.2 ขออนุญาตขอเอกสารจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ลงวันที่ 2 พฤษภาคม 2565 เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลโดยแนบพร้อมกับแบบสอบถามตามจำนวนของประชากรกลุ่มตัวอย่างแล้วส่งไปยังธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อที่จะได้กระจายให้ประชากรแต่ละสาขาได้ตอบแบบสอบถาม

3.3 เมื่อถึงตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยได้รับการติดต่อจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ ให้ไปรับแบบสอบถามกลับคืนมา โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้งหมดแล้วนำมาเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังประชากร

กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่าคำตอบคำถามครบถ้วนสมบูรณ์ทุกฉบับจำนวน 122 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

3.4 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่มีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ไปการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อใช้ในการวิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

4.3 การวิเคราะห์ทดสอบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ OPE} = \beta_0 + \beta_1\text{HRT} + \beta_2\text{HRC} + \beta_3\text{HRP} + \epsilon \quad [1]$$

Overall Operational Efficiency (OPE) แทน ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม

Human Resource Management Training and Development (HRT) แทน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา

Human Resource Management Compensation and Benefits (HRC) แทน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์

Human Resource Management Performance Evaluation (HRP) แทน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ϵ แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.20 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 41.80 ตามลำดับ ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมามีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.80 และอายุ 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.90 รองลงมา ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 18.00 สูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 3.30 และ ปวส.หรืออนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ ด้านประสบการณ์การทำงาน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน/การประกอบอาชีพมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 92.60 รองลงมา 7 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ

ละ 7.40 ตามลำดับ ด้านรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน 55,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 65.60 รองลงมา 35,001- 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.90 และ 45,001 – 55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.20 และ 25,001 - 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ และด้านตำแหน่งปัจจุบัน ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา คิดเป็นร้อยละ 28.70 รองลงมา หัวหน้าหน่วยคิดเป็นร้อยละ 25.40 ผู้จัดการสาขาและ หัวหน้าการเงิน คิดเป็นร้อยละ 21.30 ผู้ช่วยผู้อำนวยการคิดเป็นร้อยละ 2.50 และผู้อำนวยการคิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวมภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19)กรณีศึกษา : ธนาครเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

การบริหารทรัพยากรมนุษย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา	3.86	1.731	มาก
2. ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์	3.90	1.024	มาก
3. ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน	4.62	0.574	มากที่สุด
รวม	4.13	1.110	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า พนักงานธนาครเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.62$) และอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.90$) และด้านการฝึกอบรมหรือการพัฒนา ($\bar{X} = 3.86$)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา : ธนาครเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพของงาน	3.89	0.813	มาก
2. ด้านปริมาณงาน	4.26	0.699	มาก
3. ด้านเวลา	4.16	0.781	มาก
รวม	4.10	0.764	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า พนักงานธนาครเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านปริมาณงาน ($\bar{X} = 4.26$) ด้านเวลา ($\bar{X} = 4.16$) และด้านคุณภาพของงาน ($\bar{X} = 3.89$)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

ตัวแปร		OPE	HRT	HRC	HRP
OPE	Pearson Correlation	1	0.343**	0.277**	0.506**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.002	0.000
	N	122	122	122	122
HRT	Pearson Correlation	0.343**	1	0.466**	0.502**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	122	122	122	122
HRC	Pearson Correlation	0.277**	0.466**	1	0.536**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.000		0.000
	N	122	122	122	122
HRP	Pearson Correlation	0.506**	0.502**	0.536**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	122	122	122	122

**p<0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (HRT) กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) ค่า(R)= 0.343 แสดงว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (HRT) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) ในทิศทางเดียวกันประมาณ 34.30% ส่วนด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (HRC) กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) ค่า (R) = 0.277 แสดงว่าด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (HRC) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) ในทิศทางเดียวกันประมาณ 27.70% และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (HRP) กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) ค่า (R) = 0.506 แสดงว่าด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (HRP) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) ในทิศทางเดียวกันประมาณ 50.60% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การทดสอบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

การบริหารทรัพยากรมนุษย์	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE)		Beta	t	p-value
	B	Std.Error			
ค่าคงที่	0.772	0.356		2.167	0.032*
ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (HRT)	0.280	0.061	0.334	4.617	0.000**

ตารางที่ 4 (ต่อ)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE)		Beta	t	p-value
	B	Std.Error			
ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (HRC)	0.159	0.054	0.231	2.934	0.004**
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (HRP)	0.358	0.082	0.336	4.375	0.000**
R =0.682 R ² =0.465 AdjR ² =0.452 F =34.230 Sig. =0.000***					

*p<0.05, **p<0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) อยู่ที่ 0.682 และมีอิทธิพลต่อกันอยู่ที่ 46.5% โดยมีค่าคงที่มีความสัมพันธ์ตรงกับ OPE (B=0.772, p<0.05) และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (HRP) (B=0.358, p<0.01) ก็มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับ OPE อย่างชัดเจนซึ่งหมายความว่าในการการประเมินผลการปฏิบัติงาน สามารถสร้างผลกระทบที่ดีต่อประสิทธิภาพการทำงานและด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (HRT) มีความสัมพันธ์กับ OPE (B=0.280, p<0.01) นอกจากนี้ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (HRC) มีความสัมพันธ์กับ OPE (B=0.159, p<0.01) และซึ่งช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การประเมินผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาบุคลากรและการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงาน และเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา :ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ผู้วิจัยสามารถนำเสนอการอภิปรายผลตามลำดับได้ดังนี้

1. ผู้บริหารของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ เนื่องจากในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ล้วนมีความสำคัญที่จะนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จการฝึกอบรมและพัฒนาจึงเป็นอีกกลยุทธ์ที่องค์กรได้ให้ความสำคัญและนำมาปรับใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยองค์กรมีการสนับสนุนให้พนักงานมีการพัฒนาตนเองในมิติต่าง ๆ และองค์กรมีแผนการฝึกอบรมพัฒนาคุณภาพการทำงานให้พนักงานในแต่ละช่วงแต่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ย่อมมีอุปสรรคในกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาองค์กรก็ไม่ได้ละทิ้งในเรื่องของการบริหารงานบุคคลถึงแม้สถานการณ์ดังกล่าวได้มีผลกระทบก็ตามองค์กรได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมผ่านระบบออนไลน์ตามรูปแบบใหม่การให้คำแนะนำกับพนักงานทุกคนด้วยการเว้นระยะห่าง รวมไปถึงการใช้ระบบสารสนเทศอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารรูปแบบออนไลน์เพื่อให้มีความยืดหยุ่นสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาวิณี เฟลด์แมน (2565) พบว่าพนักงานได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง

ในด้านที่เกี่ยวกับหน้าที่ที่ปฏิบัติอยู่หรือเกี่ยวกับแนวทางในการปฏิบัติงานใหม่ ๆ จะสามารถทำให้พนักงานนำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมมาเป็นแนวทางและประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจึงทำให้พนักงานมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นทั้งนี้การที่พนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการทำงานถึงแม้อยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และสามารถที่จะนำเอาความรู้ที่ได้รับประยุกต์ใช้พัฒนาการทำงานในรูปแบบใหม่แต่คงไว้ซึ่งการได้ปริมาณของงานตามเป้าหมายที่กำหนดหรือเกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดตลอดจนเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานเกิดความรู้สึกการได้รับการดูแลเอาใจใส่เปรียบเสมือนครอบครัวเดียวซึ่งทำให้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นดังกล่าวนำไปสู่การสร้างเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กรพร้อมที่จะทุ่มเทเสียสละกับการทำงานเต็มศักยภาพเพื่อเป้าหมายความสำเร็จของงานที่ได้รับมอบหมายและเป้าหมายองค์กรเกิดเป็นผลงานเชิงประจักษ์สร้างความภูมิใจเมื่อได้นำผลงานดังกล่าวไปสู่ระบบการประเมินผลงานตามวงรอบด้วยความยุติธรรมโปร่งใสชัดเจนตรวจสอบได้ที่มีความเหมาะสมกับการได้รับค่าตอบแทนและผลประโยชน์ อาทิ เบี้ยเลี้ยง เบี้ยขยัน สอดคล้องกับความสามารถและประสบการณ์ของพนักงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชิตา กมลเกียรติกิตติ (2562) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท เค-ไมล์ แอร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาส ศิริภาพ และคณะ (2564) พบว่าบุคลากรทางการศึกษามีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสถาบันอุดมศึกษาโดยรวมและเป็นรายด้านได้แก่ การฝึกอบรมและการพัฒนาการดำรงรักษาพนักงานและผลประโยชน์และค่าตอบแทนอยู่ในระดับมาก

2. ผู้บริหารของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา และด้านคุณภาพงาน อยู่ในระดับมากเนื่องจากในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานทุกองค์รวมไปถึงธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเช่นเดียวกันแต่ด้วยพันธกิจขององค์กรที่จะต้องดูแลกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นเกษตรกรทำให้องค์กรต้องมีการปรับรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อให้พนักงานมีความปลอดภัยโดยมีมาตรการต่าง ๆ ที่ได้นำมาใช้อย่างต่อเนื่องอย่างไรก็ตามถึงแม้จะอยู่ในสถานการณ์ดังกล่าวพนักงานต่างมีความมุ่งมั่นในการทำงานโดยปรับรูปแบบการทำงานให้มีความสอดคล้องตามสถานการณ์ Work From Home ใช้ระบบเทคโนโลยีในการติดต่องานการประสานงานเพิ่มมากขึ้นทั้งนี้เพื่อการดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันส่งผลให้การปฏิบัติงานสำเร็จผลตามเป้าหมายหรือแผนงานที่กำหนดผลงานมีคุณภาพตามมาตรฐานปริมาณของงานตรงตามเป้าหมายโดยใช้ระยะเวลาเท่าเดิมหรือน้อยกว่าเดิมลดการสูญเสียของทรัพยากรที่ใช้ซึ่งเป็นต้นทุนในการทำงานสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานและองค์กรตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาติดต่อธุรกรรมทางการเงินรวมถึงการติดต่อประสานงานต่าง ๆ ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกถึงการได้รับการดูแลเอาใจเป็นอย่างดีสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชิตา กมลเกียรติกิตติ (2562) พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภรณ์ พรรณราย (2565) พบว่าบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลามีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมากที่สุดในด้านปริมาณงานและอยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านคุณภาพของงานและด้านเวลา

3. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ($B=0.280, p<0.001$) เนื่องจากในสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกระทบต่อการทำงานที่อยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงทำให้แนวทางการพัฒนาพนักงานในองค์กรไม่เป็นไปในรูปแบบที่เคยทำมาแต่ก่อนและองค์กรมีแนวทางการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ของพนักงานโดยให้ความรู้ความเข้าใจและวิธีการป้องกันเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา 2019 เช่นวิธีการตรวจ ATK การสังเกตอาการถ้ามีการติดเชื้อวิธีการ

ป้องกันและรักษาหากเกิดติดเชื้อขึ้นมาเลยทำให้การพัฒนาพนักงานต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบออนไลน์มากขึ้นหรือที่เรียกว่า Work From Home ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดำรงค์ คำวงศ์ (2564) พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติการส่งผลต่อการพัฒนาไม่แตกต่างกัน

4. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ($B=0.159$, $p<0.05$) เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้มีผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานส่งผลให้องค์กรต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันแต่ยังคงไว้ซึ่งการดำเนินให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดโดยใช้กลยุทธ์การจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ อาทิเช่น ค่าเบี้ยเลี้ยง เบี้ยขยัน ประกันชีวิตตลอดจนสวัสดิการอื่น ๆ ที่องค์กรมอบให้เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานที่เสี่ยงภัยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์เช่นนี้จะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกถึงการได้รับการดูแลเอาใจและความห่วงใยที่มีต่อพนักงานเปรียบเสมือนกันเป็นครอบครัวเดียวกันทำให้พนักงานพร้อมที่จะทุ่มเทเสียสละและอุทิศตนให้กับการทำงานเต็มศักยภาพส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่สำเร็จผลได้อย่างมีคุณภาพเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดได้ปริมาณของงานเท่าเดิมหรือมากกว่าแต่ใช้ระยะเวลาตามแผนที่กำหนด ตลอดจนผลงานที่สำเร็จสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามารับบริการกับองค์กรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ (2561) พบว่า ปัจจัยค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ทางการเงิน ด้านสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิสิทธิ์ คุณวรปัญญา และคำณ โชนะโชติ (2562) พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

5. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานมีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมมากที่สุด ($B=0.358$, $p<0.05$) เนื่องจากในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกระทบต่อการทำงานส่งผลให้องค์กรได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการทำงานแบบใหม่ตามสถานการณ์อย่างไรก็ตามถึงแม้จะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แนวทางและวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่องค์กรได้นำมาใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันไม่สร้างความแตกต่างในการประเมินซึ่งจะทำให้พนักงานรับรู้ถึงความยุติธรรมโดยได้รับข้อมูลข่าวสารแนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานผ่านระบบการออนไลน์เพื่อสร้างความเข้าใจวิธีการระยะเวลา ขั้นตอนรวมไปถึงรูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงานซึ่งทำให้พนักงานได้มีการเตรียมความพร้อม และกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของงานที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสร้างความพอใจให้กับลูกค้าที่รับบริการเกิดเป็นผลงานเชิงประจักษ์รวมไปถึงการได้ปริมาณที่เป็นไปตามเป้าหมายหรือแผนงานที่กำหนดโดยใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าและลดการสูญญายน้อยที่สุดดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้วยวิธีการใช้รูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติที่ชัดเจนโปร่งใสและมีความเป็นธรรมทำให้พนักงานตระหนักและสร้างพลังบวกการทำงานที่จะนำไปสู่การปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรและการบรรลุผลตามเป้าหมายของการดำเนินงานต่อไปซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิสิทธิ์ คุณวรปัญญา และคำณ โชนะโชติ (2562) พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ไพรินทร์ สงละเอียด (2560) พบว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการประเมินผลการประเมินผลการปฏิบัติงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรควรนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารทรัพยากรเพื่อสร้างศักยภาพการทำงานให้กับพนักงานถึงแม้จะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยการส่งเสริมสนับสนุนการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่องการนำกลยุทธ์การจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมด้วยความเป็นธรรม

1.2 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับพนักงานซึ่งจะทำให้พนักงานสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานได้อย่างมีคุณภาพปริมาณของงานมีความเหมาะสมโดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเป็นไปตามเวลาที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรควรนำไปใช้เป็นแนวทางการวางรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตข้างหน้าสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ยังไม่หมดจากประเทศไทยในด้านการฝึกอบรมและพัฒนาด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในด้านคุณภาพปริมาณของงานและเวลาซึ่งนำไปสู่การบรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กรต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับทัศนคติของบุคคลมิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้ชัดเจนซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำโดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควรทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการวางแผนการบริหารงานบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย

2.2 การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการอื่น ๆ นอกจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์แบบโดยตรง การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและควรมีการเพิ่มระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลให้สูงขึ้นเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมและมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

2.3 อาจศึกษาถึงตัวแปรอื่น ๆ ที่คาดว่าจะสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสามารถของทุนมนุษย์ของเจ้าหน้าที่ตรวจบัญชีสหกรณ์ได้มากยิ่งขึ้น เช่น ภาวะผู้นำในทีมการจัดองค์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ทัศนคติ บรรยากาศองค์การ ภาวะผู้นำขององค์การ การบริหารความขัดแย้ง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาวิณี เฟลด์แมน. (2565). **แนวทางการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
จังหวัดบุรีรัมย์. (2566). **จังหวัดบุรีรัมย์**. สืบค้น กันยายน 10, 2566 จาก
<http://www.buriram.go.th/web3/>.
- ดำรง คำวงศ์. (2564). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของบุคลากรในบริษัทผู้
จำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ไฟฟ้าอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระรัฐ
ประศาสนศาสตรและบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธรรมทัช ทองอร่าม. (2563). **5G จะเปลี่ยนแปลงประเทศไทยอย่างไร**. สืบค้น มีนาคม 5, 2565 จาก
<https://www.tmbbank.com/analytics/commentaries/view/5G-Effect-to-ThaiBusiness.html>.
- ธนภรณ์ พรรณราย. (2565). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วน
จังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ประภาส ศิริภาพ, สุขุมพงศ์ ชาญนวงศ์, เฉลียว วิฑูรย์, วีระ ลาดหนองขุ่น และจรีภรณ์ เมฆินไกรลาศ.
(2564). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา
ไทย**. วารสารการบริหารปกครอง, 10(1), 197-220.
- ไพรินทร์ สงละเอียด. (2560). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน
ราชการกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน**. รวบรวมบทความการศึกษาศิษษาอิสระรัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์. (2561). **ปัจจัยค่าตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน:
กรณีศึกษาบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ**. วารสารร่วมพฤษ มหาววิทยาลัย
เกริก, 36(2), 121-144.
- อภิสิทธิ์ คุณวรปัญญา และคำณ โชนะโชติ. (2560). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการ
ปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานตำแหน่งประเภทสนับสนุน มหาวิทยาลัยมหิดล**. วารสารสังคมศาสตร์
บูรณาการ, 5(2), 207-306.
- อัญชิตา กมลเกียรติกิตติ. (2562). **ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
ของพนักงาน บริษัท เค-ไมล์ แอร์ จำกัด**. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร
(มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ), 12(2), 1364-1381.
- Cronbach, L. J. (1954). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*,
16, 297-334.

การปรับปรุงกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อในบริษัทค้าปลีก
IMPROVEMENT IN THE WORKING PROCESS OF PURCHASING DEPARTMENT
IN A RETAILER COMPANY

ศิริรัตน์ แจ้งรักษ์สกุล¹ คุณากร วิวัฒนากรวงศ์¹ และ วริศ ลิ้มลาวัลย์¹

¹วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Sirat Jangruxsakul¹ Kunakorn Wiwattanakornwong¹ and Varis Limlawan¹

¹College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

(Received: October 26, 2022; Revised: April 18, 2023; Accepted: December 6, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกที่ประสบปัญหากระบวนการในการปฏิบัติงานที่ใช้เวลานาน มีขั้นตอนที่ซับซ้อน ใช้เวลาในการสั่งซื้อจนกระทั่งได้รับสินค้าหรือบริการเป็นเวลาค่อนข้างนาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของสภาพปัญหากระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ 2) เพื่อลดความสูญเปล่าในกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ และ 3) เพื่อเปรียบเทียบผลผลิตภาพก่อนและหลังการปรับปรุงโดยใช้การศึกษางานโดยใช้เครื่องมือแผนภูมิกระบวนการไหลในการบันทึกข้อมูล จากนั้นใช้การวิเคราะห์กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าและไม่เพิ่มคุณค่าในการวิเคราะห์แต่ละกิจกรรมเพื่อทำการปรับปรุงการลดความสูญเปล่าด้วยหลักการ ECRS จากสภาพการทำงานปัจจุบันกิจกรรมทั้งหมด 46 กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า (VA) จำนวน 26 กิจกรรม และกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่า (NVA) จำนวน 20 กิจกรรม มีระยะเวลารวมทุกขั้นตอน 16 วัน 780 นาที ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงโดยใช้หลักการ ECRS ในการปรับปรุง ผลการปรับปรุงทำให้ในภาพรวมกิจกรรมรวมลดลงจาก 46 กิจกรรม เหลือ 44 กิจกรรม ลดลง 2 กิจกรรม (ร้อยละ 4.34) ระยะเวลารวมลดลงจาก 16 วัน 780 นาที เหลือ 11 วัน 680 นาที ลดลง 5 วัน 100 นาที (ร้อยละ 30.08)

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ปัญหา, กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า, การศึกษางาน, กระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ

ABSTRACT

This research is a study to improve the work process of the purchasing department. Retail Company Case Study who faced the problem of operating processes that took a long time There are complicated steps. It takes quite a long time to order until receiving the product or service. This research is primarily composed of three objectives. Firstly, it is to study the fundamental data of problem circumstance in the working process of purchasing department. Secondly, it is to reduce wastes in the purchasing department's working procedure. Thirdly, it is to compare between pre and post improvement based on the work study by means of the flow process chart for data record. In this case, an analysis of the value- and non-value-added activity (or VA and NVA, respectively) on each activity was employed for improving in the matter of waste reduction with respect to the principle of ECRS (standing for Eliminate, Combine, Rearrange and Simplify). There were totally existing 46 activities, which 26 and 20 of them were VA and NVA, respectively. Also, the total time of all activities was 16 days and 780 minutes. After improvement by ECRS, results

demonstrate that a number of activities are decreased from 46 to 44, reduction of two (or 4.34%). In the meantime, the total time is dropped from 16 days and 780 minutes to 11 days and 680 minutes, reduction of 5 days and 100 minutes (or 30.08%).

Keywords: Problem analysis, Value-added activity, Work study, Working process of purchasing department

บทนำ

การจัดหาและการจัดซื้อเป็นกระบวนการดำเนินการซื้อ (อรุณ บริรักษ์, 2550) เพื่อให้ได้มาซึ่งวัสดุต่าง ๆ ตามที่กิจการต้องการเป็นการดำเนินกิจกรรม (วรรณิ ชลนภาสถิต, 2554) ตลอดจนการได้มาซึ่งอุปกรณ์ วัสดุ สินค้า วัตถุดิบ และการบริการต่าง ๆ โดยถูกต้องตามกฎหมาย รวมถึงเครื่องจักรเครื่องมือ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล, 2552) และบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร (อรุณ บริรักษ์, 2550) โดยได้สินค้าตามที่ต้องการในปริมาณ คุณภาพ เวลา ที่เหมาะสมและมีต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2556) อาศัยการยึดหลัก 5R's ประกอบด้วย 1) คุณสมบัติถูกต้อง (Right Quality) 2) จำนวนที่ถูกต้อง (Right Quantity) 3) เลือกซื้อจากแหล่งที่ถูกต้อง (Right Source) 4) ในราคาที่ถูกต้อง (Right Price) และ 5) ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (Right Needs) เพื่อสนับสนุน ต่อการดำเนินกิจกรรมหลักขององค์กร ในสภาวะที่การแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเปรียบเทียบราคาสินค้ามากขึ้นตามมา ถ้าสถานประกอบการต้องการที่จะสามารถแข่งขันในระดับโลกหรือในระดับประเทศได้ จะต้องมีการพัฒนาและการบริหารจัดการในองค์กรที่ดี (อ่องน สังขพงศ์ และสถาพร ทองคำ, 2556) ทั้งหมดเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิตที่ดี ใช้เทคนิคต่าง ๆ สำหรับการวางแผนควบคุมการผลิต (Phiphop, 2005) การมุ่งเน้นในการที่จะลดความสูญเปล่า (Ratchawan & Neausom, 1995) ในกระบวนการผลิต การศึกษาการทำงานเพื่อลดความสูญเปล่าเพื่อเพิ่มผลผลิตในการปฏิบัติงาน การจัดสมดุลการผลิตโดยแบ่งย่อยกระบวนการต่าง ๆ ให้มีเวลาใกล้เคียงกัน (Kasidit & Chusak, 2007) โดยประยุกต์ใช้เทคนิค ECRS เข้ามาใช้ในการปรับปรุงการทำงาน (Wichai & Chaleornpol, 2008)

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีก ที่ประสบปัญหา คือ ขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ใช้เวลานาน กระบวนการสั่งซื้อมีขั้นตอนที่ซับซ้อน ใช้เวลาในการสั่งซื้อจนกระทั่งได้รับสินค้าหรือบริการเป็นการใช้เวลานานเกิดความจำเป็นบ่อยครั้งอันส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของบริษัท โดยการศึกษางาน (Work Study) ซึ่งเครื่องมือหลักที่ใช้ คือ Swim Lane Diagram เป็นแผนภาพกระบวนการที่มีการระบุขั้นตอนในกระบวนการทั้งข้อมูล และบุคคลที่เกี่ยวข้องและแผนภูมิกระบวนการไหล (Flow Process Chart) การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ จากนั้นทำการวิเคราะห์งานที่ก่อให้เกิดคุณค่า/ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า (VA/NVA) และทำการลดความสูญเปล่าด้วยหลักการ ECRS (ประเสริฐ อัครประณพพงศ์, 2552) โดยหลักการ ECRS เริ่มต้นลดความสูญเปล่าอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ พบว่า ขั้นตอนการปฏิบัติงานเริ่มต้นจาก ผู้กรอกเอกสารใบขอซื้อ (PR) ในระบบคอมพิวเตอร์ ส่งมาให้แผนกจัดซื้อ (PU) แผนกจัดซื้อตรวจสอบใบขอซื้อ เช็กสต็อก ติดต่อผู้จัดจำหน่ายวัสดุ (Supplier) ส่งข้อมูลสินค้าให้กับผู้จัดจำหน่ายวัสดุเพื่อให้ผู้จัดจำหน่ายวัสดุตรวจสอบสินค้าที่ต้องการจะสั่งซื้อ และให้ผู้จัดจำหน่ายวัสดุส่งใบเสนอราคามาให้ แผนกจัดซื้อทำ

[illegible]

วิธีการศึกษาในครั้งนี้ได้นำแนวคิดหลักการเพิ่มผลผลิต (จำลักษณ์ ขุนพลแก้ว, 2546) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (พงศพัฒน์ เพ็ชรรุ่งเรือง, 2557) การศึกษางาน (วิจิตร ตันนงสุทธิ์, 2539) และการวิเคราะห์กระบวนการ (รัชต์วรรณ กาญจนปัญญาคม, 2552) การลดความสูญเปล่าด้วยหลักการ ECRS ประเสริฐ อัครประถมพงศ์ (2554) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการผลิต โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ศึกษาสภาพการปฏิบัติงานปัจจุบันของกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ โดยการศึกษางาน (Work Study) ซึ่งเครื่องมือหลักที่ใช้ คือ Swim Lane Diagram เป็นแผนภาพกระบวนการที่มีการระบุขั้นตอนในกระบวนการทั้งข้อมูล และบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Shostack, 1984) และแผนภูมิกระบวนการไหล (Flow Process Chart) ที่เป็นแผนภูมิใช้จำแนกกิจกรรมออกเป็น 5 ประเภท โดยเริ่มจากกิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มไปจนถึงกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ผ่านสัญลักษณ์มาตรฐาน 5 รูปแบบได้แก่ การดำเนินงาน (Operations) การตรวจสอบ (Inspection) การเคลื่อนย้าย (Transportation) การรอคอย (Delay) และการจัดเก็บ (Storage) โดยใช้เวลาพิจารณาเวลา ทำการจับเวลาในแต่ละงานย่อย ยึดหลักการจับเวลาโดยตรงแบบวิธีการจับซ้ำ (Repetitive Timing) ถ้าวัฏจักรงานสั้นกว่า 2 นาที ให้จับเวลามา 10 ค่าและถ้าวัฏจักรงานยาวกว่า 2 นาที ให้จับเวลามา 5 ค่า (รัชต์วรรณ กาญจนปัญญาคม, 2552)

2. ทำการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ โดยแนวคิดงานที่ก่อให้เกิดคุณค่า/ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า (VA/NVA) Kurokawa (2010) สามารถวิเคราะห์ความสูญเปล่าด้วยการวิเคราะห์คุณค่ากิจกรรม (Value analysis) แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ 1) กิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่า (Non-Value Added Activities: NVA) เป็นความสูญเปล่าที่เกิดจากกิจกรรมที่ไม่จำเป็น จึงควรขจัดกิจกรรมออกไปจากกระบวนการ โดยเฉพาะความผิดพลาดและความล่าช้า 2) กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า (Value Added Activities: VA) เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่าในการปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือปรับเปลี่ยนกระบวนการปฏิบัติงานโดยอาศัยการใช้แรงงานหรือเครื่องจักรในการดำเนินงาน จึงจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

3. ทำการหาแนวทางการปรับปรุงจากปัญหาที่พบ โดยใช้การลดความสูญเปล่าด้วยหลักการ ECRS (ประเสริฐ อัครประถมพงศ์, 2552) โดยหลักการ ECRS เป็นหลักการง่าย ๆ ซึ่งสามารถใช้ในการเริ่มต้นลดความสูญเปล่าหรือ MUDA ลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เปลี่ยนแปลงสภาพปัจจุบันให้เข้าสู่สภาพที่ควรจะเป็น สร้างงานที่เป็นมาตรฐานเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (ภัทรนิษฐ์ บุญวัง, 2556) โดยเป็นหลักการที่ประกอบด้วย E = Eliminate การกำจัดออก หมายถึง การพิจารณาการทำงานปัจจุบัน และทำการกำจัดความสูญเปล่าทั้งเจ็ด ที่พบในการทำงานออกไป C = Combine การรวมกัน หมายถึง ความสามารถในการรวมขั้นตอนการทำงานให้ลดลงได้หรือไม่ R = Rearrange การจัดลำดับใหม่ หมายถึง การจัดขั้นตอนการทำงานใหม่ เพื่อลดการเคลื่อนที่ที่ไม่จำเป็น หรือการรอคอย และ S = Simplify การทำให้ง่ายขึ้น หมายถึง การปรับปรุงการทำงานให้ง่าย และสะดวกขึ้นกว่าเดิม

4. ประเมินผลการปรับปรุงพร้อมทั้งเปรียบเทียบก่อนและหลังการปรับปรุงผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของสภาพปัญหากระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ พิจารณาการปฏิบัติงานดังตารางที่ 1 พบว่า กระบวนการการการส่งสินค้าสำเร็จรูปให้ลูกค้าใช้เวลาทั้งสิ้น 16 วัน 780 นาที มีกิจกรรมทั้งหมด 46 กิจกรรม มีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่า (Value Added Activity) จำนวน 26 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 56.52 และกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า (Non Value Added Activity) จำนวน 20 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 43.48 โดยกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ประเภทการรอคอย (Waiting) และกระบวนการที่ไม่เกิดความจำเป็น (Over Processing) คือ กระบวนการที่เกินความจำเป็น มีขั้นตอนที่ 16, 36, 37, 39, 40, 44 และ 45) และการรอคอย มีขั้นตอนที่ 5, 13, 17, 20, 34 และ 38 ซึ่งการสูญเสียทั้ง 13 ขั้น ทำให้เกิดความสูญเปล่าทั้งสิ้น 4 วัน 160 นาที

ตารางที่ 1 วิเคราะห์กิจกรรมของกระบวนการการจัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปให้ลูกค้า (ก่อนปรับปรุง)

ลำดับ	กิจกรรม	เวลา (นาที)	VA/NVA
1	จัดซื้อใบ PR มาตรวจสอบรายละเอียด	30	VA
2	จัดซื้อ ตรวจสอบจำนวนสินค้า	20	NVA
3	เช็ครายละเอียดกับผู้จัดจำหน่ายวัสดุและขอใบเสนอราคา	20	NVA
4	ผู้จัดจำหน่ายวัสดุตรวจสอบสินค้า	10	NVA
5	รอใบเสนอราคาจากผู้จัดจำหน่ายวัสดุ	1 วัน	NVA
6	ตรวจสอบใบเสนอราคา	10	NVA
7	ต่อรองราคา	30	VA
8	รอผู้จัดจำหน่ายวัสดุตกลงราคา	30	NVA
9	เปรียบเทียบราคาของผู้จัดจำหน่ายวัสดุแต่ละเจ้า	60	VA
10	เลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ	10	VA
11	จัดซื้ออนุมัติใบ PR	10	VA
12	ส่งให้ผู้จัดการอนุมัติ	1 วัน	VA
13	รอผู้จัดการอนุมัติ	1 วัน	NVA
14	ผู้จัดการอนุมัติ	1 วัน	VA
15	จัดซื้อใบ PO	30	VA
16	ตรวจสอบใบ PO	10	NVA
17	รอหัวหน้าจัดซื้อตรวจสอบและเซ็นใบ PO	30	NVA
18	หัวหน้าจัดซื้อตรวจสอบและเซ็นใบ PO	30	VA
19	จัดซื้อส่งใบ PO ให้ผู้จัดจำหน่ายวัสดุทาง E-Mail	10	VA
20	รอผู้จัดจำหน่ายวัสดุ ตอบตกลงใบ PO	30	NVA
21	ผู้จัดจำหน่ายวัสดุ ตอบตกลงใบ PO	30	VA
22	ผู้จัดจำหน่ายวัสดุส่งสินค้ามายังแผนกที่ขอซื้อ	7 วัน	VA
23	ตรวจสอบสินค้า	30	NVA
24	เซ็นรับสินค้า	10	VA
25	ผู้จัดจำหน่ายวัสดุวางบิลที่จัดซื้อ	30	VA
26	จัดซื้อตรวจสอบใบวางบิล	20	NVA

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ	กิจกรรม	เวลา (นาที)	VA/NVA
27	เซ็นรับใบวางบิล	10	VA
28	ทำรับในระบบ	20	VA
29	ตรวจสอบข้อมูลในระบบ	20	NVA
30	ยืนยันข้อมูลในระบบ	10	VA
31	ตรวจสอบช่องทางการชำระเงิน	10	NVA
32	ลงวันที่การชำระเงิน	10	VA
33	ส่งให้ผู้จัดการอนุมัติ	1 วัน	VA
34	รอผู้จัดการอนุมัติ	1 วัน	NVA
35	ผู้จัดการอนุมัติ	1 วัน	VA
36	จัดซื้อตรวจสอบลายเซ็น	10	NVA
37	ส่งเอกสารวางบิลให้แผนกที่สั่งซื้อประทับตราและเซ็นรับสินค้า	30	VA
38	รอประทับตราและเซ็นรับสินค้า	1 วัน	NVA
39	ประทับตราและเซ็นรับสินค้า	20	VA
40	จัดซื้อตรวจสอบเอกสาร	10	NVA
41	สแกนเอกสารเข้าระบบ	30	VA
42	ตรวจสอบและแยกเอกสารเพื่อส่งบัญชี	60	NVA
43	เก็บเอกสารสำเนา	30	VA
44	ตรวจสอบเอกสาร	10	NVA
45	จัดซื้อเซ็นอนุมัติ	10	VA
46	ส่งให้แผนกบัญชี	1 วัน	VA
รวม		16 วัน 780 นาที	VA = 26 NVA = 20

หลังจากพิจารณาแยกประเภทกิจกรรมออกเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่า (Value Added Activity) และกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า (Non Value Added Activity) ซึ่งพบว่า มีกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า (Non Value Added Activity) ประเภท การรอคอย (Waiting) และ กระบวนการที่เกิดความจำเป็น (Over Processing) ซ่อนอยู่ คือ กระบวนการที่เกินความจำเป็น มีขั้นตอนที่ 16, 36, 37, 39, 40, 44 และ 45) และการรอคอย มีขั้นตอนที่ 5, 13, 17, 20, 34 และ 38 ซึ่งการสูญเสียทั้ง 13 ขั้น ทำให้เกิดความสูญเสียทั้งสิ้น 4.11 วัน (4 วัน 160 นาที) จึงได้ปรับกระบวนการและพยายามลดขั้นตอนที่เป็น กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า (Non Value Added Activity)

แนวทางการปรับปรุงจากปัญหาโดยใช้หลักการ ECRS

ECRS เป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการบริหารการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยปรับปรุงวิธีการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้น มีแนวทางง่าย ๆ ที่สามารถใช้ปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยการหยุด การลด การเปลี่ยน การรวม และการทำงานให้ง่ายหรือหลักการของ ECERS โดยในการปรับปรุงครั้งนี้ได้เลือกใช้ 3 หลักการ หลักๆ คือ

1. E (Eliminate) คือ การตัดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็นในกระบวนการออกไป โดยเฉพาะขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า เช่น กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า (NVA) ได้แก่ ขั้นตอนที่ 12, 13, 14 และขั้นตอนที่ 34, 35, 36 ซึ่งเป็นการส่งให้ผู้จัดการอนุมัตินั้นจะเสียเวลาในการส่งและการรอคอยในการอนุมัติเป็นอย่างมาก จึงทำการประชุมหน่วยงานเพื่อจัดทำข้อตกลงในการอนุมัติ เพื่อลดเวลาในขั้นตอนการอนุมัติจาก 3 วัน เหลือ 1 วัน

2. R (Rearrange) คือ การจัดลำดับงานใหม่ให้เหมาะสม ได้แก่ ขั้นตอนที่ 37 ส่งเอกสารวางบิลให้แผนกที่สั่งซื้อประทับตราและเซ็นรับสินค้า และ 38 รอประทับตราและเซ็นรับสินค้า เพราะในขั้นตอนที่ 24 การเซ็นรับสินค้าหลังตรวจสอบสินค้าเสร็จแล้ว สามารถใช้ลายเซ็นดังกล่าวแทนได้เลย ไม่ต้องมาเซ็นซ้ำอีกครั้ง

3. S (Simplifier) การทำให้ง่ายขึ้น ได้แก่ การทำการปรับปรุงงานให้มีการปฏิบัติงานที่ง่ายขึ้น และมีประสิทธิภาพสูง โดยในส่วนของขั้นตอนที่ 7 การต่อรองราคา ขั้นตอนที่ 8 รอผู้จัดจำหน่ายวัสดุตกลงราคา ขั้นตอนที่ 9 การเปรียบเทียบราคาของผู้จัดจำหน่ายวัสดุแต่ละรายและขั้นตอนที่ 10 การเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุสามารถลดเวลาได้จากข้อมูลย้อนหลังราคาของผู้จัดจำหน่ายวัสดุเป็นเกณฑ์พิจารณาราคาและต่อรองราคาในเบื้องต้น เมื่อผู้จัดจำหน่ายวัสดุแต่ละรายส่งราคามาให้จะทำให้สามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น โดยสามารถทำให้เสร็จสิ้นได้ใน 60 นาที

ตารางที่ 2 วิเคราะห์กิจกรรมของกระบวนการการจัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปให้ลูกค้า (หลังปรับปรุง)

ลำดับ	กิจกรรม	เวลา (นาที)	VA/NVA
1	จัดซื้อรับใบ PR มาตรวจสอบรายละเอียด	30	VA
2	จัดซื้อ ตรวจสอบสต็อกสินค้า	20	NVA
3	เช็ครายละเอียดกับผู้จัดจำหน่ายวัสดุและขอใบเสนอราคา	20	NVA
4	ผู้จัดจำหน่ายวัสดุตรวจสอบสินค้า	10	NVA
5	รอใบเสนอราคาจากผู้จัดจำหน่ายวัสดุ	1 วัน	NVA
6	ตรวจสอบใบเสนอราคา	10	NVA
7	ต่อรองราคา	60	VA
8	รอผู้จัดจำหน่ายวัสดุตกลงราคา	-	NVA
9	เปรียบเทียบราคาของผู้จัดจำหน่ายวัสดุแต่ละเจ้า	-	VA
10	เลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ	-	VA
11	จัดซื้ออนุมัติใบ PR	10	VA
12	ส่งให้ผู้จัดการอนุมัติ	1 วัน	VA
13	รอผู้จัดการอนุมัติ	-	NVA
14	ผู้จัดการอนุมัติ	-	VA
15	จัดซื้อออกใบ PO	30	VA
16	ตรวจสอบใบ PO	10	NVA
17	รอหัวหน้าจัดซื้อตรวจสอบและเซ็นใบ PO	30	NVA
18	หัวหน้าจัดซื้อตรวจสอบและเซ็นใบ PO	30	VA
19	จัดซื้อส่งใบ PO ให้ผู้จัดจำหน่ายวัสดุทาง E-Mail	10	VA
20	รอผู้จัดจำหน่ายวัสดุ ตอบตกลงใบ PO	30	NVA

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	กิจกรรม	เวลา (นาที)	VA/NVA
21	ผู้จัดจำหน่ายวัสดุ ตอบตกลงใบ PO	30	VA
22	ผู้จัดจำหน่ายวัสดุส่งสินค้ามายังแผนกที่ขอซื้อ	7 วัน	VA
23	ตรวจสอบสินค้า	30	NVA
24	เซ็นรับสินค้า	10	VA
25	ผู้จัดจำหน่ายวัสดุวางบิลที่จัดซื้อ	30	VA
26	จัดซื้อตรวจสอบใบวางบิล	20	NVA
27	เซ็นรับใบวางบิล	10	VA
28	ทำรับในระบบ	20	VA
29	ตรวจสอบข้อมูลในระบบ	20	NVA
30	ยืนยันข้อมูลในระบบ	10	VA
31	ตรวจสอบช่องทางการชำระเงิน	10	NVA
32	ลงวันที่การชำระเงิน	10	VA
33	ส่งให้ผู้จัดการอนุมัติ	1 วัน	VA
34	รอผู้จัดการอนุมัติ	-	NVA
35	ผู้จัดการอนุมัติ	-	VA
36	จัดซื้อตรวจสอบลายเซ็น	10	NVA
37	ประทับตราและเซ็นรับสินค้า	20	VA
38	จัดซื้อตรวจสอบเอกสาร	10	NVA
39	สแกนเอกสารเข้าระบบ	30	VA
40	ตรวจสอบและแยกเอกสารเพื่อส่งบัญชี	60	NVA
41	เก็บเอกสารสำเนา	30	VA
42	ตรวจสอบเอกสาร	10	NVA
43	จัดซื้อเซ็นอนุมัติ	10	VA
44	ส่งให้แผนกบัญชี	1 วัน	VA
	รวม	11 วัน 680 นาที	VA = 25 NVA = 19

อภิปรายผล

จากการปรับปรุงโดยใช้แนวทาง ECRS โดยการตัดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น การจัดลำดับงานใหม่ให้เหมาะสมและการปรับปรุงการปฏิบัติงานที่ง่ายขึ้น ดังตารางที่ 2 ผลที่ได้รับ พบว่า ในภาพรวมกระบวนการการจัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปให้ลูกค้า มีกิจกรรมทั้งหมดก่อนการปรับปรุงมีจำนวน 46 กิจกรรม หลังการปรับปรุงลดลงเหลือ 44 กิจกรรม ลดลง 2 กิจกรรม (ร้อยละ 4.34) ใช้เวลาทั้งสิ้น 16 วัน 780 นาที หลังการปรับปรุงใช้เวลาลดลงเหลือ 11 วัน 680 นาที ลดลง 5 วัน 100 นาที (ร้อยละ 30.08) กิจกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่า ก่อนปรับปรุง จำนวน

26 กิจกรรม หลังปรับปรุงลดลงเหลือ 25 กิจกรรม (ร้อยละ 3.85) กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า ก่อนปรับปรุงจำนวน 20 กิจกรรม หลังปรับปรุงลดลงเหลือ 19 กิจกรรม (ร้อยละ 5.00)

ซึ่งจากผลที่ได้จากการปรับปรุงโดยใช้แนวทาง ECRS พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของหลาย ๆ ท่าน ได้แก่ ศิริรัตน์ แฉ่งรักษ์สกุล และคณะ (2564) กิตติชัย อธิกุลรัตน์ (2561) ซึ่งทำการศึกษาขั้นตอนปัจจุบัน จากนั้นใช้หลักการ ECRS เข้ามาช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพและลดเวลาและความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ผลการปรับปรุง คือ ประสิทธิภาพของสายการผลิตเพิ่มขึ้นและลดรอบเวลาในกระบวนการผลิต

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีต่าง ๆ มาช่วยในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของแผนกจัดซื้อ กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีก ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในการปรับปรุงขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตในสถานประกอบการได้ โดยอาจจะมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประกอบรวม จะทำให้สามารถลดเวลาการทำงานลงไปได้อีก

2. การปรับปรุงดังกล่าวเป็นการปรับปรุงที่สถานประกอบการได้ดำเนินการในช่วงเวลาที่จำกัด ซึ่งสถานประกอบการควรดำเนินการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องตามแนวคิดของการไคเซ็น (KAIZEN)

เอกสารอ้างอิง

กิตติชัย อธิกุลรัตน์. (2561). การศึกษาเวลามาตรฐานการติดตั้งแม่พิมพ์ กรณีศึกษา: บริษัทผลิตถุงพลาสติก.

วารสารวิศวกรรมศาสตร์ ราชวมงคลธัญบุรี, 16(1), 77-90.

คำณาย อภิปรัชญาสกุล. (2556). การจัดการคลังสินค้า และการกระจายสินค้า. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดียแอนด์พับลิชชิง.

จำลักษณ์ ขุนพลแก้ว. (2546). หลักการเพิ่มผลผลิต (Basis productivity improvement) (ครั้งที่ 3).

กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ สำนักพิมพ์โรงพิมพ์ประชาชน.

ประเสริฐ อัครประมพงค์. (2554). การลดความสูญเสียหลักการ ECRS. สืบค้น ตุลาคม 10, 2565 จาก <https://cpico.wordpress.com/2009/11/29>

พงศ์พัฒน์ เพ็ชรรุ่งเรือง. (2557). การบริหารผลผลิตภาพ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.

วรรณิ ชลนภาสถิต. (2554). การจัดการวัสดุและการจัดซื้อ หน่วยที่ 5 การจัดท้าวสด. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รัชต์วรรณ กาญจนปัญญาคม. (2552). การศึกษางานอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: ท้อป.

ศิริรัตน์ แฉ่งรักษ์สกุล, ผ่องใส เพ็ชรรักษ์, รชฏ ขำบุญ, กิตติชัย อธิกุลรัตน์ (2564). การเพิ่มผลผลิตภาพในสายการผลิตสายไฟในรถยนต์. วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 17, 87-101.

อรุณ สัมพงษ์ และสถาพร ทองคำ. (2556). การเพิ่มผลผลิตของสายการผลิตกึ่งไม่มีหัวแช่แข็งในอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล. (2552). การจัดซื้อ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรุณ บริรักษ์. (2550). การบริหารงานจัดซื้อในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ไอ ที แอล เทรต มีเดีย.

Shostack, G. L. (1984). Designing services that deliver. *Harvard Business Review*, 62(1), 133-139.

- Kasidit. S. & Chusak. S. (2007). Productivity Improvement with Line Balancing Technique by Genetic Algorithm. **Proceeding of 7th National Conference of Industrial Engineering Network. (IE Network), Petchaburi.** 685-692.
- Kurokawa, Y. (2010). **M&A for Value Creation in Japan** (6th ed.). Singapore: World Scientific.
- Phiphop, L. (2005). **Production Planning and Control.** Bangkok: Technology Promotion Association (Thailand-Japan) Press.
- Ratchawan, K., & Neausom, T. (1995). **Motion and Time Study.** Bangkok: Physic Center Press.
- Wichai, C., & Chaleormpol, B. (2008). Application of production line balancing technique for productivity with electronic part assembly industry. **KKU Research Journal**, 13(8), 969-980.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา”**FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF LIFE OF PEOPLE
IN THE "SPORTS CITY" OF UDON THANI PROVINCE**ปทุมพร ศรีอีสาน¹¹คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอุดรธานีPatumporn Sri-esan¹¹Faculty of Education, Thailand National Sports University Udon Thani Campus

(Received: June 9, 2022; Revised: December 29, 2022; Accepted: December 6, 2023)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสุขภาพอนามัย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อม และด้านที่อยู่อาศัย ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลจากการศึกษา ระดับคุณภาพชีวิต มีค่าเฉลี่ยโดยรวม อยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.93 (S.D.=0.61) และปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต แต่ละด้าน พบว่า ด้านที่อยู่อาศัย (X_5) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (S.D.=0.79) ด้านสุขภาพอนามัย (X_1) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D.=0.68) ด้านสัมพันธภาพทางสังคม (X_3) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D.=0.80) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D.=0.83) และด้านเศรษฐกิจ (X_2) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D.=0.90) ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.664 และสามารถรวมอธิบายว่าการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผล, คุณภาพชีวิต, เมืองกีฬา

ABSTRACT

This research aimed to identify factors related to quality of life. We analyzed information on personal qualifications, health status, economics, social-life, environmental factors, and housing pertaining to the quality of life of people in the "Sports City" of Udon Thani. 400 males and females over the age of 20 were sampled using a multi-stage sampling method. Data was collected via questionnaires and were analyzed using percentage, frequency, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The average quality of life was found to be good at level 3.93 (S.D. = 0.61). Results pertaining to the factors that affect quality of life: housing (X_5) 4.34 (S.D. = 0.79), health factors (X_1) 4.08 (S.D. = 0.68), social factors (X_3) 3.93 (S.D. = 0.80), environmental factors (X_4) 3.92 (S.D. = 0.83), and economic factors (X_2) 3.66 (S.D. = 0.90). The coefficient of multiple correlations (R) is 0.664 and can explain the variation in the quality-of-life people in Udon Thani Province, "Sports City," with statistical significance at the levels of .01 and 0.05.

Keywords: Factors Affecting, Quality of Life, Sports City

บทนำ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) โดยการศึกษาแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินการคัดเลือกเมืองต้นแบบเพื่อจัดตั้งเมืองกีฬา (Sports City) ตามแผนยุทธศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2565-2570) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมและสนับสนุนการ พัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา (Promotion of Sport Industry) การพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา เพื่อเป็นส่วนสำคัญสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาแบบครบวงจร สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ด้านอุตสาหกรรมกีฬา (Sports Industry) การกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (Sports Tourism) (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2565) และการจัดตั้งเมืองกีฬา (Sports City) เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านกีฬาของภูมิภาคอาเซียน ซึ่งรัฐบาลจะเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนาอย่างเต็มที่ จากที่การศึกษาแห่งประเทศไทย (กกท.) ได้ประกาศจัดตั้งเมืองกีฬา (Sports City) ประจำปี 2561 รวม 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี สุพรรณบุรี บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ กระบี่ และอุดรธานี วัตถุประสงค์เพื่อมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาแบบครบวงจร สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ในด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬา การกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การตั้งเมืองกีฬาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการกีฬาของภูมิภาค หลังจากได้รับการประกาศเป็นเมืองกีฬา ซึ่งจังหวัดอุดรธานีก็เป็น 1 ใน 6 จังหวัดของประเทศ

ทั้งนี้ จากรายงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ด้านกีฬา ศิลปะ วัฒนธรรม การศาสนา คุณธรรม และจริยธรรม สถาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เรื่อง “การจัดตั้งเมืองกีฬา” (Sport City) (สำนักกรรมการ, 2562) ได้กล่าวถึง มาตรการที่ 4.2 การพัฒนาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการ (Sport Tourism) โดยมีสาระสำคัญคือให้มีการศึกษาพัฒนาเมืองกีฬาต้นแบบ และวางแผนการจัดตั้งเมืองกีฬาในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ทั้งนี้มีความประสงค์ให้เมืองกีฬาเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนการกีฬา และเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว และนันทนาการ ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน โดยมีเป้าประสงค์คือ สามารถให้บริการการกีฬาและสร้างคุณภาพชีวิต (Sport for Life) ให้แก่ประชาชน นักกีฬา และนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ จนสามารถพัฒนาไปสู่การปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิต ไปสู่สังคมแห่งการออกกำลังกายและเล่นกีฬา (Sport Community) และการสร้างระเบียบวินัยและส่งเสริม คุณธรรมจริยธรรมให้แก่ประชาชน (Social Regeneration) (รายงาน ของ คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ด้านกีฬา ศิลปะ วัฒนธรรม การศาสนา คุณธรรม และจริยธรรม สถาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เรื่อง “การจัดตั้งเมืองกีฬา” (Sport City), 2560) ซึ่งจากการรายงานดังกล่าว ยังช่วยให้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพลเมืองที่อาศัยอยู่ หากเมืองนั้นมีเศรษฐกิจที่ดี ดังรายงานจากสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (2564) สามารถสร้างความเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศชาติได้ เศรษฐกิจที่เติบโต คือ ข้อดีที่เป็นผลพลอยได้เมื่อเข้าสู่การเป็นเมืองกีฬา ทั้งอุตสาหกรรมกีฬา การเปิดร้านค้า รวมไปถึงศูนย์บริการการกีฬาที่ครบวงจร และกิจกรรมกีฬาเชิงท่องเที่ยว ซึ่ง Rebecca et al. (2016) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในเมืองที่จัดการแข่งขันกีฬาระดับใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งศึกษาการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคล โดยคำนึงถึงด้านร่างกาย สังคม จิตใจ และสิ่งแวดล้อมของคุณภาพชีวิต ตลอดระยะเวลาของการแข่งขันถึงสามเดือน ผลการวิจัยไม่มีการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพร่างกาย สังคม จิตใจ และสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เห็นถึงความสำคัญในสภาพการดำเนินชีวิตยุคปัจจุบัน และสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ทุกคนได้ปรับตัวดำเนินชีวิตเข้ากับสภาพแวดล้อม เพราะคนเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญเป็นทุนทางสังคมที่มีค่าอย่างยิ่ง ซึ่งจะมีปัจจัยใดบ้างที่จะส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้พิจารณาปัจจัยต่าง ๆ 5 ด้าน คือ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านที่อยู่อาศัย ด้าน

สัมพันธ์ภาพทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ จากการศึกษาองค์ประกอบคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลก และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ตามแนวคิดของ Power, Bullinger and WHOQOL Group (2002:21 อ้างถึงใน ชุมพร ฉ่ำแสงและคณะ, 2555:18) นำมาศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” จากการส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬาในจังหวัด ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคจังหวัด และยังคงจะช่วยส่งเสริมให้ประชาชนในจังหวัดหันมาเล่นกีฬาและออกกำลังกายเป็นประจำ ห่างไกลจากโรคภัยต่าง ๆ และยังเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดที่ดี และพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนต่อไปอีกด้วย

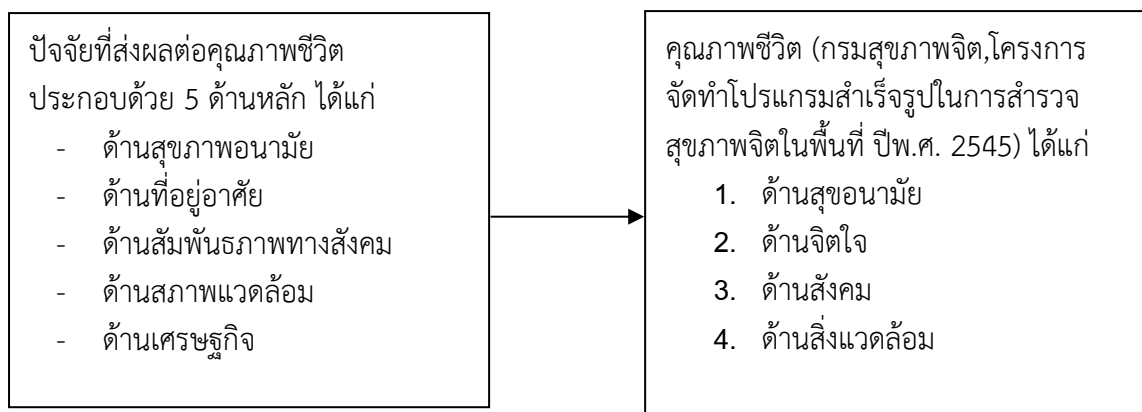
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านสุขภาพอนามัย ด้านที่อยู่อาศัย ด้านสัมพันธ์ภาพทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา”

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” มีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

คุณภาพชีวิตโดยใช้แบบชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อ ฉบับภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) ปรานทิพย์ ภักดีศิริไพโรจน์ (2559) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิต ประกอบด้วย ด้านสุขภาพกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธ์ภาพทางสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม และประติพ จิณี, ศรียามน ตีรพัฒน์ และจิราพร ชมพิกุล (2560) อนรรฆ อีสเฮาะ (2562) ศึกษาคุณภาพชีวิตตามหลักขององค์การอนามัยโลก (WHOQOL-BREF) ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่อาศัย ดวงกมล คนโทเงิน (2556) ศึกษา 4 ด้านหลัก ประกอบด้วย ด้านที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสุขภาพอนามัย ซึ่งมนตรี เกิดมีบุญ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ค่าครองชีพ การดูแลรักษาความปลอดภัยของประชาชน Dorota (2016) ศึกษาความพร้อมในการให้บริการสิ่งแวดล้อม และแง่มุมทางสังคมในเมืองและย่านใกล้เคียง (2) ปัจจัยทางสังคม และ (3) การพัฒนาเศรษฐกิจ คุณภาพของสถาบัน และความปลอดภัย Gobbens & Remmen (2018) ได้ศึกษา WHOQOL-BREF และ WHOQOL-OLD การวัดคุณภาพชีวิตผลกระทบของปัจจัยทางสังคม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านสุขภาพอนามัย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อม และด้านที่อยู่อาศัย สามารถร่วมกันทำนายคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา”

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่มีสำเนาทะเบียนบ้านทั้งชายและหญิง อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานี มีจำนวน 20 อำเภอ 156 ตำบล 1,862 หมู่บ้าน รวมประชากรทั้งสิ้น จำนวน 1,586,646 คน (อ้างอิงจากแผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานีปี พ.ศ. 2561-2565 (ฉบับทบทวน ปี พ.ศ. 2565)) การได้มาซึ่งตัวอย่างจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling Design) คือ 1) สุ่มอำเภอตามขนาดใหญ่ กลาง เล็ก มาอย่างละ 3 อำเภอ โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling Method) จากการจับสลาก ได้ 9 อำเภอ 2) เลือกอำเภอเพื่อเป็นตัวแทนของประชากรแต่ละกลุ่ม ได้อำเภอขนาดใหญ่ 1 อำเภอ คือ อำเภอเมืองอุดรธานี อำเภอขนาดกลาง 1 อำเภอ คือ อำเภอหนองวัวซอ และอำเภอขนาดเล็ก 1 อำเภอ คือ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม รวม 3 อำเภอ มีประชากรรวมทั้งสิ้น จำนวน 499,807 คน 3) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการอ้างอิงจากสูตรของทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1967)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และแบบวัดคุณภาพชีวิต เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพชีวิต WHOQOL-BREF-THAI โดยลักษณะของแบบสอบถาม ดังนี้

เครื่องมือแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อคำถาม เป็นแบบสำรวจรายการ และแบบสอบถามความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต มีจำนวน 20 ข้อคำถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruency: IOC) พิจารณาด้านเนื้อหาโดยการคำนวณหา

ค่าดัชนีความสอดคล้อง จากคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ แต่ละข้อมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 และเครื่องมือแบบวัดคุณภาพชีวิต WHOQOL-BREF-THAI จำนวน 26 ข้อคำถาม ได้ผ่านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ที่พัฒนามาจากเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลก แบบวัดคุณภาพชีวิตชุดย่อภาษาไทย ได้ทบทวนและปรับปรุงภาษาในเครื่องมือ WHOQOL-BREF โดยผู้เชี่ยวชาญทางภาษา แล้วนำไปทดสอบความเข้าใจภาษา กับคนที่มีพื้นฐานแตกต่างกัน นำมาปรับปรุงที่เป็นปัญหาแล้วทดสอบซ้ำ ทำเช่นนี้อยู่ 3 รอบ การศึกษาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยมีค่าความเชื่อมั่น Cranach's Alpha Coefficient เท่ากับ 0.8406 ค่าความเที่ยงตรง เท่ากับ 0.6515 โดยเทียบกับแบบวัด WHOQOL – 100 ฉบับ ภาษาไทยที่ WHO ยอมรับอย่างเป็นทางการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม – มีนาคม 2565 ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลจำนวน 3 เดือน โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการพิจารณาในพื้นที่ ที่มีความเหมาะสมในการเลือกเก็บข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยลงนามเก็บข้อมูลด้วยตนเอง กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 แล้วนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะรายได้ต่อเดือน โดยหาความถี่ และค่าร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” และแบบวัดคุณภาพชีวิต ขององค์การอนามัยโลก (WHO-BREF-THAI) โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของตัวแปรโดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) จำแนกรายข้อและเฉลี่ยรวมรายด้าน แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านสุขภาพอนามัย

ด้านสุขภาพอนามัย	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. มีสถานที่ตั้งของสถานพยาบาล สามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็ว	3.84	0.98	มาก
2. มีการให้บริการของสถานพยาบาลที่เป็นมาตรฐาน	4.02	0.88	มาก
3. หัวหน้าครัวเรือนมีสุขภาพอนามัยดี	4.19	0.87	มาก
4. สมาชิกในครัวเรือนมีสุขภาพที่ดี	4.26	0.81	มาก
เฉลี่ยรวม	4.08	0.68	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านสุขภาพอนามัย ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน ในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.68) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สมาชิกในครัวเรือนมีสุขภาพที่ดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.81) รองลงมาคือ หัวหน้าครัวเรือนมีสุขภาพอนามัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (S.D. = 0.87) มีการให้บริการของสถานพยาบาลที่เป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.88) และมีสถานที่ตั้งของสถานพยาบาล สามารถเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.84 (S.D. = 0.988) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. มีการส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม เพิ่มรายได้ให้กับประชาชน	3.51	1.10	มาก
2. มีการสนับสนุน ทั้งด้านการรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจชุมชน	3.72	0.98	มาก
3. มีการสร้างการเติบโตทางรายได้ เพิ่มการเข้าถึงตลาดและทรัพยากร	3.79	1.06	มาก
4. มีความเพียงพอของรายได้จากอาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบัน	3.58	1.10	มาก
เฉลี่ยรวม	3.66	0.90	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนใน จังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D. = 0.90) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีการสร้างการเติบโตทางรายได้ เพิ่มการเข้าถึงตลาดและทรัพยากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (S.D. = 1.06) รองลงมาคือ มีการสนับสนุน ทั้งด้านการรวมกลุ่มสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (S.D. = 0.98) มีความเพียงพอของรายได้จากอาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (S.D. = 1.10) และมีการส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรม และเกษตรกรรม เพิ่มรายได้ให้กับประชาชน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.51 (S.D. = 1.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคม

ด้านสัมพันธภาพทางสังคม	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (มีการป้องกันอุบัติเหตุอย่างถูกวิธี)	3.94	0.97	มาก
2. มีจุดหมายในการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดี และมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้กับสังคมนั้น	4.00	0.93	มาก
3. มีแนวทางในการปฏิบัติอย่างเหมาะสม หรือมีกฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผน เป็นแนวทางให้ยึดถือร่วมกัน โดยยึดหลักประโยชน์สูงสุดของสังคม	3.99	0.95	มาก
4. มีความรู้สึกเป็นสมาชิกร่วมกัน ทำให้มีความผูกพันในฐานะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมเดียวกัน	3.79	1.01	มาก
เฉลี่ยรวม	3.93	0.80	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคม ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” มีคะแนนเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก มีเท่ากับ 3.93 (S.D.=0.80) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีจุดหมายในการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดี และมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้กับสังคมนั้น อยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.00 (S.D.=0.93) รองลงมาคือ มีแนวทางในการปฏิบัติอย่างเหมาะสม หรือมีกฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผน เป็นแนวทางให้ยึดถือร่วมกัน โดยยึดหลักประโยชน์สูงสุดของสังคม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D.=0.95) อยู่ในระดับมาก มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (มีการป้องกันอุบัติเหตุอย่างถูกต้อง) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (S.D.=0.97) และมีความรู้สึกเป็นสมาชิกร่วมกัน ทำให้มีความผูกพันในฐานะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมเดียวกัน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (S.D.=1.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ด้านสภาพแวดล้อม	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. มีการคมนาคมที่สะดวกและปลอดภัย	3.96	0.93	มาก
2. มีระบบการน้ำเสีย จัดเก็บขยะมูลฝอย กากของเสีย อย่างถูกต้อง	3.77	0.98	มาก
3. มีความเพียงพอของปริมาณน้ำดื่ม – น้ำใช้ ในครัวเรือนที่มีคุณภาพ	3.98	0.94	มาก
4. มีคุณภาพอากาศบริเวณที่อยู่อาศัย ที่ดีต่อสุขภาพและชุมชน	3.96	0.92	มาก
เฉลี่ยรวม	3.92	0.83	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D. = 0.83) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีความเพียงพอของปริมาณน้ำดื่ม – น้ำใช้ ในครัวเรือนที่มีคุณภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.94) รองลงมาคือ มีการคมนาคมที่สะดวกและปลอดภัย อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.93) และมีคุณภาพอากาศบริเวณที่อยู่อาศัย ที่ดีต่อสุขภาพและชุมชน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.92) มีระบบการน้ำเสีย จัดเก็บขยะมูลฝอย กากของเสียอย่างถูกต้อง อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 (S.D. = 0.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านที่อยู่อาศัย

ด้านที่อยู่อาศัย	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. มีสภาพแวดล้อมบริเวณที่อยู่อาศัยสะอาด และถูกสุขลักษณะ	4.13	0.89	มาก
2. มีเครื่องอำนวยความสะดวกในครัวเรือน (เช่น โทรศัพท์ วิทยุ โทรศัพท์ ฯลฯ)	4.57	0.79	มากที่สุด
3. มีสถานที่ตั้งที่อยู่อาศัย มีความมั่นคงถาวร	4.51	0.96	มากที่สุด
4. มีขนาดที่อยู่อาศัยเหมาะสม เมื่อเทียบกับจำนวนสมาชิกในครัวเรือน	4.15	0.90	มาก
เฉลี่ยรวม	4.34	0.79	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านที่อยู่อาศัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (S.D.=0.79) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีเครื่องอำนวยความสะดวกในครัวเรือน (เช่น โทรศัพท์ วิทยุ

โทรศัพท์ ฯลฯ) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.79) รองลงมาคือ มีสถานที่ตั้งที่อยู่อาศัย มีความมั่นคงถาวร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (S.D. = 0.96) มีขนาดที่อยู่อาศัยเหมาะสม เมื่อเทียบกับจำนวนสมาชิกในครัวเรือน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (S.D. = 0.90) มีสภาพแวดล้อม บริเวณที่อยู่อาศัยสะอาด และถูกสุขลักษณะ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D. = 0.89) ตามลำดับ

2. วิเคราะห์ระดับคุณภาพชีวิต ของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา”

ตารางที่ 6 ระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา”

คุณภาพชีวิต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. คุณภาพชีวิตด้านสุขภาพ	3.85	0.75	มาก
2. คุณภาพชีวิตด้านจิตใจ	3.96	0.77	มาก
3. คุณภาพชีวิตด้านสังคม	3.97	0.81	มาก
4. คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม	3.86	0.72	มาก
เฉลี่ยรวม	3.91	0.61	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ระดับคุณภาพชีวิต มีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.91 (S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณาคูณภาพชีวิตโดยรวมแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ คุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.81) คุณภาพชีวิตด้านจิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.77) คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (S.D. = 0.72) และคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (S.D. = 0.75) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามลำดับความสำคัญของตัวแปรที่นำเข้าสมการ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

3.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์สมมติฐาน โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 7-9

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิต ประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา”

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	Y
ด้านสุขอนามัย ((X ₁))	-	.380**	.633**	.589**	.666**	.515**
ด้านเศรษฐกิจ ((X ₂))	-	-	.617**	.630**	.335**	.453**
ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ((X ₃))	-	-	-	.805**	.577**	.607**
ด้านสภาพแวดล้อม ((X ₄))	-	-	-	-	.564**	.615**
ด้านที่อยู่อาศัย ((X ₅))	-	-	-	-	-	.542**
คุณภาพชีวิต (Y)	-	-	-	-	-	-

**นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แสดงให้เห็นถึงค่าความสัมพันธ์ (Correlations) ของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกสิวิภา” ที่ประกอบด้วยปัจจัยด้านสุขภาพอนามัย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อม และด้านที่อยู่อาศัย ซึ่งจะเห็นได้ว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (X) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ทุกปัจจัย และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อม (X₄) มีค่าเท่ากับ .615 ด้านสัมพันธภาพทางสังคม (X₃) มีค่าเท่ากับ .607 ด้านที่อยู่อาศัย (X₅) มีค่าเท่ากับ .542 ด้านสุขภาพอนามัย (X₁) มีค่าเท่ากับ .515 และด้านเศรษฐกิจ (X₂) มีค่าเท่ากับ .453 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่เพิ่มขึ้นระหว่างตัวแปร ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่สมการถดถอยของปัจจัยในการพยากรณ์ตัวแปร ปัจจัยด้านสุขภาพอนามัย (X₁) ด้านเศรษฐกิจ (X₂) ด้านสัมพันธภาพทางสังคม (X₃) ด้านสภาพแวดล้อม (X₄) และด้านที่อยู่อาศัย (X₅) ทำนายคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกสิวิภา” ด้วยวิธีแบบ Stepwise วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis - WLS)

ขั้นที่	ตัวแปรพยากรณ์	R	R ²	R ² change	SE _{est}	F	Sig.
1	X ₃	0.598	0.358	0.357	0.953	222.103	0.000**
2	X ₃ , X ₅	0.643	0.413	0.410	0.913	139.647	0.000**
3	X ₃ , X ₅ , X ₄	0.659	0.434	0.430	0.897	101.411	0.000**
4	X ₃ , X ₅ , X ₄ , X ₂	0.664	0.440	0.435	0.893	77.737	0.000**

**นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 8 พบว่าปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคม (X₃) ด้านที่อยู่อาศัย (X₅) ด้านสภาพแวดล้อม (X₄) และด้านเศรษฐกิจ (X₂) ร่วมกันทำนายคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกสิวิภา” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ปัจจัยด้านสุขภาพอนามัย ไม่ส่งผลในการทำนาย

ตารางที่ 9 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน (Beta) และแสดงสมการถดถอยพหุคูณ ที่ใช้พยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกสิวิภา”

ตัวแปรพยากรณ์	b	Bata	t	Sig.
ค่าคงที่	1.516		10.443	0.000**
1. ด้านสังคม X ₃)	.179	.222	3.372	0.001**
2. ด้านที่อยู่อาศัย (X ₅)	.206	.256	5.290	0.000**
3. ด้านสภาพแวดล้อม (X ₄)	.157	.204	3.066	0.002**
4. ด้านเศรษฐกิจ (X ₂)	.070	.102	2.057	0.040*

**นัยสำคัญทางสถิติ 0.01, *นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

R = 0.664 Overall F = 77.737 Sig = 0.000 R² = 0.440 adj R² = .435 SE_{est} = 0.893

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน (beta) และแสดงสมการถดถอยพหุคูณ ที่ใช้พยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” พบว่า ปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคม (X_3) ด้านที่อยู่อาศัย (X_5) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) และด้านเศรษฐกิจ (X_2) ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.664 และสามารถรวมอธิบายความแปรผันของคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ได้ร้อยละ 44 ($R^2 = 0.440$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ และรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

รูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 1.516 + 0.179X_3 + 0.206X_5 + 0.157X_4 + 0.070X_2$$

รูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z' = 0.222X_3 + 0.256X_5 + 0.204X_4 + 0.102X_2$$

อภิปรายผล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” ผู้วิจัยได้อภิปรายผลดังนี้

1. ความสัมพันธ์ (Correlations) ของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกีฬา” ที่ประกอบด้วยปัจจัยด้านสุขภาพอนามัย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อม และด้านที่อยู่อาศัย ซึ่งจะเห็นได้ว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (X) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ทุกปัจจัย และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) มีค่าเท่ากับ .615 ด้านสัมพันธภาพทางสังคม (X_3) มีค่าเท่ากับ .607 ด้านที่อยู่อาศัย (X_5) มีค่าเท่ากับ .542 ด้านสุขภาพอนามัย (X_1) มีค่าเท่ากับ .515 และด้านเศรษฐกิจ (X_2) มีค่าเท่ากับ .453 ตามลำดับ ทั้งนี้ ได้มีงานวิจัยของหทัยชนก คตะสมบุรณ์ (2563) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาตำบลเนินศาลา อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า คนในชุมชนมีความรักใคร่สามัคคี และมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันอยู่เสมอ มีการเข้าร่วมกิจกรรมภายในชุมชน ช่วยกันจัดกิจกรรมในชุมชน และคนในชุมชนยังมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฟังพาอาศัยซึ่งกันและกันทั้งภายในครอบครัวและในชุมชน ทางด้านเศรษฐกิจ พบว่า การประกอบอาชีพของคนในชุมชนนั้นมีรายได้ที่ชัดเจน และเพียงพอต่อการดำรงชีวิต และภายในชุมชนยังมีการสร้างอาชีพเสริมให้กับชาวบ้าน โดยการรวมกลุ่มกันในการประกอบอาชีพ เพื่อสร้างรายได้เสริม ทางด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยการจัดกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน มีการดำเนินการจัดการแก้ปัญหาาร่วมกัน การพัฒนาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นเข้มแข็งและอยู่เย็นเป็นสุข และการวัดผลการพัฒนาด้วยตัวชี้วัดที่คนในชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้จัดการ เป็นผู้คิด เป็นผู้ทำ และเป็นผู้ใช้ประโยชน์ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน บนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อก้าวไปสู่ “เศรษฐกิจครัวเรือนที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”

ทั้งนี้ ได้มีความสอดคล้องกับทฤษฎีทางสังคมหลายทฤษฎี และมาสโลว์ (Maslow, 1954) เป็นนักจิตวิทยากลุ่มมนุษยนิยม เชื่อว่าโดยธรรมชาติแล้ว มนุษย์เกิดมาดีและพร้อมที่จะทำสิ่งดี ถ้าความต้องการของ

มนุษย์ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ เป้าหมายหลักของการพัฒนาคุณภาพชีวิต คือการทำให้คนมีความสุข อันประกอบด้วย การมีสุขภาพแข็งแรง ครอบครัวที่อบอุ่น มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีสังคมที่สันติและเอื้ออาทร และในเมื่อคนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชน สังคมย่อมมีความสุข และเป็นหนทางสู่การสร้างสังคมคุณภาพ กล่าวคือ 1) การเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งในระบบ และนอกระบบ และแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชน โดยเริ่มต้นจากชุมชน ที่มีการพัฒนาให้มีความรู้และจริยธรรม เริ่มตั้งแต่เด็กแรกเกิด และให้ความสำคัญแก่การสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ครอบครัวที่อบอุ่น และสถานศึกษาที่เอาใจใส่ดูแลเด็กอย่างใกล้ชิดด้วยการปลูกฝังความรู้ที่ทันโลกและคุณค่าที่ดีของวัฒนธรรมไทย 2) การเป็นสังคมที่มีความเอื้ออาทรต่อกัน ไม่ทอดทิ้งกัน 3) ระบบบริหารจัดการสาธารณสุขทั่วถึง มีประสิทธิภาพและครบวงจร โดยมีระบบบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขให้ครอบคลุม ทั้งการส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค 4) ประชาชนมีความมั่นคงในการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย และมีสภาพแวดล้อมในชุมชนที่เหมาะสม 5) ประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

2. ตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยด้านสังคม (X_3) ด้านที่อยู่อาศัย (X_5) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) และด้านเศรษฐกิจ (X_2) ร่วมกันทำนายคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการศึกษาการจัดอันดับดัชนีความก้าวหน้าทางสังคม (Social Progress Index - SPI) ปี 2020 ที่จัดทำโดย Social Progress Imperative องค์กรสัญชาติอเมริกัน ที่ทำวิจัยด้านคุณภาพชีวิตของแต่ละประเทศ พบว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 79 จากทั้งหมด 163 ประเทศ การจัดอันดับ SPI ครั้งนี้ มาจากการประเมินตัวชี้วัดด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากถึง 12 หัวข้อ รวม 50 ปัจจัย ซึ่งครอบคลุม 3 มิติใหญ่ ๆ ได้แก่ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (Basic Human Needs) โครงสร้างพื้นฐานเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี (Foundation of Wellbeing) รวมถึงโอกาสทางสังคม (Opportunity and Inclusiveness) โดยประเทศไทยได้รับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 70.72 ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจาก 67.47 ในปีที่ผ่านมา แม้จะได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 แต่ประเทศไทยก็นับว่าเห็นความก้าวหน้า ด้านคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะปัจจัยด้านสุขภาพและอนามัย ด้านโอกาสการเข้าถึงการศึกษาขั้นสูง และด้านที่อยู่อาศัย ที่ตอนนี้อยู่ในอันดับที่ 43 54 และ 74 ตามลำดับ จากบทความตอนหนึ่งของ วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2564) ได้กล่าวถึง “คุณภาพคือความอยู่รอด ตอน คุณภาพชีวิต...อยู่ที่ใคร?” ตอนหนึ่งว่า “คุณภาพชีวิต” สามารถแยกได้เป็น 2 ลักษณะ ลักษณะแรก คือ คุณภาพชีวิต (ภายใน) อันเกี่ยวกับการดำรงชีวิตส่วนบุคคลและครอบครัว ส่วนลักษณะที่สอง คือ คุณภาพชีวิต (ภายนอก) อันเกี่ยวกับการทำงาน (Quality of Work Life) และการดำรงชีวิตในสังคม คุณภาพชีวิตส่วนบุคคล เกิดจาก “การเลือกและการตัดสินใจ” ของตัวเราเอง ส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงานและสังคม มักจะเกิดจาก “การจัดสรรให้” หรือการบริหารจัดการ แม้เราจะสามารถกำหนดคุณภาพชีวิตส่วนบุคคลได้ แต่เรื่องของคุณภาพชีวิตในการทำงานและสังคม (ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตส่วนบุคคล) สรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตและสังคม หมายถึง การที่ประชาชนในชุมชนมีชีวิตที่ดีทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา สามารถใช้ภูมิปัญญามาแก้ปัญหาชีวิตครอบครัวและสังคม จนดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมนั้น ๆ ได้อย่างมีความสุข และร่วมกันพัฒนาสังคมของตนให้สามารถพึ่งตนเองได้ โดยไม่เบียดเบียนซึ่งกันและกัน และไม่เบียดเบียนธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับอนรรฆ อีสเฮาะ (2562, น. 56-58) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตของประชาชน ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลสะกอม อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา พบว่า คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ คุณภาพชีวิตด้านจิตใจ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม และคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ตามลำดับ ซึ่งในขณะที่ผลการวิจัยของ Dorota (2016) ได้ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของคนในเมืองใหญ่: หลักฐานเชิงประจักษ์ในมุมมองของยุโรป การศึกษานี้ศึกษาแง่มุมต่าง ๆ ของคุณภาพชีวิตประชาชนในเมืองต่าง ๆ ในยุโรป พบว่า ความพึงพอใจในชีวิตในเมือง: (1) ความพร้อมในการให้บริการสิ่งแวดล้อม และแง่มุมทาง

สังคมในเมืองและย่านใกล้เคียง (2) ปัจจัยทางสังคมและประชากร และ (3) ลักษณะเมือง เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจ ความกดดันของตลาดแรงงาน ขนาด ที่ตั้ง คุณภาพของสถาบัน และความปลอดภัย

3. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่เพิ่มขึ้นระหว่างตัวแปร ปัจจัยด้านสังคม (X_3) ด้านที่อยู่อาศัย (X_5) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) และด้านเศรษฐกิจ ร่วมกันทำนายคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน (beta) และแสดงสมการถดถอยพหุคูณ ที่ใช้พยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกสิกา” พบว่า ปัจจัยด้านสังคม (X_3) ด้านที่อยู่อาศัย (X_5) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) และด้านเศรษฐกิจ (X_2) ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.664 และสามารถรวมอธิบายความแปรผันของคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี “เมืองกสิกา” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ได้ร้อยละ 44 ($R^2 = 0.440$) ในขณะที่จินตนา รัตนวงษา (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเขาวา อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต โดยรวมทั้ง 5 ตัว สามารถอธิบายว่าการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนได้ ร้อยละ 56.50 มีค่า $R^2 = .565$ Adjusted $R^2 = .559$ R^2 Change = .565 และมีค่าของ F เท่ากับ 93.805 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และดวงกมล คณโฑเงิน (2556, น. 65-88) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน ในพื้นที่มาบตาพุด จังหวัดระยอง และค่าดัชนีคุณภาพชีวิต พบว่า ปัจจัยสำคัญ 4 ด้านหลัก ซึ่งประกอบด้วย ด้านที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ-ด้านสังคม ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสุขภาพอนามัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพชีวิต และยังสอดคล้องกับงานวิจัย Pradeep et al. (2017) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอบัลลังก์ ประเทศเนปาล ผู้สูงอายุ โดยใช้แบบสอบถามคุณภาพชีวิตตามหลักขององค์การอนามัยโลก (WHOQOL-BREF) มีตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่อาศัย พบว่า ผู้สูงอายุประมาณครึ่ง (51.1%) มีคุณภาพชีวิตที่ดี ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส ศาสนา โครงสร้างครอบครัว ทุนทางสังคมในชุมชน ความเป็นระเบียบสวยงามใน ชุมชน และอาชญากรรมในชุมชน เมื่อปรับด้วยอิทธิพลของปัจจัยอื่นแล้ว คุณภาพชีวิตที่ดีพบในกลุ่มผู้สูงอายุ ที่รับรู้ถึงแหล่งทุนทางสังคมในชุมชนสูง (Adj $R^2 = 2.52$, 95% CI = 1.48-4.29) ผู้สูงอายุที่รู้สึกว่าคุณภาพชีวิตดี (Adj $R^2 = 3.16$, 95% CI = 1.91-5.23) และรู้สึกว่าการเกิดอาชญากรรมในชุมชนต่ำ (Adj $R^2 = 3.94$, 95% CI = 2.31-6.72) เมื่อเทียบกับกลุ่มผู้สูงอายุที่รับรู้ถึงแหล่งทุนทางสังคมในชุมชนต่ำ ผู้สูงอายุที่รู้สึกว่าคุณภาพชีวิตดีไม่มีความเป็นระเบียบสวยงาม และรู้สึกว่าการเกิดอาชญากรรมในชุมชนสูง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ส่งเสริมการมีส่วนร่วม สนับสนุนกิจกรรมกับองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมดำเนินงาน และร่วมรับผลประโยชน์ ในฐานะที่เป็นประชาชนเมืองกสิกา

1.2 สร้างจิตสำนึกที่ดีต่อสัมพันธภาพทางสังคม สิ่งแวดล้อม ในการนำไปปฏิบัติต่อบุคคลอื่น รวมถึงผู้มาเยือนในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

1.3 ให้ความสำคัญต่อสุขภาพอนามัยของตนเองและผู้อื่น จัดระเบียบที่อยู่อาศัย ดูแลสภาพแวดล้อมให้สะอาด สวยงามและปลอดภัย ส่งเสริมเศรษฐกิจการมีรายได้ในครอบครัวที่มั่นคง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิจัยเก็บข้อมูลภาคสนาม และเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากยิ่งขึ้น และศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างนี้จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต ความปลอดภัยจากโรคระบาดไวรัสโควิด 19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำนายคุณภาพชีวิตของประชาชนได้ครบทุกกลุ่มอายุ

การได้รับใบรับรองจริยธรรมการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ รับรองจริยธรรมการวิจัย หมายเลขใบรับรอง EDU 026/2565 เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2565

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จินตนา รัตนวงษา. (2561). **ปัจจัยที่มีต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเขวาสานวน อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ดวงกมล คนโทเงิน. (2556). **คุณภาพชีวิตของประชากรในเขตควบคุมมลพิษของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการศึกษาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2564). **คุณภาพคือความอยู่รอด ตอน คุณภาพชีวิต...อยู่ที่ใคร?**. มติชนออนไลน์. สืบค้น เมษายน 18, 2565, จาก <https://www.matichon.co.th> > คอลัมน์นิสต์
- สำนักกรรมการการกีฬา. (2562). **ข้อมูลประกอบการพิจารณา คณะกรรมการการกีฬา วุฒิสภา**. กรุงเทพมหานคร: กลุ่มงานคณะกรรมการการกีฬา.
- หทัยชนก คะตะสมบุญ. (2563). **การพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาตำบลเนินศาลา อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์**. *Journal of MCU Peace Studies*, 8(2), 473-489.
- อนรรฆ อีสเฮาะ. (2562). **คุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลสะกอม อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Dorota, W. B. (2016). Quality of life in cities—Empirical evidence in comparative European perspective. *Cities*, 58, 87-96.
- Gobbens, R. J., & Remmen, R. (2019). The effects of sociodemographic factors on quality of life among people aged 50 years or older are not unequivocal: Comparing SF-12, WHOQOL-BREF, and WHOQOL-OLD. *Clinical Interventions in Aging*, 14, 231-239.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Harper and Brothers.
- Pradeep, G. C., Tiraphat, S., & Chompikul, J. (2017). Factors associated with quality of life among the elderly in Baglung District, Nepal. *Journal of Public Health and Development*, 15(3), 50-64.

- Rebecca, P., Rebecca, K., & Joerg, K. (2016). Quality of life of residents living in a city hosting mega-sport events: A longitudinal study. **BMC Public Health**, **16**(1), 1102.
- Yamane, T. (1967). **Statistics: An introductory analysis (2nd ed.)**. New York: Harper and Row.

การจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว
SMART HOUSEHOLD DATA MANAGEMENT AT THE SUBDISTRICT LEVEL
PATHUM THANI PROVINCE AND SA KAEO PROVINCE

วุฒิชัย อินทร์แก้ว¹ ไชย มีหนองหว้า² และ รสสุคนธ์ สุวรรณภูมิ³

¹สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

²สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

³สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครพนม

Wutichai Inkaew¹ Chai Meenongwa² and Rossukhnt Suwrrnkut³

¹Business Computer, Songkhla Rajabhat University

²Environmental Science and Technology, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

³Business Computer, Nakhon Phanom University

(Received: January 20, 2023; Revised: May 30, 2023; Accepted: December 6, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พัฒนาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว และ 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสายวิชาการและผู้บริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือการวิจัยประกอบด้วยการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว ประกอบไปด้วย รายงานหลักคือ 1) รายงานข้อมูลด้านที่ตั้งครัวเรือน 2) รายงานด้านข้อมูลพื้นฐานและการศึกษา 3) รายงานด้านข้อมูลรายได้และรายจ่าย 4) รายงานด้านข้อมูลภาวะหนี้สิน 5) รายงานด้านข้อมูลสังคม 6) รายงานด้านข้อมูลสิ่งแวดล้อม 7) รายงานด้านข้อมูลสุขภาพ และ 8) รายงานด้านข้อมูลการสื่อสาร และสามารถเรียกดูข้อมูลรายงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตด้วยเว็บเบราว์เซอร์ และความพึงพอใจของผู้ใช้งานการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว ($\bar{X} = 3.82$, S.D = 0.67)

คำสำคัญ: การจัดการข้อมูล, ข้อมูลครัวเรือน, ระดับตำบล, อัจฉริยะ

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) To develop a smart sub-district household data management framework for Pathum Thani and Sa Kaeo Provinces. 2) To study the satisfaction of intelligent sub-district household data management framework users. The sample group consisted of 30 academic personnel and executives from Valaya Alongkorn Rajabhat University. They were selected using the purposive selection method. The research tools include satisfaction assessments form for users of our intelligent sub-district level household data management framework and statistical analysis including mean and standard deviation.

Household data management framework for sub-districts implemented in Pathum Thani and Sa Kaeo Province is evaluated using the following reports: 1) Household Location Report, 2) Basic and Education Report, 3) Income and Expenditure Report, 4) Debt Report, 5) Social Report, 6) Environmental Report, 7) Health information report, and 8) Communication information report. Data can be retrieved and reviewed via a web browser. User satisfaction with intelligent sub-district level household information management framework implemented in Pathum Thani and Sa Kaeo Province was found to be significant with ($\bar{X} = 3.82, S.D = 0.67$)

Keywords: Data Management, Household Data, District Level, Business Intelligence

บทนำ

ในปัจจุบันการสร้างและพัฒนานคนในศตวรรษที่ 21 การสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนประเทศตามแนวทาง Value-based economy และการทำงานเบจตุรภาคี (Quadruple Helix) (อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์, 2560) โดยหลักการดำเนินงานให้การสนับสนุนมหาวิทยาลัย รวมถึงการรวมกลุ่มมหาวิทยาลัยที่มีทิศทางการพัฒนาความเป็นเลิศของสถาบันอุดมศึกษาที่สอดคล้องกับทิศทางและความต้องการของประเทศ และการผลิตกำลังคนระดับสูงเฉพาะทางตามความต้องการของประเทศ เป็นการกำหนดทิศทางมหาวิทยาลัยของประเทศ ไทยให้มีจุดเน้นในการพัฒนากำลังคน สร้างจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ของสถาบัน (Strategic Focus) ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของประเทศ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) ซึ่ง การรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ที่ผ่านมา มีการจัดทำ ข้อมูลในหลาย ๆ ด้าน โดยมหาวิทยาลัยจะมีการจัดเก็บข้อมูลที่มีองค์ประกอบของข้อมูลที่เหมือนและแตกต่างกัน ข้อมูลเชิงพื้นที่ของท้องถิ่นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์จะต้องดำเนินการจัดเก็บ อย่างเป็นระบบ ให้สอดคล้องกับการเป็นมหาวิทยาลัยในกลุ่มพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่ หรือมหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น ที่มีตัวชี้วัดในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อตอบโจทย์การพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยจึงมีการออกแบบ ระบบการรวบรวมข้อมูลท้องถิ่น นำมาจำแนกข้อมูลออกเป็นแต่ละด้าน และ (อนุสร หงษ์ขุนทด, 2022) การจัดทำ รายงานการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยี Google Data Studio ที่เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งจาก Google ที่สร้าง ขึ้นมาเพื่อเป็นตัวช่วยในการแสดงข้อมูลที่แสดงออกมาเป็นภาพข้อมูล (Data Visualizations) เพื่อความสะดวกต่อ การนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผลจากข้อมูลที่มีตัวเลขจำนวนมาก นำเสนอเป็นภาพเพื่อ่าย ต่อความเข้าใจ การสร้างรายงานภาพสามารถทำได้ในหลายแพลตฟอร์ม และยังสามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้กับหลาย แหล่งของ Google ด้วยกัน (Google data studio, 2565)

ผู้ศึกษางานวิจัยนี้จึงศึกษาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัญริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัด สระแก้ว (พิระพงษ์ พิพัฒน์เจษฎากุล และเอื้อน ปิ่นเงิน, 2562) โดยมีเครื่องมือสำหรับกระบวนการอัญริยะ ของอีทีแอล (ETL Tools) มาช่วยในการดึงข้อมูล (Extract) แปลงข้อมูลให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน (Transform) และนำเข้าข้อมูล (Load) สู่คลังข้อมูล (Data Warehouse) โดยมีการออกแบบคลังข้อมูลให้จัดเก็บข้อมูลที่เป็น ระบบ มีตารางข้อเท็จจริง (Fact Table) และตารางมิติ (Dimensional Table) ที่สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ สร้างความสัมพันธ์ในมุมมองตามความต้องการของผู้บริหาร ในรูปแบบของรายงานการประมวลผลเชิงวิเคราะห์ แบบออนไลน์ (OLAP: Online Analytical Processing) ไปจนถึง (ภวิญญา รักษาศิลป์, 2562) การนำเสนอข้อมูล รายงานโดยมีการนำเทคนิคการสร้างภาพนามธรรมของข้อมูล (Data Visualization) มาประกอบการแสดงรายงาน

ในรูปแบบแดชบอร์ด (Dashboard) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้จากที่ใดก็ตามที่ต้องการ Google data studio (2565)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัญญะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว
2. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัญญะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายเป็นบุคลากรสายวิชาการและผู้บริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 30 คน ประกอบไปด้วย ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 5 คน และบุคลากรสายวิชาการทั้งหมด 6 คน จำนวน 25 คน คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ บุคลากรสายวิชาการและผู้บริหารในส่วนงานที่เกี่ยวข้องที่มีความรู้และประสบการณ์ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลครัวเรือนระดับตำบล ไม่น้อยกว่า 1 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

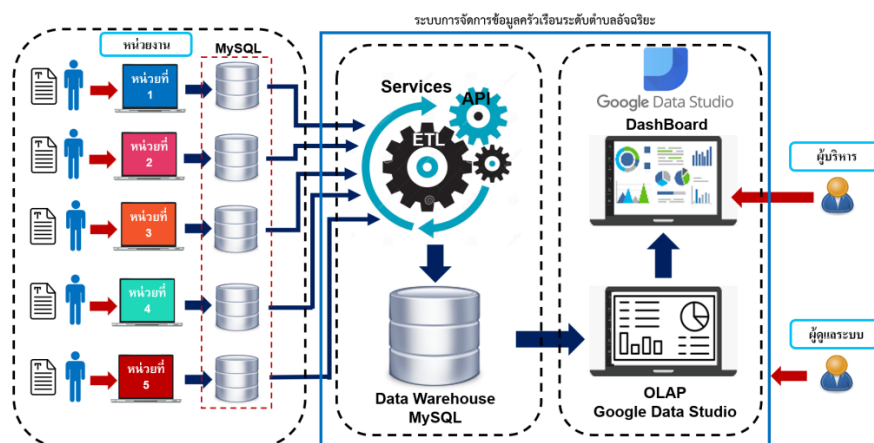
- 2.1 การจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัญญะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว
- 2.2 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัญญะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว เป็นแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นจากการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.781

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการ ขั้นตอนการวิเคราะห์นี้ผู้ศึกษางานวิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลปัญหาที่เกิดขึ้นในการเรียกดูข้อมูลเพื่อรายงานการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัญญะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว ซึ่งข้อมูลเดิมจัดอยู่ในรูปแบบเอกสารจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลที่จัดเก็บไปรายงานให้กับผู้บริหารสำหรับการตัดสินใจได้ ทั้งนี้เพื่อนำปัญหาจากการศึกษาที่เกิดขึ้นไปวิเคราะห์และออกแบบสำหรับการพัฒนาระบบรายงานข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลเพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้น

3.2 การออกแบบระบบ การออกแบบระบบใหม่จะเริ่มจากการหาแหล่งของข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้บริหาร (กฤษสุวัชร ประโยชน์พิบูลผล, 2561) โดยแหล่งของข้อมูลที่ต้องการนำมาใช้งานจะเป็นข้อมูลระดับปฏิบัติการ (Operational Database) ถูกจัดเก็บรูปแบบเอกสาร ข้อมูลเหล่านี้จะต้องผ่านกระบวนการอีทีแอล (ETL Process) (ดุรงค์ฤทธิ์ ตรีภาค, 2561) ในการจัดการข้อมูล โดยใช้เครื่องมือที่ชื่อว่า API (Application Program Interface) ข้อมูลที่ผ่านกระบวนการอีทีแอลมาแล้วจะถูกจัดเก็บในคลังข้อมูล (Data Warehouse) ในการจัดเก็บฐานข้อมูล MySQL ข้อมูลที่พร้อมสำหรับการวิเคราะห์จะถูกนำเข้าเครื่องมือที่ชื่อว่ากูเกิลดาต้าสตูดิโอ (Google Data Studio) เพื่อสร้างรายงานการประมวลผลเชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ (OLAP) ในรูปแบบแดชบอร์ด (Dashboard) เพื่อให้ผู้ใช้งานระบบสามารถประมวลผล และเรียกดูรายงานผ่าน

ระบบอินเทอร์เน็ตด้วยเว็บเบราว์เซอร์ที่เชื่อมต่อกับเครื่องบริการของกูเกิล (Google) แสดงแนวคิดในการพัฒนาระบบใหม่ได้แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แนวคิดในการพัฒนาระบบการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ

3.3 การพัฒนาระบบ เริ่มจากการนำเข้าสู่ข้อมูลในรูปแบบเอกสารป้อนข้อมูลเข้าไปจัดเก็บในฐานข้อมูล MySQL ของแต่ละหน่วยงาน จากนั้นด้วยกระบวนการอีทีแอลจากฐานข้อมูลเชิงปฏิบัติการ ซึ่งกระบวนการนี้จะทำการเลือกข้อมูล การแปลงข้อมูล และการนำเข้าสู่ข้อมูลสู่คลังข้อมูล โดยคลังข้อมูลจะเก็บข้อมูลเฉพาะด้าน และทำให้สามารถเรียกดูได้หลายมุมมอง เพื่อจัดเตรียมไว้สำหรับวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลรายงานโดยใช้เครื่องมือประมวลผลรายงานการประมวลผลเชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ในรูปแบบแดชบอร์ด รวมไปถึงการนำเสนอข้อมูล แดชบอร์ดผ่านเว็บเบราว์เซอร์หรือโปรแกรมประยุกต์กูเกิลดาต้าสตูดิโอ (Google Data Studio) ที่อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ทำให้การเรียกดูข้อมูลรายงานของผู้บริหารสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 – 4.49 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 – 3.49 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 – 2.49 หมายความว่า ระดับน้อย

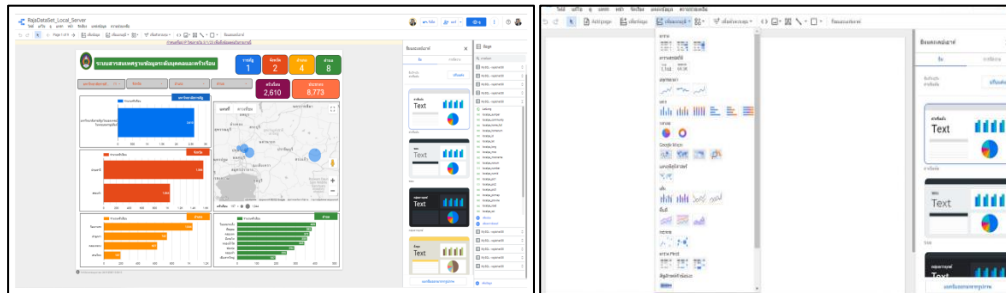
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.49 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว

ผู้ศึกษางานวิจัยได้ดำเนินการพัฒนาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว นำเสนอข้อมูลรายงานเชิงวิเคราะห์ออนไลน์รูปแบบแดชบอร์ด (Dashboard) สามารถเลือกมาตรวัด และมิติของข้อมูลได้ตามมุมมองที่ต้องการ รวมไปถึงการแสดงผลข้อมูลรายงานในรูปแบบตารางข้อมูล

แผนภาพ หรือแผนภูมิ ทำให้การเปรียบเทียบข้อมูล สามารถเห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจน โดยใช้ซอฟต์แวร์ที่ชื่อว่า กูเกิลดาต้าสตูดิโอ (Google Data Studio) ซึ่งมี (ก) หน้าจอใช้งานระบบ และ (ข) เครื่องมือการใช้งาน แสดงดังภาพที่ 2



(ก) หน้าจอใช้งานระบบ

(ข) เครื่องมือการใช้งาน

ภาพที่ 2 หน้าจอการใช้งานผ่านโปรแกรมประยุกต์กูเกิลดาต้าสตูดิโอ

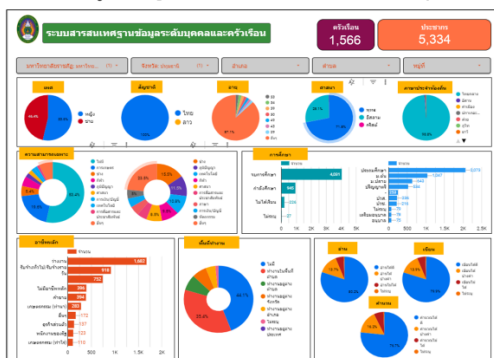
1.1 รายงานข้อมูลด้านที่ตั้งครัวเรือน แสดงข้อมูลด้านที่ตั้งครัวเรือนระดับตำบล จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย จำนวนครัวเรือนที่อยู่ครัวเรือนภาพครัวเรือน และตำแหน่งที่ตั้งครัวเรือน แสดงดังภาพที่ 3



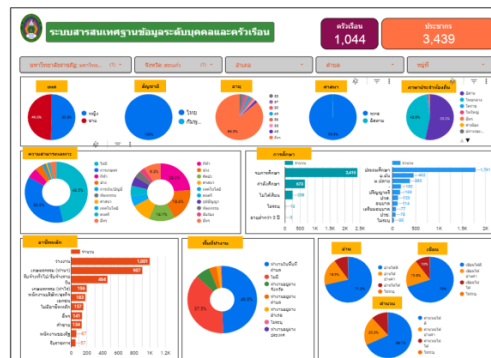
ภาพที่ 3 รายงานข้อมูลด้านที่ตั้งครัวเรือน

1.2 รายงานด้านข้อมูลพื้นฐานและการศึกษา แสดงข้อมูลพื้นฐานครัวเรือนระดับตำบล จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย เพศ สัญชาติ อายุ ศาสนา ภาษาประจำท้องถิ่นความสามารถพิเศษ อาชีพหลัก พื้นที่ทำงาน การศึกษา ทักษะด้านการอ่าน ทักษะด้านการเขียน และทักษะด้านการคำนวณ แสดงดังภาพที่ 4

ด้านข้อมูลพื้นฐานและการศึกษา จังหวัดปทุมธานี



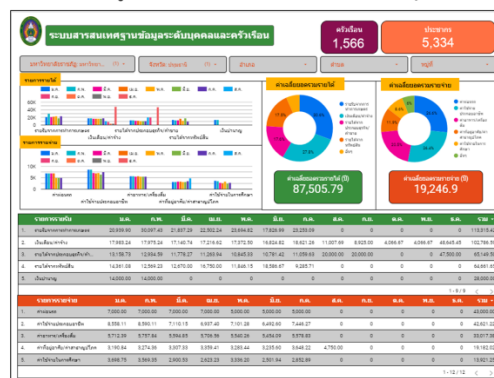
ด้านข้อมูลพื้นฐานและการศึกษา จังหวัดสระแก้ว



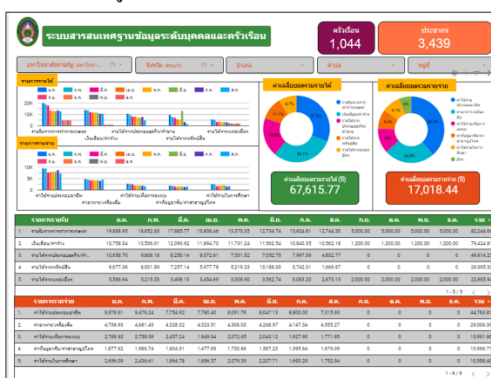
ภาพที่ 4 รายงานด้านข้อมูลพื้นฐานและการศึกษา

1.3 รายงานด้านข้อมูลรายได้และรายจ่าย แสดงข้อมูลรายได้และรายจ่ายครัวเรือนระดับตำบล จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย รายการรายได้ (รายเดือน) รายการรายจ่าย (รายเดือน) ค่าเฉลี่ยยอดรวมรายได้ (ปี) ค่าเฉลี่ยยอดรวมรายจ่าย (ปี) รายการรายได้แต่ละเดือน และรายการรายจ่ายแต่ละเดือน แสดงดังภาพที่ 5

ด้านข้อมูลรายได้และรายจ่าย จังหวัดปทุมธานี

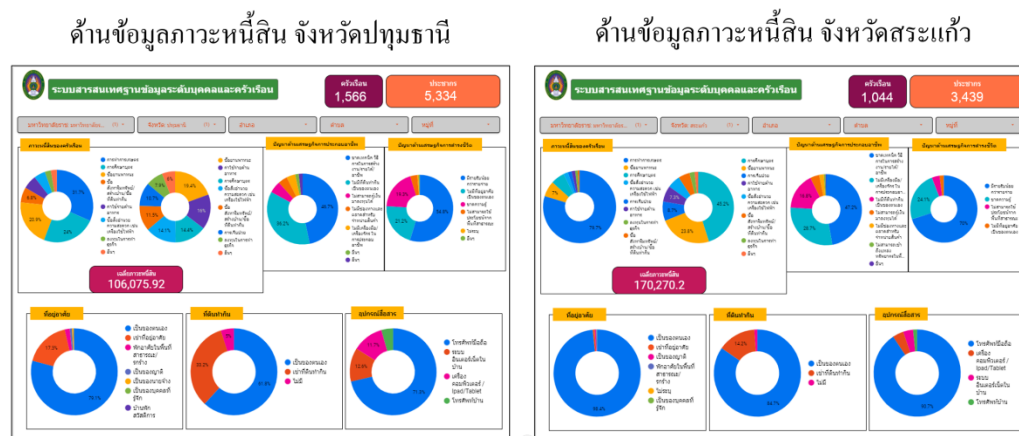


ด้านข้อมูลรายได้และรายจ่าย จังหวัดสระแก้ว



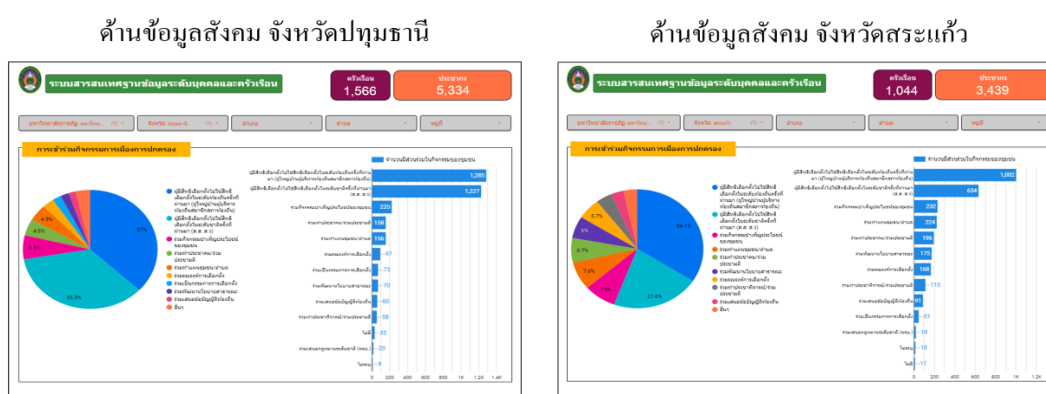
ภาพที่ 5 รายงานด้านข้อมูลรายได้และรายจ่าย

1.4 รายงานด้านข้อมูลภาวะหนี้สิน แสดงข้อมูลภาวะหนี้สินครัวเรือนระดับตำบล จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย ภาวะหนี้สินของครัวเรือนแต่ละรายการ ค่าเฉลี่ยภาวะหนี้สิน (ปี) ปัญหาด้านเศรษฐกิจการประกอบอาชีพ ปัญหาด้านเศรษฐกิจการดำรงชีวิต ประเภทที่อยู่อาศัย และประเภทที่ดินทำกิน แสดงดังภาพที่ 6



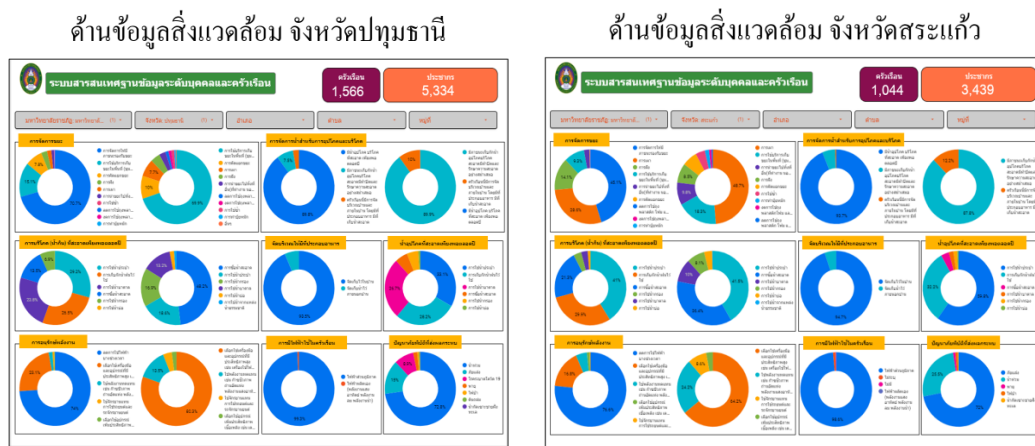
ภาพที่ 6 รายงานด้านข้อมูลภาวะหนี้สิน

1.5 รายงานด้านข้อมูลสังคม แสดงข้อมูลการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการเมืองการปกครองของครัวเรือนระดับตำบล จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย การเข้าร่วมกิจกรรมการเมืองการปกครอง แสดงดังภาพที่ 7



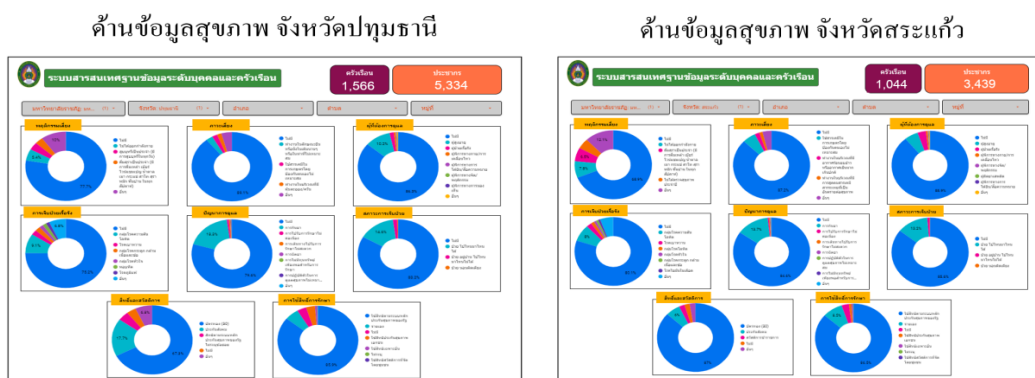
ภาพที่ 7 รายงานด้านข้อมูลสังคม

1.6 รายงานด้านข้อมูลสิ่งแวดล้อม แสดงข้อมูลสิ่งแวดล้อมครัวเรือนระดับตำบล จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย การจัดการขยะ การจัดการน้ำสำหรับการอุปโภคและบริโภคการบริโภค (น้ำกิน) ที่สะอาดเพียงพอตลอดปี การจัดบริเวณให้มีที่ประกอบอาหารน้ำอุปโภคที่สะอาดเพียงพอตลอดปี การอนุรักษ์พลังงานการใช้ไฟฟ้าครัวเรือน และปัญหาภัยพิบัติที่ส่งผลกระทบ แสดงดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 รายงานด้านข้อมูลสิ่งแวดล้อม

1.7 รายงานด้านข้อมูลสุขภาพ แสดงข้อมูลสุขภาพครัวเรือนระดับตำบล จังหวัดปทุมธานี และ จังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย พฤติกรรมเสี่ยงภาวะเสี่ยง ผู้ที่ต้องการดูแลการเจ็บป่วยเรื้อรัง ปัญหาการดูแลสุขภาพการเจ็บป่วย สิทธิและสวัสดิการ และการใช้สิทธิการรักษา แสดงดังภาพที่ 9

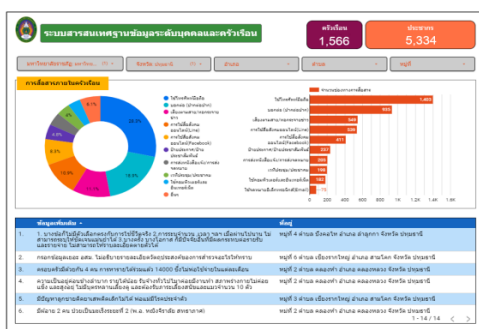


ภาพที่ 9 รายงานด้านข้อมูลสุขภาพ

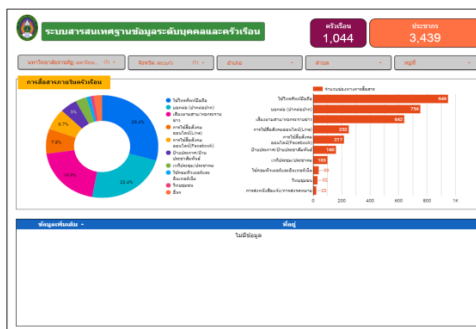
1.8 รายงานด้านข้อมูลช่องทางการสื่อสาร แสดงข้อมูลช่องทางการสื่อสารจากหน่วยงานเพื่อ ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร เข้าถึงครัวเรือนระดับตำบล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามครัวเรือนระดับตำบลจังหวัด ปทุมธานี โดยมีช่องทางการสื่อสารมากที่สุด คือการใช้โทรศัพท์มือถือ บอกปากต่อปาก และเสียงตามสาย/หอ กระจายข่าว ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามครัวเรือนระดับตำบลจังหวัดสระแก้วโดยมีช่องทางการสื่อสาร มากที่สุด คือการใช้โทรศัพท์มือถือ บอกปากต่อปาก และเสียงตามสาย/หอกระจายข่าว ตามลำดับ แสดงดังภาพที่

10

ด้านข้อมูลช่องทางการสื่อสาร จังหวัดปทุมธานี



ด้านข้อมูลช่องทางการสื่อสาร จังหวัดสระแก้ว



ภาพที่ 10 รายงานด้านข้อมูลช่องทางการสื่อสาร

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบพัฒนาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว ผู้ศึกษางานวิจัยดำเนินการวัดผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบจากผู้ใช้งานหลักในระบบการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ ประกอบด้วยบุคลากรสายวิชาการและผู้บริหารในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลครัวเรือนระดับตำบล ไม่น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 30 คน ประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับสูง จำนวน 5 คน และบุคลากรสายวิชาการทั้งหมด 6 คนละ จำนวน 25 คน โดยมีการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบ จากนั้นนำผลการเรียนรู้มาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบพัฒนาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การประเมินด้านการใช้งานระบบ			
1.1 การแสดงผลข้อมูลของรายงานทำได้ง่าย	3.93	0.75	มาก
1.2 การออกแบบหน้าจอรายงาน เมนู และ สี สั้น มีความเหมาะสม	3.90	0.71	มาก
1.3 การค้นหาข้อมูลของรายงานทำได้ง่าย	3.94	0.79	มาก
1.4 การใช้งานเมนูของระบบสามารถใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ	3.92	0.72	มาก
1.5 ระบบมีขั้นตอนในการใช้งานง่าย	3.89	0.65	มาก
1.6 ระบบสามารถสนับสนุนการรายงานข้อมูลดำเนินงานด้านการวางแผนทั้งระดับมหาวิทยาลัยและระดับคณะได้	3.87	0.64	มาก
1.7 การนำระบบมาใช้งานจริงในการสนับสนุนการรายงานข้อมูลทั้งระดับมหาวิทยาลัยและระดับคณะ	3.85	0.61	มาก
โดยรวม	3.90	0.67	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2. การประเมินด้านการบริหารจัดการและประสิทธิภาพของระบบ			
2.1 ความรวดเร็วในการใช้งานของระบบแสดงผลข้อมูลตามข้อมูลยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย	3.74	0.78	มาก
2.2 ความรวดเร็วในการค้นหาข้อมูล การดำเนินงานตามข้อมูลยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย	3.73	0.76	มาก
2.3 การประมวลผลการดำเนินงาน มีความถูกต้องตามข้อมูลยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย	3.71	0.72	มาก
2.4 การรายงานผลการดำเนินงานมีความถูกต้องตรงตามข้อมูลยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย	3.70	0.66	มาก
โดยรวม	3.72	0.69	มาก
3. การประเมินด้านความปลอดภัยของระบบ			
3.1 การรักษาความปลอดภัย และการเข้าใช้งานมีความน่าเชื่อถือ	3.94	0.74	มาก
3.2 มีความเสถียรและความสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	3.90	0.65	มาก
โดยรวม	3.85	0.67	มาก
สรุปรวม	3.82	0.67	มาก

จากตารางที่ 1 ผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบพัฒนาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินด้านการใช้งานระบบ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ด้านการประเมินด้านการบริหารจัดการและประสิทธิภาพของระบบ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 และด้านการประเมินด้านความปลอดภัยของระบบ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 สามารถสรุปได้ว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมของความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67

อภิปรายผล

1. การพัฒนาการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว เป็นไปตามผลที่ได้ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยพบว่า ระบบมีการนำเทคนิคการรวมกันของข้อมูลให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันภายใต้คลังข้อมูลที่ออกแบบสำหรับประมวลผลเชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ (OLAP) โดยใช้รูปแบบเค้าร่างแบบดวงดาว (Star Schema) ที่ประกอบด้วยตารางความจริง (Fact table) และตารางมิติ (Dimension Table) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในมิติต่าง ๆ โดยผู้ศึกษางานวิจัยได้ออกแบบเค้าร่างรูปดวงดาวโดยการสร้างตารางความจริงของข้อมูลครัวเรือนระดับตำบล และสร้างตารางมิติในหลาย ๆ มุมมองทำให้ข้อมูลรายงานมีความหลากหลายมากขึ้น สอดคล้องกับ (คุณากร วิวัฒนาการวงศ์ และคณะ, 2565) เพื่อพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะ สนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้วยเครื่องมือธุรกิจอัจฉริยะ กูเกิล ดาต้า สตูดิโอ จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล โดยการสุ่มแบบเจาะจง จากผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์ จำนวน 4 ตัวอย่าง และการ

สังเกตการณ์พฤติกรรมระหว่างการทำงาน การรวบรวมข้อมูลระเบียบรายงานผลการดำเนินงานและการจัดการโลจิสติกส์เดิม

2. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรสายวิชาการและผู้บริหารในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 30 คน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.67) ผู้ศึกษางานวิจัยได้ดำเนินการพัฒนาระบบตามความต้องการของผู้ใช้งานระบบ อีกทั้งยังมีการนำเสนอข้อมูลรายงานที่มีความถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจได้ง่ายมีการเลือกใช้สี ขนาด และรูปแบบกราฟได้อย่างเหมาะสม สามารถเข้าใช้งานระบบได้สะดวกทั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟน สอดคล้องกับ บัวพรรณ คำเฉลา และศศิวรรณ ส่งต่าย (2564) 1) เพื่อสังเคราะห์รูปแบบการประยุกต์ใช้กูเกิลแอปพลิเคชัน 2) สอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการประยุกต์ใช้กูเกิลแอปพลิเคชัน เพื่อสนับสนุนให้คะแนนการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน สาขาช่างไฟฟ้าภายในอาคาร ระดับ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้นำการประยุกต์ใช้กูเกิลแอปพลิเคชันเพื่อสนับสนุนการให้คะแนนการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน สาขาช่างไฟฟ้าภายในอาคาร ระดับ 1 โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.47) 3) ความคิดเห็นด้านความเหมาะสมของเนื้อหา เพื่อสนับสนุนการให้คะแนน การทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน สาขาช่างไฟฟ้าภายในอาคาร ระดับ 1 โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.53)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้จะมีการนำผลการวิจัยไปใช้ในการจัดการข้อมูลครัวเรือนระดับตำบลอัจฉริยะ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว การนำผลวิจัยไปใช้ควรพัฒนาระบบให้รองรับข้อมูลด้านอื่น ๆ เพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งต่อไปควรพัฒนาให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยการพัฒนาที่สามารถนำข้อมูลที่มีความซับซ้อนมาเรียนรู้ด้วยวิธีการทำเหมืองข้อมูล (Data Mining) เพื่อหารูปแบบจากข้อเท็จจริงตามที่ต้องการทำให้การพยากรณ์ และข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมอย่างต่อเนื่องจะพัฒนาการไปเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และช่วยรูปแบบในการประมวลผลที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษสุวัชร ประโยชน์พิบูลผล. (2561). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ เพื่อการประชาสัมพันธ์
เครือข่าย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คุณากร วิวัฒนากรวงศ์, วริศ ลิ้มลาวัลย์, ศิริรัตน์ แจ่มรักษสกุล, รชฏ ขำบุญ และธนรัตน์ บาลทิพย์. (2565). การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาบริษัท XYZ. วารสารสุทธิปริทัศน์, 36(3), 65-82.
- ดุรงค์ฤทธิ์ ตรีภาค. (2561). การพัฒนาส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์กับระบบสารสนเทศโรงพยาบาลเพื่อการสืบค้นเวช ระเบียบอิเล็กทรอนิกส์ในงานบริการเภสัชกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาเภสัชศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- บัวพรรณ คำเฉลา และศศิวรรณ ส่งต่าย. (2564). การพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้กูเกิลแอปพลิเคชันเพื่อสนับสนุนให้คะแนน การทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน สาขาช่างไฟฟ้าภายในอาคาร ระดับ 1. **วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น**, 7(8), 336-348.
- พิระพงษ์ พิพัฒน์เจษฎากุล และเอื้อน ปิ่นเงิน. (2562). การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนงานจำหน่ายไฟฟ้า. **Journal of Project in Computer Science and Information Technology**, 5(2), 48-56.
- ภวิญญา รักษาศิลป์. (2562). แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจโดยใช้ Big Data กรณีศึกษาข้อมูลวิดีโอเหตุการณ์เหตุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). **นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570**. กรุงเทพฯ : กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- อนุสร หงษ์ขุนทด. (2022). การประยุกต์ใช้ Google Data Studio เพื่อรายงานผลการเรียนแบบเรียลไทม์. สืบค้น มกราคม 10, 2565 จาก <http://krukob.com/web/datastudio/>.
- อานนท์ ศักดิ์วีระวิทย์. (2560). **BIG DATA, BUSINESS ANALYTICS, DATA SCIENCES** กับการวิจัยเชิงคุณภาพ. สืบค้น ธันวาคม 10, 2565 จาก <http://as.nida.ac.th/th/index.php/researchs/intelligence-and-information/item/563-big-data-qualitative-research>.
- Google data studio. (2565). **google data studio**. สืบค้น ธันวาคม 20, 2565 จาก <https://datastudio.withgoogle.com/>.

การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์**กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฐานรากสร้างสรรค์कुढมาไฟ****DEVELOPING THE DIGITAL PUBLIC RELATION MEDIA TO PROMOTE KUD MAK FAI CREATIVE
COMMUNITY ENTERPRISE TOURISM THROUGH ONLINE SOCIAL MEDIA NETWORK**ชนาภา แบทส์¹ รชต สวนสวัสดิ์¹ เบญญาภา โสอุบล¹ ประนอมพร ขำขันมาลี¹ และ เสกศิลป์ มณีศรี¹¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีChanapha Bast¹ Rachata Suansawat¹ Benyapha Souboon¹ Pranomporn Khakhumalee¹ and Seksil Maneesri¹¹Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

(Received: January 30, 2023; Revised: August 21, 2023; Accepted: December 6, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์कुढมาไฟ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เช่น ผู้ก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประสานงาน และผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ผู้มาศึกษาตุนานักท่องเที่ยว และ ประชาชนทั่วไป ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสื่อในยุคดิจิทัลที่เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ วีดีโอ และ อินโฟกราฟิก โดยด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์และทันสมัย เทคนิคการเล่าเรื่องเข้าใจง่าย เทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ เช่น การตัดต่อ การใช้เทคนิคพิเศษ และออกแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื้อหาการนำเสนอกระชับได้ใจความสื่อถึงกิจกรรมภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในเนื้อหาที่นำเสนอมีความครบถ้วนสมบูรณ์และพึงพอใจในการพัฒนาสื่อดิจิทัลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น ตามลำดับ

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัลการประชาสัมพันธ์, วิสาหกิจชุมชน, เครือข่ายสังคมออนไลน์**ABSTRACT**

The purpose of this research: 1) to study and develop digital public relation media to promote Kud Mak Fai creative community enterprise tourism via social media network utilization; 2) determine the sample group satisfaction towards the digital public relation media for Kud Mak Fai creative community enterprise tourism, Nong Wua So District, Udon Thani Province. We utilized qualitative methods to analyze interviews from the founder and other persons of responsibility within the community enterprise. Questionnaires were utilized for testing and assessing the user satisfaction with the digital public relation media to promote Kud Mak Fai creative community enterprise tourism, specifically from foreign students and tourists.

Our research found the digital public relation media to promote Kud Mak Fai creative community enterprise tourism, Nong Wua So District, Udon Thani Province to be effective. The design of digital public relation media showed that creative and modern media such as videos, infographics, understandable content, selected storytelling techniques, and selected presentation techniques are effective against the target audience. Satisfaction of digital media users in regards to digital public relation media to promote Kud Mak Fai creative community enterprise tourism, revealed that the tourists were satisfied highly satisfied. The highest satisfaction levels were achieved on social media networks. In the development of digital public relation media through online social networks greatly improves the community's prominence.

Keywords: Digital Public Relation Media, Community Enterprise, Social Media Network

บทนำ

เทคโนโลยียุคปัจจุบัน (ยุคดิจิทัล) ที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดด (Digital Disruption) มีส่วนช่วยให้การประกอบธุรกิจเกิดผลสำเร็จได้ง่ายขึ้นด้วยการประชาสัมพันธ์ที่มีข้อมูลข่าวสารที่สามารถสื่อสารถึงผู้บริโภคอย่างรวดเร็วผ่านสื่อออนไลน์ สามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว หรือที่เรียกกันว่า “ยุคดิจิทัล” ซึ่งสื่อมีเดียมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์อย่างมากในการแนะนำองค์กร หรือชุมชน เผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์ หรือผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่สามารถกระจายการรับรู้และเข้าถึงผู้คน เข้าถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (YouTube) เป็นต้น โดยเฉพาะ แฟนเพจ (Facebook Fan page) ปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก และสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ดังผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561) ว่า ประเทศไทยเข้าสู่สังคมดิจิทัลเต็มรูปแบบ โดยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นทุกปี เช่น ปี 2560 มีผู้ใช้เพิ่มสูงขึ้นเป็นจำนวน 45,189,644 หรือคิดเป็นอัตราเติบโตถึงร้อยละ 96 โดยมีพฤติกรรมใช้งานอินเทอร์เน็ตสำหรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.6 ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้งานมากที่สุด คือ ยูทูบ (YouTube) ไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) และไม่ว่าจะอยู่ในช่วงอายุเท่าใด Generation ก็มีการใช้งานต่อวันไม่ต่ำกว่า 8 ชั่วโมงทั้งสิ้น รวมไปถึงรูปแบบในการใช้งานที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถสะท้อนไปถึงจำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ การสร้างการรับรู้และกระตุ้นความต้องการอยากรู้ อยากเห็นในสิ่งที่คนอื่นได้เห็นได้สัมผัส การสร้างเนื้อหาบอกเล่าเรื่องราว (Content & Story telling) ผ่านประสบการณ์ตรง การแบ่งปันประสบการณ์ตรง (Sharing) ที่ได้สัมผัส ทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ เกิดรายได้ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลมีประสิทธิภาพมากกว่าการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบออฟไลน์ (Bughin, 2015) เพราะการบูรณาการเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบดิจิทัล ใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินกิจการทำให้เกิดรูปแบบการบริการที่ทันสมัย เพิ่มช่องทางการขาย (จริยา รสหอม และคณะ, 2565) สามารถนำเสนอในรูปแบบสื่อวิดีโอที่กระชับเข้าใจง่าย อธิบายสินค้าจากผู้ผลิตเองเกิดความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาผนวกรวมกับแนวทางการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม ชุมชน เกิดเป็น

“นวัตกรรมเพื่อสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล” (Digital Social Innovation) (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2562) ซึ่ง นวัตกรรมเพื่อสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถเผยแพร่ชุมชนสู่สังคมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ลดปัญหาการว่างงาน ชุมชนมีรายได้ เกิดความภาคภูมิใจ ดังนั้นการพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ กุดหมากไฟ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ กุดหมากไฟ เป็นชุมชนต้นแบบการเรียนรู้ในการอนุรักษ์น้ำป่า และธรรมชาติ เป็นแหล่งเรียนรู้การบริหารจัดการน้ำโดยชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ดูงานด้านการจัดการป่าแบบมีส่วนร่วมสู่การจัดการที่ยั่งยืนของสำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 6 (อุดรธานี) (ไทยโพสต์, 2566) นอกจากนี้เป็นการสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคม ชุมชน ที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาต่อยอดเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน ท้องถิ่น ให้เกิดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชน เกิดการประชาสัมพันธ์ชุมชนและท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก เกิดรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ กุดหมากไฟ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ กุดหมากไฟ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎี สื่อดิจิทัล (Digital Media) เป็นการนำคำสองคำ คือคำว่า “สื่อ (Media)” และคำว่า “ดิจิทัล (Digital)” มาผสมผสานกันเกิดเป็นความหมายใหม่เพื่อใช้ในการสื่อสารจะมีวัตถุประสงค์ในการหวังผลประโยชน์ หรือไม่หวังผลประโยชน์จากการสื่อสารหรือไม่ก็ตาม หรือการสื่อสารที่ช่วยในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร ทำให้กลุ่มคน หรือกลุ่มประชาชนเกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธาต่อหน่วยงาน หรือองค์กรนั้น หรือเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินงาน (Naval Civil Affairs Department, 2023) และจากผลการสำรวจของ Shelley (2018) พบว่าการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ มีมานานมากกว่า 20 ปี (Boulianne, 2018) จากการสำรวจมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลกจากผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่า 300,000 คนทั่วโลก แสดงให้เห็นแล้วว่า มีการใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ รวมไปถึงการผสมผสานสื่อดิจิทัลกับโลกออนไลน์ (Internet, Social networking sites, etc.) ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์แต่ด้วยวิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปทำให้มีการใช้เครื่องมือในการพัฒนาสื่อดิจิทัลที่หลากหลายและทันสมัยมากยิ่งขึ้นอยู่กับบริบทและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ (Manago and McKenzie, 2022)

นอกจากนี้ ยังมีนักวิจัยและนักวิชาการได้ความหมายไว้หลากหลาย โดยผู้วิจัยได้ทำการสรุปและรวบรวมความใกล้เคียงและคล้ายคลึงกันมากที่สุด ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ คือ สื่อดิจิทัล มาจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบแอนะล็อก (Analog Media) โดยการนำข้อความ เสียง รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ภาพวิดีโอ ใช้ในการสื่อสาร บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Network) เผยแพร่ในกลุ่มคน (Group) สังคม (Social) โดยเกิดการเชื่อมต่อเป็นเครือข่ายและเผยแพร่ในสังคม กลุ่มคนที่ใหญ่ขึ้น มีการผสมผสานเนื้อที่เป็นดิจิทัล (Digital) และเกิดการเชื่อมโยงกันในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media Network) เพื่อ

ประโยชน์ในการใช้งาน (ชุดสินค้า เกิดวิบูลย์เวช, 2560) ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัย กาญจนา แซ่เฮ้ง และคณะ (2562) ได้พัฒนาและประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรมชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC และเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตร โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วย รูปภาพ สื่อวิดีโอผ่านช่องทาง Social Media คือ Facebook และ Line เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ญฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร และสันดุสิต บวรวิษัฏระกุล (2565) ได้พัฒนาเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวไร่จิง พบว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและถ่ายทอดเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลให้กับชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวไร่จิงควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เพราะการใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น twitter Page Facebook ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ การออกแบบสื่อของ Page Facebook ควรออกแบบสื่อให้มีความน่าสนใจเกี่ยวกับเพจ และควรใช้ช่องทาง Line@ ที่มีการเชื่อมต่อปิดหมุดเชื่อมต่อกับ Google map เพื่อความสะดวกต่อการเข้าถึงสถานที่ชุมชน นอกจากนี้ ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) ได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวโดยใช้แนวความคิดชุมชนเป็นฐานในการประชาสัมพันธ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน โดยทำการพัฒนาจากแผนพับเป็นแผนที่อินโฟกราฟิก แผนที่การท่องเที่ยว และวิดีโอประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน ระดับคุณภาพดีมาก ($\bar{X} = 4.65$) คล้ายคลึงกับงานวิจัยของ สุริยะกานต์ สุขแก้วและคณะ (2564) ได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก พบว่าชุมชนมีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำสินค้าของกลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอและผลการประเมินความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 และอีกแง่มุมหนึ่งของงานวิจัย อัครวิน แสงพิกุล (2565) ที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของผู้ประกอบการ โดยการนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 61.00 ขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีการนำเสนอข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนเว็บไซต์ทำให้ขาดโอกาสทางการตลาด

ดังนั้น สื่อดิจิทัลสามารถผสมผสานได้ระหว่าง ภาพ ข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ วีดีโอบล็อก (Vlog) อินโฟกราฟิก (Infographic) ที่มุ่งเน้นสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานเพื่อจุดประสงค์การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ การเล่าเรื่องราว สามารถนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีการร้อยเรียงเรื่องราว มีการตัดต่อให้ทั้งเรื่องเป็นเรื่องเดียวกัน (Devineni, 2017) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และนิรุต ถึงนาค (2560) การสื่อสารออนไลน์เป็นการสื่อสารไร้พรมแดนซึ่ง Facebook เป็นตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในกลุ่มวัยรุ่นและมีบทบาทอย่างมากในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านอุปกรณ์สื่อสารเป็นหลักในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ ซึ่งสื่อประเภท Facebook จึงมีความจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดผลกำไรและประโยชน์สูงสุด ดังนั้นในการพัฒนาสื่อดิจิทัลไม่ว่าจะเพื่อวัตถุประสงค์ใด จึงต้องมีการออกแบบและพัฒนาที่มีการวางแผนการพัฒนาอย่างมีขั้นตอนเพื่อรองรับยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาช่วยในการควบคุมการทำงานและออกแบบเพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน เกิดการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายซึ่งสามารถใช้แนวคิดและทฤษฎีวงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ในการพัฒนาระบบ 7 ขั้นตอน ที่ผู้พัฒนาระบบสามารถทำความเข้าใจกับปัญหาที่แท้จริงของผู้ใช้ระบบพร้อมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2566)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีขั้นตอนการวิจัยในการพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนและการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้สื่อ รายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เลือกจากกลุ่มที่มีหน้าที่รับผิดชอบหลักในกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์อุตสาหกรรมได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจ เลขาฯ และผู้ประสานงานหลัก ในการร่วมแสดงความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากผู้มาท่องเที่ยว กลุ่มผู้มาศึกษาดูงาน กลุ่มผู้สนใจวิถีชีวิตชุมชนและ ประชาชนทั่วไป จากจำนวนประชากรทั้งหมด 600 คน เมื่อคำนวณจากสูตรของทาโร ยามานะ (Yamane, 1973) จึงได้กลุ่มตัวอย่าง 237 คน โดยการให้กลุ่มผู้ใช้สื่อชมสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลก่อนแล้วจึงตอบคำถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฐานรากสร้างสรรค์อุตสาหกรรมได้ โดยใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีวิธีการดำเนินการตามกระบวนการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวข้อง เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ความสำคัญของสื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ความสำคัญของสื่อดิจิทัล ความสำคัญของเครือข่ายสังคมออนไลน์

2.2 สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

2.3 สรุปและร่างองค์ประกอบในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินความเหมาะสม สรุปผลการประเมิน ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2.4 พัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตามกระบวนการพัฒนาระบบกระบวนการพัฒนาระบบ (System Develop Life Cycle: SDLC) และทดลองใช้ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 35 คน ทำการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ พร้อมใช้ได้งานจริง

2.5 นำผลการประเมินความคิดเห็น และความพึงพอใจของผู้ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ มาวิเคราะห์ค่าสถิติและสรุปผลการวิจัย

ขั้นตอนการพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบพหุคุณสนทนาตามธรรมชาติ (Naturalistic Inquiry) ที่มีความยืดหยุ่น (Flexible) เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้ประเด็นข้อคำถามโดยยึดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อความเหมาะสมในการวิจัยจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เช่น ผู้ก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประสานงาน และ ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ในการพัฒนาสื่อ และสร้างกรอบแนวคิดในการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล (Story telling)

ขั้นตอนการทดลองใช้สื่อ ผู้วิจัยนำผลจากการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ไปให้กลุ่มเป้าหมายทดลองใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้มาศึกษาดูงาน กลุ่มผู้สนใจ และประชาชนทั่วไป เพื่อทดลองการใช้สื่อ พร้อมนำข้อเสนอแนะและปัญหาพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ถูกต้องมากขึ้น

ขั้นตอน การประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้สื่อ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประเมินความพึงพอใจ และข้อคิดเห็นในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์กุดหมากไฟ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี สำหรับการสุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้มาศึกษาดูงาน กลุ่มผู้สนใจ และประชาชนทั่วไป จำนวน 237 คน โดยผู้วิจัยจะให้กลุ่มตัวอย่างชมสื่อประชาสัมพันธ์ก่อนแล้วจึงตอบคำถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นบุคคลที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้มาศึกษาดูงาน กลุ่มผู้สนใจ และประชาชนทั่วไป แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลแสดงความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์กุดหมากไฟ ซึ่งผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างดูเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ฯ โดยการเรียนรู้จากสื่อดิจิทัลที่เป็นคลิปวิดีโอผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Fan page, Facebook, YouTube, etc.) อินโฟกราฟิก จากนั้นแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้มาท่องเที่ยวและเยี่ยมชม เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ

3.2 แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยทำการเตรียมข้อมูลคำถามในการสัมภาษณ์ จากนั้นทำการประสานงานกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เลขานุการ และผู้ประสานงาน เพื่อติดต่อขอสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมาย ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์กุดหมากไฟ ภายใต้ประเด็นที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนและตรงกับวัตถุประสงค์งานวิจัย

3.3 การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยผู้วิจัยได้นำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาช่วยในการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับการใช้เครื่องมือที่มีอยู่แล้วของเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้เครื่องมือและกระบวนการพัฒนาระบบ (System Develop Life Cycle: SDLC) (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2560) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การค้นหาปัญหา (Problem Recognition) ของกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์กุดหมากไฟ โดยการทำความเข้าใจและความต้องการของผู้ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบ (Feasibility Study) โดยคำนึงถึงความพร้อมของเครื่องมือ บุคลากร ความคุ้มค่าในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 3 ทำการวิเคราะห์ (Analysis) เพื่อศึกษาถึงกระบวนการทำงานปัจจุบันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เขียนแผนภาพบริบทสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 4 ออกแบบ (Design) ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ร่วมกับเครื่องมือที่มีอยู่แล้วของสื่อสังคมออนไลน์

ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาและทดสอบ (Development & Test) พัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ และทดสอบการทำงานของสื่อ โดยนำไปให้ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เลขานุการ และผู้ประสานงาน ทดลองใช้งาน และนำมาทำการปรับปรุง ก่อนทำการติดตั้งและใช้งานต่อไป

ขั้นตอนที่ 6 การติดตั้ง และใช้งาน (Implement) ดำเนินการติดตั้งและประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้ใช้งาน จากกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ศึกษาดูงาน และประชาชนทั่วไป

ขั้นตอนที่ 7 บำรุงรักษา (Maintenance) นำผลการประเมินประสิทธิภาพการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับปรุงแก้ไขในส่วนต่าง ๆ เพื่อความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์จะเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการจดบันทึก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการแสดงความคิดเห็นและประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยใช้แบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีระดับการคะแนนการประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฐานราก สร้างสรรค์อุตสาหกรรม โดยใช้อุปกรณ์ส่งข้อมูลออนไลน์

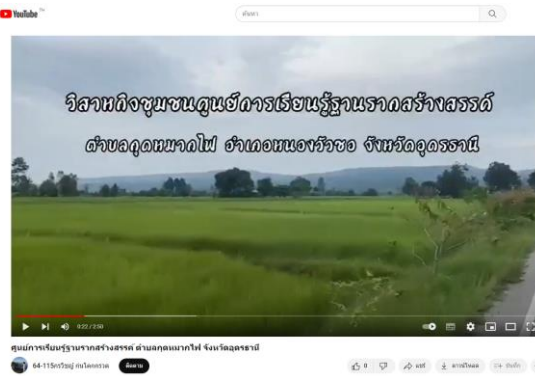
จากการศึกษาและพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ร่วมกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เลขานุการ ผู้ประสานงาน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้พัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ 2 ประเภทได้แก่ คลิปวิดีโอ และอินโฟกราฟิก (Infographic) ซึ่งผลจากการพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ พบว่าข้อมูลที่สำคัญ คือ สื่อที่เป็นประเภทวิดีโอ (Clip Video) หรือ วิดีโอบล็อก (Vlog) เป็นที่นิยมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การสื่อสารผ่านประสบการณ์จริง บันทึกจากสถานที่จริง เกิดแรงกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น เป็นที่น่าสนใจอย่างมากแก่ผู้ชม ดังนั้นภาพและเสียงอันเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบสื่อดิจิทัล สื่อวิดีโอ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวต้องมีคมชัด สวยงาม และสื่อความหมายได้ดี การใส่เทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วม เทคนิคการตัดต่อวิดีโอ เช่น การใช้เอฟเฟกต์ (Effect) หรือลูกเล่นต่าง ๆ เสียงผู้บรรยายต้องชัดเจน ฟังง่าย กระชับได้ใจความ เหมาะสมกับการนำไปเผยแพร่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น ยูทูบ (You Tube) เฟสบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) นอกจากเป็นการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์แล้วยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ดังภาพที่ 1 (a) (b) และ (c)

สื่อวิดีโอ (Video) กำหนดเวลาในการนำเสนอ 3-5 นาที โดยกำหนดเนื้อหาการดำเนินเรื่องในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้ 1) ภาพที่สื่อความหมายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิถีชีวิตชุมชน 2) ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ฐานรากสร้างสรรค์ 3) รายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 5) ช่องทางการติดต่อ ดังภาพที่ 1 (b)



ภาพที่ 1(a) เฟสบุ๊ค (Facebook)



ภาพที่ 1 (b) ยูทูบ (YouTube)



ภาพที่ 1 (c) ไลน์ (Line)

สื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกเป็นการออกแบบเนื้อหาที่เป็นภาพนิ่ง องค์ประกอบ ภาพ สี การจัดวางภาพ การใช้สีของตัวอักษร ควรมีความเหมาะสมกับเนื้อหาเน้นความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบและทันสมัย กระบวนการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก เริ่มจากการเข้าใจจุดประสงค์การออกแบบ สื่อ ดิจิทัลประชาสัมพันธ์สำหรับนักท่องเที่ยว ผู้มาศึกษาดูงาน ผู้สนใจและประชาชนทั่วไป สามารถเข้าใจความหมาย และสื่อความหมายถึงวิถีชีวิตชุมชนจากภาพนิ่ง ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิก ได้แก่

1) แบนเนอร์ นำเสนอเป็นข้อความผสมรูปภาพและข้อความสั้นๆ เข้าใจได้ง่าย ที่สามารถเล่าเรื่องราว (Story telling) และสื่อความหมายของวิถีชุมชนได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม จัดวางองค์ประกอบโดยใช้สัญลักษณ์ของโลโก้ผสมผสานกับข้อความเพื่อให้เกิดเป็นเรื่องราวทำให้มีมิติและน่าสนใจ ใช้ลายเส้นโค้งที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน ดังภาพที่ 2 (a)

2) แผ่นพับ นำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อความผสมผสานกับรูปภาพ เพิ่มความน่าสนใจ จัดวางจากบนซ้าย ไปขวา แบ่งข้อความออกเป็น 3 ส่วน เพื่อให้ผู้อ่านได้สบายตา ไม่รู้สึกอึดอัด จัดระเบียบข้อความให้อ่านและเข้าใจง่าย แผ่นพับได้ทำการแบ่งเนื้อหา 2 ด้านคือ ด้านหน้า- ด้านหลัง ด้านหน้า เป็นการนำเสนอข้อมูลสำคัญของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์หลัก ข้อมูลการติดต่อสอบถาม QR-Code แสดงลิงค์ (Link) เชื่อมโยงไปยังแผนที่ในการ เดินทางเชื่อมกับ Google map เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมาถึงจุดหมายปลายทางได้ถูกต้อง ด้านหลัง เป็นแผน

ที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนพร้อมบอกระยะทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวโดยระบุสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น กิจกรรมสำหรับ 1 วัน (1 day trip) กิจกรรมสำหรับ 2 วัน (2 days trip) และรายละเอียดของฝากของที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์ของชุมชน ดังภาพที่ 2 (a) และ (b)



ภาพที่ 2 (a) ด้านหน้าแผ่นพับ

ภาพที่ 2 (b) ด้านหลังแผ่นพับ

3) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ นำเสนอโดยการนำโลโก้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไว้กึ่งกลางของบรรจุภัณฑ์ ออกแบบลวดลายเสมือนลวดลายของจริงด้วยภาพอินโฟกราฟิกและแพทเทิร์น (Pattern) เดียวกัน แสดงข้อมูล การติดต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้สนับสนุนหลักในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ QR-Code เพื่อแสดงลิงก์ (Link) เชื่อมโยง ยังข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อความสะดวกในการติดต่อ ใช้โทนสีในการนำเสนอเป็นโทนสีธรรมชาติ ผสมผสาน สีอ่อนและสีเข้ม ตรงกลางเป็นพลาสติกใส เพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์จริงที่ถูกบรรจุด้านใน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก

2. ผลการทดสอบการใช้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนศูนย์การเรียนรู้ฐานรากสร้างสรรค์ ที่พัฒนาขึ้นร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ และสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 35 คน โดย นำเสนอสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ชุมชนในรูปแบบวิดีโอ อินโฟกราฟิก แบนเนอร์ แผ่นพับ โลโก้ และรูปภาพ ทำการ

สำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจเพื่อนำผลการทดสอบมาพัฒนาต่อยอดให้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์มีความสมบูรณ์และถูกต้องที่สุด จากนั้นนำผลการวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบใช้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านตัวอักษร			
1. ตัวอักษรที่นำเสนออ่านง่าย	4.84	0.40	มากที่สุด
2. ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.83	0.42	มากที่สุด
3. สีตัวอักษรสวยงามเหมาะสม	4.83	0.40	มากที่สุด
โดยรวม	4.83	0.40	มากที่สุด
ด้านรูปภาพหรือภาพประกอบ			
1. รูปภาพที่ใช้สื่อความหมายได้ดี	4.73	0.48	มากที่สุด
2. รูปภาพมีสีสันสวยงาม	4.69	0.50	มากที่สุด
3. ภาพประกอบหรือพื้นหลังมีความเหมาะสม	4.84	0.37	มากที่สุด
โดยรวม	4.74	0.45	มากที่สุด
ด้านเนื้อหา			
1. เนื้อหาที่นำเสนอมีความกระชับเข้าใจง่าย	4.86	0.39	มากที่สุด
2. เนื้อหาที่ใช้มีความน่าสนใจ	4.80	0.40	มากที่สุด
3. เนื้อหาที่ใช้มีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	4.84	0.40	มากที่สุด
โดยรวม	4.83	0.39	มากที่สุด
ด้านการประชาสัมพันธ์			
1. การประชาสัมพันธ์มีความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย	4.84	0.44	มากที่สุด
2. การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	4.76	0.46	มากที่สุด
3. การประชาสัมพันธ์ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน	4.81	0.43	มากที่สุด
โดยรวม	4.80	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบใช้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านตัวอักษร ด้านรูปภาพและภาพประกอบ ด้านเนื้อหา และด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผลการทดสอบใช้สื่อดิจิทัลด้านตัวอักษรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวอักษรที่นำเสนออ่านง่ายมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.84, S.D = 0.40) ด้านรูปภาพหรือภาพประกอบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.74, S.D = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ภาพประกอบหรือพื้นหลังมีความเหมาะสมมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.84, S.D = 0.37) ด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เนื้อหาที่นำเสนอมีความกระชับเข้าใจง่ายมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.86, S.D = 0.39) ด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =

4.80, S.D = 0.44) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การประชาสัมพันธ์มีความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.84, S.D = 0.44)

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์कुดหมากไฟ จากกลุ่มตัวอย่าง 237 คน (N=237) แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชน

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. เนื้อหาที่น่าสนใจมีความถูกต้องครบถ้วน	4.82	0.42	มากที่สุด
2. ความเชื่อมโยงของเนื้อหาที่มีความเหมาะสม	4.76	0.54	มากที่สุด
3. เนื้อหาที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	4.69	0.53	มากที่สุด
4. เนื้อหาที่มีความเหมาะสมที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	4.75	0.52	มากที่สุด
5. เนื้อหาแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์และบริการได้ครบถ้วน	4.81	0.43	มากที่สุด
6. เนื้อหาที่แสดงให้เห็นข้อมูลโปรโมชั่นได้อย่างชัดเจนถูกต้อง	4.69	0.53	มากที่สุด
7. ขอบเขตของเนื้อหาที่มีความเหมาะสมต่อการประชาสัมพันธ์	4.66	0.64	มากที่สุด
8. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการอธิบาย	4.10	1.20	มาก
9. รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ	4.68	0.61	มากที่สุด
10. การจัดวางข้อความ รูปภาพ เป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	4.10	1.20	มาก
11. ความเหมาะสมของการจัดวางองค์ประกอบสามารถสื่อถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของชุมชน	4.75	0.52	มากที่สุด
12. การออกแบบตรงตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	4.68	0.61	มากที่สุด
13. การพัฒนาสื่อนี้จะทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น	4.82	0.42	มากที่สุด
14. การพัฒนาสื่อนี้สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี	4.69	0.53	มากที่สุด
15. การพัฒนาสื่อนี้สามารถทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.10	1.20	มาก
โดยรวม	4.60	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า ผู้ใช้งานมีความคิดเห็นและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D = 0.66) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้งานมีความคิดเห็นและพึงพอใจในการนำเสนอของเนื้อหาครบถ้วนถูกต้องและการพัฒนาสื่อดิจิทัลนี้จะทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักของผู้คนมากขึ้น ($\bar{X}$ = 4.82, S.D = 0.42) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาและพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้อยูทูป (You Tube) เฟสบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย การพัฒนาสื่อดิจิทัลนี้สามารถทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จริยา รสหอม และคณะ (2565) ที่พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของ

ชุมชน ทำให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้น ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายจากการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก และทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุพัทธ์ วรพงศ์พัชร และสันดุสิต บิริงษ์ตระกูล (2565) ได้พัฒนาเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวไร่จึงพบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและถ่ายทอดเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลให้กับชุมชนควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เพราะการใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น twitter Page Facebook สามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) ที่พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวโดยใช้แนวความคิดชุมชนเป็นฐาน ได้ทำการประชาสัมพันธ์ วิถีเกษตรอาชีพหลัก อาชีพเสริมของชุมชน วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ของชุมชน โดยทำการพัฒนาจากแผนพับเป็นแผนที่อินโฟกราฟิก แผนที่การท่องเที่ยว และวิดีโอประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และสอดคล้องในอีกแง่มุมหนึ่งของงานวิจัย อศวิน แสงพิกุล (2565) ที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของผู้ประกอบการ โดยการที่นำเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีการนำเสนอข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนเว็บไซต์ทำให้ขาดโอกาสทางการตลาด จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่ดีที่สุดและเป็นช่องทางที่เห็นผลเร็วที่สุดสืบเนื่องจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นในทุกปี จากผลการรายงานของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์แห่งประเทศไทย (2561) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา แซ่เฮ้ง และคณะ (2562) ที่ได้อ้างอิงยอดจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นทุกปีนั้นมาพัฒนาและประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร โดยใช้รูปภาพ สื่อวิดีโอผ่านช่องทาง Social Media, Facebook, Line ซึ่งผลการวิจัยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์สร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี สร้างการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์โดยการประยุกต์ใช้ Social Media โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเพื่อวัตถุประสงค์ใดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หากต้องการให้การประชาสัมพันธ์นั้นเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสะดวกรวดเร็วควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. ผู้วิจัยนำผลการพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยทำการทดสอบและการประเมินผลความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อดิจิทัลในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้เฟซบุ๊ก ยูทูบ โลง์ ซึ่งในภาพรวมของการทดสอบใช้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นและพึงพอใจในสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสุริเยกานท์ สุขแก้ว และคณะ (2564) ที่พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มทอผ้าปากระบายบ้านมอหะจังหวัดตาก และได้ทำการประเมินผลความคิดเห็นของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) ที่พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวและแสดงผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน ซึ่งผลการแสดงความคิดเห็นและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดีมากที่ค่าเฉลี่ย 4.65 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และนิรุต ถึงนาค (2560) ที่ได้พัฒนาโปรแกรมเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ และได้ทำการประเมินผลการใช้โปรแกรม พบว่า มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมและสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน ที่ปัจจุบันได้มีการเผยแพร่และแบ่งปัน (Sharing) ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในหลากหลายช่องทาง หากจะเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงควรมีการจัดทำคู่มือการใช้งานสื่อดิจิทัลหรือจัดอบรมการใช้เครื่องมือในการโปรโมทโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ชุมชนได้ฝึกปฏิบัติจนเกิดความเคยชินจนสามารถถ่ายทอดความรู้สู่สมาชิกอื่นในชุมชนได้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนควบคู่กับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในชุมชน

2.2 ควรมีการพัฒนาสื่อดิจิทัลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนโดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเกิดภาพเสมือนจริง เช่น Virtual Reality, Augmented Reality เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นภาพเสมือนและเกิดความต้องการสัมผัสบรรยากาศจริง

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แซ่เฮ้ง, เพลิง พรหมสาขา ณ สกลนคร และธรัช อารีราษฎร์. (2562). การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC. วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม, 6(1), 29-40.
- จริยา รสหอม, วรภา อารีราษฎร์, และกาญจนา ดงสงคราม. (2565). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน. วารสารวิชาการการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ, 8(1), 66-77.
- ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และนิรุต ถึงนาค. (2560). การพัฒนาโปรแกรมทางพฤกษศาสตร์ร่วมกับวรรณกรรม บำบัด เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. วารสารศิลปศาสตร์, 5(1), 69-82.
- ชุตินันต์ เกิดวิบูลย์เวช. (2560). สื่อดิจิทัลใหม่สื่อแห่งอนาคต. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร และสันดุสิต บิรวงษ์ตระกูล. (2565). การพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวไร่เชิง. วารสารวิทยาการจัดการ, 4(4), 1-9.
- ศิริประภา ประภากรเกียรติ. (2562). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้แนวความคิดชุมชนเป็นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุริยะกานต์ สุขแก้ว, อัญญาดา กัณทวงศ์ และทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ. (2564). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติสำหรับนักศึกษา ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564 (หน้า 145-152). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2562). นวัตกรรมเพื่อสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. สืบค้น มกราคม 10, 2566, จาก <https://social.nia.or.th/2019/article0003>.

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561. สืบค้น มกราคม 10, 2566, จาก <https://www.etda.or.th/content/etda-reveals-thailand-internet-user-profile.html>.
- ไทยโพสต์. (2566). “กุดหมากไฟ” ชุมชนต้นแบบการเรียนรู้ ผู้นุรักษ์น้ำ ป่า ธรรมชาติ. สืบค้น มกราคม 10, 2566 จาก <https://www.thaipost.net/hi-light/262403>.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2566). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: ซี เอ็ดดูเคชั่น.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2566). การวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. วารสารวิทยาการจัดการ, 4(6), 17-31.
- Manago, A. M., & McKenzie, J. (2022). **7 Culture and digital media in adolescent development**. Cambridge University Press.
- Boulianne, S. (2018). Twenty years of digital media effects on civic and political participation. **Communication Research**, 47(7), 947-966.
- Bughin, J. (2015). **Brand success in an era of Digital Darwinism**. Retrieved January 10, 2023 from <https://www.researchgate.net/publication/295606750>.
- Naval Civil Affairs Department. (2023). “**Meaning of Public Relations**”. Retrieved January 10, 2023 from www.civil.navy.mi.th/information.doc.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis** (3rd ed., pp.727-728). New York: Harper & Row.

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ
พนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL CULTURE THAT INFLUENCE
PRACTICAL MOTIVATION OF GENERATION Y EMPLOYEES IN PRIVATE COMPANIES
IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA.

วารินทร์ กล่อมณก¹ ยุทธนาท บุญยะชัย¹ และ อาภรณ์ อินฟ้าแสง¹

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Warin Klomnok¹ Yootanat Boonyachai¹ and Arpornanee Infahsaeng¹

¹Faculty of Business Administration, Rajapruk University

(Received: July 21, 2023,; Revised: March 19, 2024.; Accepted: April 2, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2) ศึกษาวัฒนธรรมองค์การ 3) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 4) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 5) ศึกษาวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และ 6) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับวัฒนธรรมองค์การตามความคิดเห็นของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ในภาพรวมและทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 2) วัฒนธรรมองค์การ ในภาพรวมและทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 3) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในภาพรวมและทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 4) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 5) วัฒนธรรมองค์การ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และ 6) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์การ ในภาพรวม อยู่ในระดับสูง ประโยชน์จากงานวิจัยนี้ นำมาเป็นแนวทางให้กับผู้นำหรือผู้บริหารในองค์การ ที่ควรให้ความสำคัญในเรื่องปัจเจกบุคคล ได้แก่ การมอบหมายงานโดยยึดหลักเพื่อพัฒนาความสามารถของบุคลากรแต่ละบุคคล

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, วัฒนธรรมองค์การ, แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, กลุ่มเจเนอเรชันวาย, บริษัทเอกชน

ABSTRACT

The purpose of this research is: 1) to study transformational leadership; 2) to study organizational culture; 3) to study work motivation; 4) to study transformational leadership factors that influence work motivation; 5) to study organizational culture factors that influences work motivation; 6) to study the relationship between transformational leadership and organizational culture according to the opinions of Generation Y in private companies in the

Greater Bangkok Metropolitan Area. Questionnaires were distributed to 400 individuals who comprise our sample group. The statistics for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, Multiple Linear Regression, and the Pearson's Correlation at the statistically significant level 0.01.

The results showed that: 1) all factors of transformational leadership were highly significant; 2) organizational culture is highly significant, 3) work motivation is highly significant; 4) transformational leadership that influences work motivation is highly significant; 5) organizational culture that influences work motivation is highly significant; 6) the relationship between transformational leadership and organizational culture is highly significant. Our findings can be used as guidelines for leaders and executives in organizations to better develop, motivate and extract value from human resources.

Keywords: Transformational Leadership, Organizational Culture, Motivation for Work, Generation Y, Private Companies

บทนำ

ผู้นำถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างสูงในทุกองค์การ ด้วยเป็นผู้ที่กำหนดนโยบายจัดสรรกำลังคน บริหารจัดการ และตรวจสอบการทำงานจนกว่างานจะสำเร็จลุล่วงด้วยดี หากผู้นำเป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ และเปี่ยมด้วยคุณธรรม ก็จะสามารถนำพาองค์การให้เจริญก้าวหน้าไปได้ปัจจัยที่สำคัญในการบริหารงานต่าง ๆ ให้บรรลุถึงจุดเป้าหมายที่ตั้งไว้นั้นก็คือภาวะผู้นำถ้าผู้นำมีความสามารถในการเป็นผู้นำ เช่น มีความรู้ มีคุณธรรม มีความสามารถรอบด้านหรือมีภาวะผู้นำที่เหมาะสมแล้ว ย่อมทำให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ที่ทำหน้าที่ผู้นำนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องศึกษา ทักษะต่าง ๆ ในการเป็นผู้นำ การที่จะเป็นผู้นำที่ดีได้นั้นไม่ใช่เรื่องง่ายและไม่ใช่ว่าเรื่องยาก หากผู้นำมีคุณธรรม มีความสามารถ มีทักษะและประสบการณ์ (นฤมล เพ็ญศิริวรรณ, 2561)

ปัญหาขององค์กรใด ๆ ในปัจจุบัน พบว่า องค์กรต่าง ๆ ในประเทศไทยควรหันมาให้ความสนใจ คือ ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและองค์กร (Engagement) โดยเฉพาะในพนักงานกลุ่มคนกลุ่มใหม่หรือที่เรียกว่ากลุ่มเจนเอเรชันวาย (Gen Y) ที่กำลังกลายเป็นคนกลุ่มใหญ่และกำลังก้าวขึ้นสู่ระดับผู้บริหารมากขึ้น สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) หรือสภาพัฒน์ รายงานภาวะสังคมไทยไตรมาส 2 ปี 2562 เรื่อง “รูปแบบการทำงานแบบคนรุ่นใหม่” หรือ NextGen Work มีหลายประเด็นที่น่าสนใจ โดยเฉพาะธุรกิจใหม่ ๆ ที่คนรุ่นใหม่ชอบทำ และมีความต้องการที่จะอยากทำ โดยผลสำรวจคนรุ่นใหม่ในช่วงอายุระหว่าง 18-65 ปี จำนวน 9,500 คน จากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก พบว่า 87% ของกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งจะทำงานแบบคนรุ่นใหม่ในอนาคต และมีบางคนระบุว่า ตนกำลังทำงานแบบคนรุ่นใหม่ ที่สำคัญมีจำนวนมากถึง 90% มีความสุขกับการทำงานแบบคนรุ่นใหม่ขณะที่ในประเทศไทย สศช. นำผลสำรวจของ Fastwork ซึ่งเป็นเว็บไซต์บริการจัดหางานสำหรับฟรีแลนซ์และพนักงานประจำ พบว่า แรงงานไทยมีลักษณะการทำงานแบบคนรุ่นใหม่มากกว่า 2 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นปีละ 300,000-600,000 คน โดยเฉพาะคนเจนเอเรชันวาย (Y Generation) หรือ Gen-Y เกิดระหว่างปี 2524-2544 คนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต ทำให้ 1 ใน 3 ของคน Gen-Y มีแนวโน้มทำงานแบบคนรุ่นใหม่สูงกว่าคนในกลุ่มอื่น ๆ โดยอาชีพที่ผู้ประกอบการหรือผู้

ว่าจ้างนิยมนจ้างบุคคลทำงานแบบคนรุ่นใหม่ในประเทศไทย 4 อันดับแรก ได้แก่ กราฟิกดีไซน์ การตลาดออนไลน์ และโฆษณา การทำเว็บและโปรแกรมมิ่ง และงานเขียนและแปลภาษา จากผลการสำรวจดังกล่าวทำให้พบว่ามีหลาย ๆ องค์การกำลังประสบปัญหาการทำงานร่วมกันของพนักงานในแต่ละ Gen ที่มีลักษณะนิสัย ความคิด ความเชื่อ รูปแบบการทำงาน และทัศนคติที่แตกต่างกันจนเกิดการทำงานที่เรียกว่า Out of Sync หรือการเข้ากันไม่ได้ สิ่งที่เกิดขึ้นคือ Personality Clash ระหว่างคนในแต่ละกลุ่ม คนยุคก่อนหน้ามองว่าคนกลุ่ม Gen Y เป็นพวกไม่ทุ่มเทกับการทำงาน ไม่มีน้ำอดน้ำทน เปลี่ยนงานบ่อย ไม่ฟังคำสั่ง แต่ในทางกลับกัน เด็กรุ่นใหม่ก็จะมองว่าคนรุ่นเก่าชอบบวแกอำนาจ ทำงานเชื่องช้า ทำงานแบบ Hierarchy ล้าหลังในเรื่องเทคโนโลยี ปัญหาเหล่านี้จะส่งกระทบต่อการทำงานในองค์กรอย่างแน่นอน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทั้งในเรื่องความสำคัญของผู้นำองค์กร ที่จะนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ การต้องบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ภายในทุก ๆ องค์การจะมีคนเจเนอเรชันวัยอยู่ในองค์กร ซึ่งมีปัญหาการออกจากงานของบุคลากรเจเนอเรชันวัยที่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกองค์การทั้งองค์การภาครัฐและภาคเอกชน และอาจจะก่อให้เกิดปัญหาต่อการบริหารบุคลากรได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของคนเจเนอเรชันวัยที่ปฏิบัติงานในภาครัฐและภาคเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะเป็นประโยชน์ให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพและวางแผนการพัฒนาการบริหารจัดการด้านองค์การที่เหมาะสม และผลของการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับนักศึกษาและผู้สนใจได้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

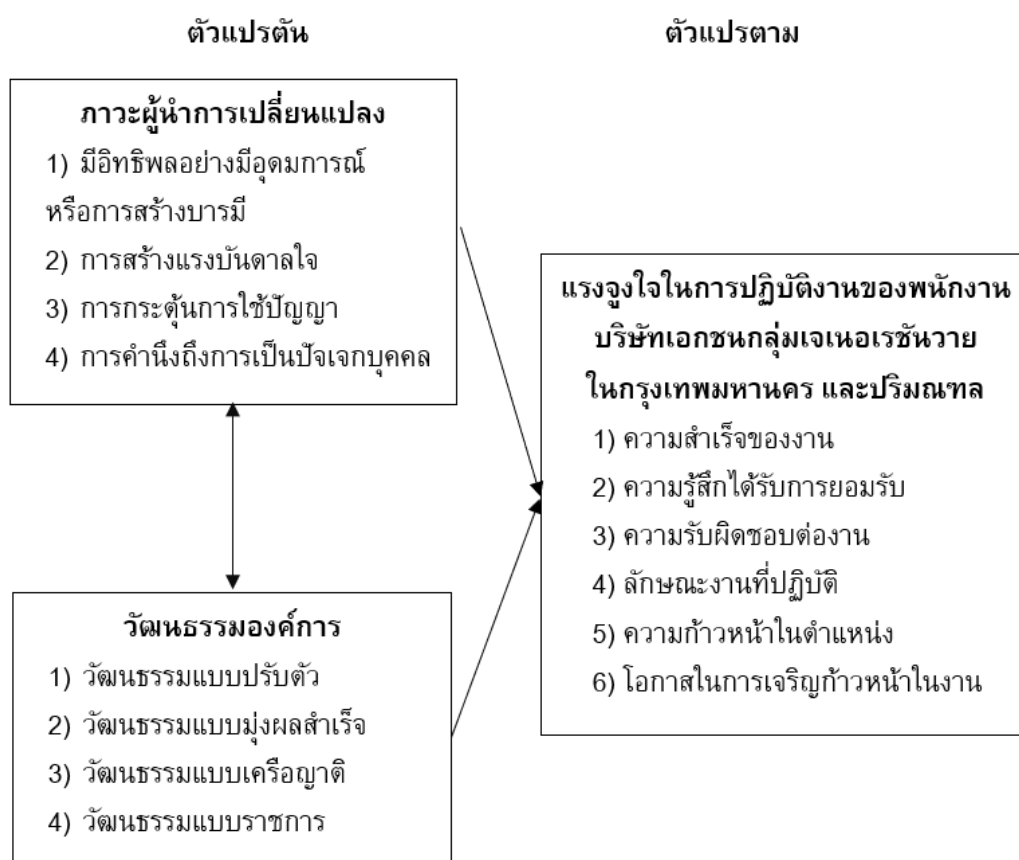
1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามความคิดเห็นของพนักงานเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรตามความคิดเห็นของพนักงานเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันวัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
5. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจเนอเรชันวัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในส่วนของตัวแปรอิสระ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Theory of Transformational Leadership) ของแบสส์และอวลิโอ (Bass, 1985) ร่วมกับงานวิจัยของพนิตยา ทรัพย์ประเสริฐ (2561) และลำพิ่ง บัวจันอัฐ (2560) ที่มองว่ากระบวนการที่

ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามนี้จะกระทำโดยผ่านองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นการใช้ปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมองค์การของดาร์ฟ Daft (2002) ร่วมกับการวิจัยของพัทธสิทธิ์ อุทุม (2559) วัลลภ บุตรเกต (2562) ปุณยรัชต์มิต์ ตุงคง (2564) และศุภาพิชญ์ อินแดง (2565) ที่ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์การกับความมีประสิทธิภาพ และได้เสนอแนะว่า ถ้าจัดรูปแบบค่านิยมขององค์การ กลยุทธ์องค์การ และสภาพแวดล้อมภายนอกได้เหมาะสมแล้ว จะเกิดวัฒนธรรมองค์การขึ้น 4 แบบ ได้แก่ 1) วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adaptability Culture) 2) วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (Achievement Culture) 3) วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (Clan Culture) และ 4) วัฒนธรรมแบบราชการ (Bureaucratic Culture)

ในส่วนของตัวแปรตาม ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเฮอริชเบิร์ก (Frederick, 1959) ร่วมกับการวิจัยของพลอยชมพู เหมหงษา (2563) และสุขสันต์ เปลี่ยนเจริญ (2565) มาเป็นแนวทางในการศึกษา ได้แก่ แรงจูงใจ (Motivation Factors) ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ 1) ความสำเร็จของงาน 2) ความรู้สึกได้รับการยอมรับ 3) ลักษณะงาน 4) ความรับผิดชอบ 5) ความก้าวหน้าในตำแหน่ง และ 6) โอกาสในการเจริญก้าวหน้าในงาน โดยได้กำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเป็นผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 - 2543 หรือมีอายุระหว่าง 22 ถึง 42 ปี (ข้อมูล ณ ปี 2565) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานะ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย/เดือน และตำแหน่งงาน จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของบริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การตอบแบบสอบถามแต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การตอบแบบสอบถามแต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การตอบแบบสอบถามแต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน 1 เมษายน - 30 เมษายน 2566 จากการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย จำนวน 384 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการสุ่มตัวอย่าง จึงทำการเก็บข้อมูลเพิ่ม 5% ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอความร่วมมือจากพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งตามสัดส่วนประชากร จำนวน 400 ฉบับ โดยสามารถสรุปขั้นตอนได้ ดังนี้

3.1 จัดเตรียมแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลในช่วงเดือน มีนาคม - เมษายน 2566

3.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3 จัดเก็บรวบรวมข้อมูลนำแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบแบบสอบถามและติดตามเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อให้ได้รับกลับคืนมาครบตามจำนวน เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนครบถ้วน ทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทันที เพื่อตรวจทานความเรียบร้อยของแบบสอบถามให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้เกณฑ์การวิจัยข้อมูล ดังนี้

4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และเรียบเรียงแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการลงรหัส

4.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสที่กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด ผู้วิจัยจัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส

4.3 การประมวลผลข้อมูล ที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกเข้า File โดยใช้คอมพิวเตอร์ทำการประมวลผล ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ในภาพรวม

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	ลำดับ
1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี	4.35	0.55	มากที่สุด	4
2. การสร้างแรงบันดาลใจ	4.38	0.56	มากที่สุด	2
3. การกระตุ้นการใช้ปัญญา	4.40	0.56	มากที่สุด	1
4. การคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล	4.37	0.59	มากที่สุด	3
รวม	4.37	0.51	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D = .59) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการกระตุ้นการใช้ปัญญา ($\bar{X} = 4.40$, S.D = .56) รองลงมาคือการสร้างแรงบันดาลใจ ($\bar{X} = 4.38$, S.D = .56) การคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล ($\bar{X} = 4.37$, S.D = .59) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ($\bar{X} = 4.35$, S.D = .55) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วัฒนธรรมองค์การในภาพรวม

วัฒนธรรมองค์การ	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	ลำดับ
1. วัฒนธรรมแบบปรับตัว	4.36	0.59	มากที่สุด	2
2. วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ	4.32	0.59	มากที่สุด	3
3. วัฒนธรรมแบบเครือข่าย	4.41	0.60	มากที่สุด	1
4. วัฒนธรรมแบบราชการ	4.31	0.64	มากที่สุด	4
รวม	4.35	0.53	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับวัฒนธรรมองค์การ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D = .53) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย ($\bar{X} = 4.41$, S.D = .60) รองลงมา คือ วัฒนธรรมแบบปรับตัว ($\bar{X} = 4.36$, S.D = .59) วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ ($\bar{X} = 4.32$, S.D = .59) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือวัฒนธรรมแบบราชการ ($\bar{X} = 4.31$, S.D = .64) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในภาพรวม

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	ลำดับ
1. ความสำเร็จของงาน	4.44	0.52	มากที่สุด	1
2. ความรู้สึกได้รับการยอมรับ	4.34	0.58	มากที่สุด	3
3. ความรับผิดชอบต่องาน	4.43	0.47	มากที่สุด	2
4. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ	2.92	1.24	ปานกลาง	5
5. ความก้าวหน้าในตำแหน่ง	4.27	0.70	มากที่สุด	4
6.โอกาสในการเจริญก้าวหน้าในงาน	4.27	0.70	มากที่สุด	4
รวม	4.94	0.53	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.94$, S.D = .53) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความสำเร็จของงาน ($\bar{X} = 4.44$, S.D = .52) รองลงมา คือ ความรับผิดชอบต่องาน ($\bar{X} = 4.43$, S.D = .47) ความรู้สึกได้รับการยอมรับ ($\bar{X} = 4.34$, S.D = .58) ความก้าวหน้าในตำแหน่ง ($\bar{X} = 4.27$, SD = .70) และโอกาสในการเจริญก้าวหน้าในงาน ($\bar{X} = 4.27$, S.D = .70) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ($\bar{X} = 2.92$, S.D = 1.24) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อศึกษาว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่ร่วมกันทำนายหรือพยากรณ์ หรืออธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้ โดยใช้สัญลักษณ์แทนค่าตัวแปร ดังนี้

X_1 = ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี

X_2 = ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ

X_3 = ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา

X_4 = ด้านการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล

Y_4 = แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวาย

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
$\bar{X}$	4.36	4.39	4.40	4.37	4.94
SD	.56	.57	.56	.59	.54
X ₁	1	.74**	.71**	.72**	.46**
X ₂		1	.79**	.79**	.57**
X ₃			1	.79**	.57**
X ₄				1	.61**
Y					1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้ง 4 ด้าน กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี (X₁) ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (X₂) ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา (X₃) และด้านการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล (X₄) มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับตัวแปรแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .46, .57, .57 และ .61 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชั่นวาย

ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	สัมประสิทธิ์การถดถอย		ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน			Tolerance	VIF
	(b)	(β)	S.E.				
ค่าคงที่ (a)	2.26		.18	12.59	.00**	.39	2.58
X ₁	-.06	-.07	.06	-1.23	.21	.26	3.78
X ₂	.15	.16	.07	2.21	.02**	.29	3.47
X ₃	.18	.19	.06	2.69	.00**	.29	3.49
X ₄	.34	.37	.06	5.22	.00**	.39	2.58
R =0.64 R ² =0.40 Adjusted R ² =0.40 SEE =0.42 F =66.64							

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) พบว่า ค่า Tolerance คำน้อยที่สุด คือ .26 ซึ่งไม่ต่ำกว่า .10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ค่าสูงที่สุด คือ 3.78 ซึ่งไม่เกิน 10 ดังนั้น สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระของปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่เกิด Multicollinearity

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา และด้านการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับการทดสอบความเหมาะสมของเส้นถดถอยนี้มีค่าสถิติ F เท่ากับ 66.64 และจากการพิจารณาค่า R^2 เท่ากับ 0.40 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 40 และพิจารณาจากค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.40 แสดงว่าตัวแปรอิสระร่วมกันอธิบายผลแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 40 นอกจากนี้ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าพิจารณาที่ค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.42 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบ แต่ละด้านพบว่า

1. ปัจจัยด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี ไม่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta = -0.07$, $p > 0.01$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่าปฏิเสธสมมติฐาน
2. ปัจจัยด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.16$, $p < 0.01$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน
3. ปัจจัยด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.19$, $p < 0.01$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน
4. ปัจจัยด้านการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta = 0.37$, $p < 0.01$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์การ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชน รุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การทดสอบสมมติฐานที่ว่า วัฒนธรรมองค์การ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หรือไม่ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อศึกษาว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่ร่วมกันทำนายหรือพยากรณ์หรืออธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้ โดยใช้สัญลักษณ์แทนค่าตัวแปร ดังนี้

X_5 = ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว

X_6 = ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ

X_7 = ด้านวัฒนธรรมแบบเครือข่าย

X_8 = ด้านวัฒนธรรมแบบราชการ

Y = แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรวัฒนธรรมองค์การ และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปร	X_5	X_6	X_7	X_8	Y
$\bar{X}$	4.36	4.33	4.41	4.31	4.94
SD	.59	.59	.61	.65	.54
X_5	1	.72**	.73**	.60**	.72**
X_6		1	.65**	.63**	.62**
X_7			1	.70**	.58**
X_8				1	.56**
Y					1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายระหว่างวัฒนธรรมองค์การ ทั้ง 4 ด้าน กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ ประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว (X_5) ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (X_6) ด้านวัฒนธรรมแบบเครือข่าย (X_7) และด้านวัฒนธรรมแบบราชการ (X_8) มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับตัวแปรแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .72, .62, .58 และ .56 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม องค์การ	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย		ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน			Tolerance	VIF
	(b)	(β)	S.E.				
ค่าคงที่ (a)	1.76		.15	11.81	.00**	.37	2.72
X_5	.48	.53	.05	9.64	.00**	.41	2.42

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม องค์กร	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย		ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน			Tolerance	VIF
	(b)	(β)	S.E.				
X ₆	.14	.16	.05	2.99	.00**	.36	2.79
X ₇	-.02	-.03	.05	-.46	.65	.47	2.15
X ₈	.13	.16	.04	3.27	.00**	.37	2.72
R =0.75 R ² =0.56 Adjusted R ² =0.55 SEE =0.36 F =124.143							

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) พบว่า ค่า Tolerance ค่าน้อยที่สุด คือ .36 ซึ่งไม่ต่ำกว่า .10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ค่าสูงที่สุด คือ 2.79 ซึ่งไม่เกิน 10 ดังนั้น สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่เกิด Multicollinearity

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ และด้านวัฒนธรรมแบบราชการ มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับการทดสอบความเหมาะสมของเส้นถดถอยนี้มีค่าสถิติ F เท่ากับ 124.143 และจากการพิจารณา ค่า R² เท่ากับ 0.56 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 56 และพิจารณาจากค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.55 แสดงว่าตัวแปรอิสระร่วมกันอธิบายผลแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 55 นอกจากนี้ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าพิจารณาที่ค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.36 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้านพบว่า

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = -0.53, p < 0.01) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

2. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = 0.16, p < 0.01) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

3. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแบบเครือข่าย ไม่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (β = -0.03, p > 0.01) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่าปฏิเสธสมมติฐาน

4. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแบบราชการ มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = 0.16, p < 0.01) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรมองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์ต่อวัฒนธรรมองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์ต่อวัฒนธรรมองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในภาพรวม

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	วัฒนธรรมองค์การ			ลำดับ
	Pearson Correlation (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี	.63**	.00	ค่อนข้างสูง	4
ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	.67**	.00	ค่อนข้างสูง	3
ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา	.72**	.00	ค่อนข้างสูง	2
ด้านการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล	.77**	.00	สูง	1
รวม	.77**	.00	สูง	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 8 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์การ ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($r = .77$) โดยด้านที่มีความสัมพันธ์ในลำดับแรก คือ ด้านการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล (ระดับสูง $r = .77$) รองลงมาคือ ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา (ระดับค่อนข้างสูง $r = .72$) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี (ระดับค่อนข้างสูง $r = .63$) ซึ่งทุก ๆ ด้านของปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์การของพนักงานในทุกด้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา ดังนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารในองค์กร ควรเน้นในเรื่องการกระตุ้นพนักงานให้ใช้ปัญญาในการทำงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่ดีให้กับพนักงาน ส่วนในด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี ดังนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารในองค์กรควรลดหรือละเว้นการสร้างบารมีหรือสร้างอิทธิพลให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานรู้สึกมีแรงจูงใจที่ดีในการทำงานในองค์กรต่อไป

1.2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี โดยเฉพาะในด้านผู้บริหารทำให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารในองค์กร ไม่ควรเน้นในเรื่องการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมีในองค์กร ซึ่งจะดูเหมือนเป็นการปกครองแบบเผด็จการ

1.3 วัฒนธรรมองค์การ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านวัฒนธรรมแบบเครือข่าย ดังนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารในองค์กรควรเน้นการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรให้ความเป็นกันเองแบบเครือข่าย สร้างบรรยากาศของมวลมิตรที่ร่วมกันทำงานคล้ายอยู่ในครอบครัว เพื่อเสริมสร้างให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น

1.4 วัฒนธรรมองค์การ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ วัฒนธรรมแบบราชการ โดยเฉพาะในเรื่อง บริษัทให้ความสำคัญต่อภาวะแวดล้อมภายใน ดังนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารในองค์กรไม่ควรสร้างวัฒนธรรมแบบ ราชการที่ต้องมีขั้นตอนชัดเจน คงเส้นคงวา บางครั้งการต้องยึดถือกฎระเบียบเป็นสำคัญนั้น ทำให้การทำงานเต็มไปด้วยเอกสาร เกิดความล่าช้า เฉื่อยชา ซึ่งอาจนำมาซึ่งการขาดประสิทธิภาพได้

1.5 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ย มากที่สุด คือ ด้านความสำเร็จของงาน ดังนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารในองค์กรควรเน้นส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงาน สร้างความสำเร็จของงานด้วยความสามารถของตนเอง เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ

1.6 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ โดยเฉพาะในเรื่องงานของท่านมีปริมาณที่เหมาะสม แสดงให้เห็นว่า พนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญกับปริมาณงานที่ได้รับ ว่าควรมีความเหมาะสม ไม่มากจนเกินไป และไม่น้อยจนเกินไป ดังนั้นผู้นำหรือผู้บริหารของบริษัทเอกชน ควรมี การจัดทำขอบเขตลักษณะของงานที่ทำ (Job description) แต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน และให้ความสำคัญในเรื่อง ปริมาณงานของงานให้เหมาะสม

1.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา และด้านการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล มีผลต่อแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชันวายโดยเฉพาะในเรื่อง ผู้บริหารกระตุ้นบุคคลากรให้รู้สึกว่ ตนเองมีค่า และสามารถช่วยองค์การให้ฝ่าฟันอุปสรรค ดังนั้น บริษัทควรมีการอบรมพนักงานในทุกระดับเพื่อ ปลุกฝังลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างแรงบันดาลใจ โดยผู้บริหารควรกระตุ้น บุคคลากรให้รู้สึกว่ตนเองมีค่า และสามารถช่วยองค์การให้ฝ่าฟันอุปสรรคได้ 2) การกระตุ้นการใช้ปัญญา โดย ผู้บริหารต้องมีการสร้างความเชื่อมั่นให้บุคคลากรว่ปัญหาทุกอย่างต้องมีวิธีแก้ไข แม้บางปัญหามจะมีอุปสรรค มากมาย และ 3) การคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล โดยผู้บริหารควรมอบหมายงานโดยยึดหลักเพื่อพัฒนา ความสามารถของบุคคลากรแต่ละบุคคล เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่น เจนเอเรชันวายต่อไป

1.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ และด้านวัฒนธรรมแบบราชการ มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น บริษัทควรมีการปลุกฝังวัฒนธรรม องค์การทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) การปรับตัว โดยควรมีการให้อิสระในการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้ที่มาติดต่องาน 2) ด้านการมุ่งผลสำเร็จ โดยที่บริษัทมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนของเป้าหมายองค์การ ผู้นำมุ่งเห็นผลสำเร็จตามเป้าหมาย และ 3) ด้านแบบราชการ โดยบริษัทควรกำหนดวิธีการทำงานที่กำหนดไว้อย่าง ชัดเจน เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเอเรชันวายต่อไป

1.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรมองค์การของ พนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความสัมพันธ์กันในทุกด้าน โดยด้าน ที่มีความสัมพันธ์ในลำดับแรก คือ ด้านการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล ดังนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารในองค์กรควร เน้นในเรื่องปัจเจกบุคคลเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์การที่เหมาะสมกับพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเอเรชันวายต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการขยายขอบเขตการวิจัยให้กว้างขึ้น เนื่องจากการวิจัยนี้วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างจากพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจจะไม่เพียงพอ และไม่ครอบคลุม จึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่น ๆ หรือเจนเนอเรชันอื่น ๆ เพื่อให้ได้ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ดังนั้น เพื่อให้การวิจัยครั้งต่อไปมีความครบถ้วนสมบูรณ์มากขึ้น ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือควรใช้เทคนิคของเครื่องมือในการวิจัยอื่น ๆ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- นฤมล เพ็ญสิริวรรณ. (2561). ภาวะผู้นำกับการพัฒนาองค์การให้มีประสิทธิภาพสูงสุด. **วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์**, 4(2), 117-125.
- พฤติสิทธิ์ อุทุม. (2559). **ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดสระแก้ว**. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พันทิยา ทรัพย์ประเสริฐ. (2561). **ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เรดซีน จำกัด**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พลอยชมพู เหมหงษา. (2563). **แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญชูธรรม ตุงคง. (2564). **อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การและแรงจูงใจในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดชลบุรี**. **วารสารพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่**, 6(4), 131-147.
- ลำพึง บัวจันธวัช. (2560). **ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏ**. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ**, 13(3), 68-82.
- วัลลภ บุตรเกต. (2562). **ศึกษาวัฒนธรรมองค์การกับความสุขในการทำงานของครูใน โรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9**. **วารสารศิลปการจัดการ**, 4(3), 747 -759.
- ศุภาพิชญ์ อินแดง. (2565). **วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุขสันต์ เปลี่ยนเจริญ. (2565). **ผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทรับเหมาในโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง**. **วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 5(3), 80-98.
- Bass, B.M. (1985). **Leadership and performance beyond expectations**. New York: The Free Press.
- Daft, R. L. (2002). **Management**. (4th ed.). Fort Worth, TX: The Dryden.
- Frederick, H. (1959). **The Motivation of work**. New York: John Wiley & Sons.

ปัจจัยการตลาดและการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร
ของประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์และอุทัยธานี

MARKETING AND ADMINISTRATION FACTORS AFFECTING DECISION ON CONSUMING
LOCAL PRODUCTS, FOOD CATEGORIES OF PEOPLE IN NAKHON SAWAN
AND UTHAI THANI PROVINCES

นราธิป ปักดีจันทร์¹ ลักษมี งามมีศรี¹ วริศรา เหล่าบำรุง¹ สุวัช พัทธ์ทิพย์¹ และ ลภัสวัฒน์ คล้ายแสง¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Narathip Pakdeejan¹ Laksamee Ngammeesri¹ Varisara Lawbaumrung¹

Suwachat Pitaktim¹ and Laphatsawat Khlaisaeng¹

¹Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University

(Received: September 13, 2023; Revised: June 9, 2024; Accepted: June 24, 2024)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการ 2) เปรียบเทียบปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดกับปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์และอุทัยธานี จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการ อยู่ในระดับมากทั้ง 2 ด้าน 2) เปรียบเทียบปัจจัยการตลาด พบว่า เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค แต่อายุมีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจทุกด้าน สำหรับปัจจัยการบริหารจัดการ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคด้านการวางแผน ด้านการจัดการองค์กร และด้านการควบคุม โดยอายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคทุกด้าน 3) ปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการ โดยความสัมพันธ์นั้นอยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ: ปัจจัยการตลาด, ปัจจัยการบริหารจัดการ, ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ABSTRACT

This research aims to study the market factors and administration factors that affect consumption decision regarding local food stuffs. We utilize quantitative research methods. Our sample group is comprised of people who have purchased community food stuffs products in the Nakhon Sawan and Uthai Thani province. The sample group consisted of 390 people. The research instrument was a questionnaire. Descriptive statistics were used including

mean, standard deviation, percentage, t-test, analysis of variance, and Pearson's correlation coefficient.

The results of the research found that: 1) marketing factors and management factors are at a highly correlated; 2) Regarding market factors, gender was found to have no effect on consumption decisions but age affects in product, distribution channels, and promotions did. Occupation affects price and distribution channels. Education level and monthly also highly correlated. Regarding Management factors, it was found that gender, education level, and occupation have effects on consumption decisions and on planning, organizing and controlling. Age, monthly income, and status also affects every aspect of the consumption decision; 3) Many marketing and management factors have strong positive correlations.

Keywords: Marketing Factors, Administration Factors, Local Products

บทนำ

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นสินค้าที่ผลิตจากทรัพยากรในท้องถิ่น และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ เป็นความภาคภูมิใจของคนในชุมชนให้เกิดความรักในถิ่น แต่ภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชนสังคมมีรูปแบบมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอยู่ เศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นนั้น ๆ พร้อมทั้งมีการสืบทอดภูมิปัญญามาตั้งแต่อดีตกาล ผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต วิเคราะห์และปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งจากวิถีทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นองค์ประกอบในการประกอบอาชีพ ซึ่งมีความสำคัญกับคนวัสดุ กรรมวิธีการในท้องถิ่นนั้น ผู้ผลิตท้องถิ่นจะมีความเชี่ยวชาญเฉพาะในการผลิตสินค้านั้น ๆ ซึ่งจากรายงานข้อมูลขนาดใหญ่หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตออกมาจำหน่ายมากที่สุด คือ ประเภทอาหาร ประเภทของผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2565)

อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นโดยเฉพาะอาหารนั้นยังขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ อาทิ จากผลการศึกษาของ อรณิชา ฮวบหิน และคณะ (2564) พบว่า วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสิงห์บุรี มีปัญหาการดำเนินงานในด้านการเงิน การบริหารจัดการและการตลาดเป็นปัญหาหลัก ส่วนชินิสรา แก้วสวรรค์ (2564) พบว่า ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอำเภอบางคล้า ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน 2) ด้านการวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน 3) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ 4) ด้านการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนและ 5) ด้านการกำหนดโครงสร้างของวิสาหกิจชุมชน ส่วน ชานาณินฐ์ สัจจชัยพันธ์ (2564) พบว่า ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบด้วย 1) การปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ 2) การให้ความสำคัญกับลูกค้า 3) กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง 4) ความเท่าเทียมกันของสมาชิก และ 5) มาตรฐานการให้บริการ และณัฐสุดา ชูศรี และคณะ (2565) พบว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นปลาสาม ยังไม่มีตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ขาดการแสดงข้อมูลที่สำคัญ และควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายพร้อมโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

จากข้อมูลปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นดังกล่าว สามารถสรุปปัญหาออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ กำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (Kotler & Keller, 2012) และ 2) ด้านการบริหารจัดการ เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยกระบวนการของการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจ และการควบคุม ที่จะนำมาใช้ทำงานให้ลุล่วงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสมชาย หิรัญกิตติ, 2545)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยการตลาดและการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหารของประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์และอุทัยธานี เนื่องจากทั้ง 2 จังหวัดมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในลักษณะที่คล้ายกัน โดยผลิตจากทรัพยากรในท้องถิ่น และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย เป็นต้น (กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2565) ทั้งนี้ เพื่อผู้ประกอบการจะได้ทราบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหารว่ามีปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการด้านอะไรบ้าง มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค และปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กันอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผน การบริหารจัดการ รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้ผลิตชุมชน เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ประเภทอาหาร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดกับปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือท้องถิ่นประเภทอาหารในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของ Cochran (1953) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ควรใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์จึงทำการสำรองแบบสอบถามเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เก็บทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร โดยให้ทุกคนมีสิทธิ์ได้รับการเลือกเท่า ๆ กัน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) และผ่านการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) จำนวน 30 ชุด กับผู้ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (cronbach's alpha coefficient) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.856-0.968 เป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งถือว่าเป็นมาตรวัดที่มีความเชื่อถือได้สูง (Nunnally & Bernstein, 1994) โดยในแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก ข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร เป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก ข้อคำถามเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ สถานที่ซื้อ เหตุผล ความถี่ งบประมาณต่อครั้ง และอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการและการควบคุม คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามผ่านระบบ Google Form ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ ตามร้านขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหารของทั้งจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานี ในวันธรรมดาและวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารมากที่สุด โดยขอความร่วมมือจากผู้ซื้อสินค้าทำแบบสอบถาม ณ เวลานั้น หรือบางท่านสะดวกให้ส่งไว้ทางอีเมลก่อน แล้วจึงส่งผลกลับมายังอีเมลที่ให้ไว้ในภายหลัง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประเมินความเห็นระดับการตัดสินใจ 5 ระดับของไลเคิร์ต (Likert, 1970, pp. 275) ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง การตัดสินใจระดับมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง การตัดสินใจระดับมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง การตัดสินใจระดับปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง การตัดสินใจระดับน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง การตัดสินใจระดับน้อยที่สุด

4.3 เปรียบเทียบปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้การทดสอบค่า t (t-test) เพื่อวิเคราะห์ความ

แตกต่างของค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป

4.4 วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดกับปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) มีเกณฑ์ในการพิจารณาความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) (Bartz, 1999 อ้างถึงใน สุภมาส อังสุโชติ, 2556) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางบวก	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางลบ	ความหมาย
0.81 ถึง 1.0	-0.81 ถึง -1.0	สูงมาก
0.61 ถึง 0.80	-0.61 ถึง -0.80	สูง
0.41 ถึง 0.60	-0.41 ถึง -0.60	ปานกลาง
0.21 ถึง 0.40	-0.21 ถึง -0.40	ต่ำ
0.0 ถึง 0.20	0.0 ถึง -0.20	ต่ำมาก

ผลการวิจัย

อัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม พบว่า แบบสอบถามแจกที่ได้ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ 390 ฉบับ ดังนั้น จึงสามารถสรุปอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 97.50 ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามมีดังนี้

กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอุทัยธานี คิดเป็นร้อยละ 20.26 และร้อยละ 49.74 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.8 อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.6 การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.9 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 และสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 68.5

การตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอาหารคือ อาหารอร่อย รสชาติถูกปาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.3 ส่วนใหญ่เลือกซื้อในร้านที่เป็นของผู้ประกอบการเอง คิดเป็นร้อยละ 42.8 เลือกซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 54.4 ความถี่ในการบริโภคภายในระยะเวลา 1 เดือน คือ 2-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ย 201 - 300 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.9 ซึ่งการบริโภคอยู่ในมืออาหารเย็นเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 52.8 และมีความคิดเห็นว่าการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน คิดเป็นร้อยละ 59

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร แสดงผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร

(n = 390)

ปัจจัยการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	ปัจจัยการบริหารจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	.608	มาก	ด้านการวางแผน	4.09	.800	มาก
ด้านราคา	4.11	.604	มาก	ด้านการจัดการองค์กร	4.11	.731	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.95	.846	มาก	ด้านการนำ	4.13	.810	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.94	.783	มาก	ด้านการควบคุม	4.12	.775	มาก
รวมเฉลี่ย	4.05	.710	มาก	รวมเฉลี่ย	4.11	.779	มาก

จากตารางที่ 1 ปัจจัยการตลาด พบว่า มีระดับการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหารภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้อมีระดับการตัดสินใจระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.20$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.11$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.95$) และการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยการบริหารจัดการ พบว่า มีระดับการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหารภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้อมีระดับการตัดสินใจระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการนำ ($\bar{X} = 4.13$) ด้านการควบคุม ($\bar{X} = 4.12$) ด้านการจัดการองค์กร ($\bar{X} = 4.11$) และด้านการวางแผน ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แสดงผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ด้านปัจจัยการตลาด พบว่า เพศ มีระดับปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหารไม่แตกต่างกัน แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร

อายุและอาชีพ มีระดับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า อายุมีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ มีระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจรายด้านทุกด้าน โดยกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีระดับปัจจัยทางการตลาดต่ำกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ ส่วนรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มผู้มีรายได้ 50,001 ขึ้นไป มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคมากกว่ากลุ่มอื่นทุกด้าน และผู้ที่มีสถานภาพโสดและสมรสมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสูงกว่าสถานภาพหย่าร้างทุกด้าน

ด้านปัจจัยการบริหารจัดการ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีระดับปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดการองค์กร และด้านการควบคุม มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค โดยกลุ่ม

การศึกษาระดับประถมศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคต่ำกว่ากลุ่มการศึกษาระดับอื่นทุกด้าน และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคต่ำกว่ากลุ่มอาชีพอื่น โดยมีระดับปัจจัยการบริหารจัดการต่ำกว่ากลุ่มอาชีพอื่น

อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพมีระดับปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และ 21-30 ปี มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคต่ำกว่ากลุ่มอายุอื่นในทุกด้าน ส่วนกลุ่มผู้มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสูงกว่ากลุ่มรายได้อื่นทุกด้าน และสถานภาพโสด และสมรสมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสูงกว่าสถานภาพหย่า/ร้างแยกกันอยู่ทุกด้าน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดกับปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร แสดงผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการ

ตัวแปร	ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยการบริหารจัดการ
ปัจจัยการตลาด	1	.783**
ปัจจัยการบริหารจัดการ	.783**	1

**p < 0.01

จากตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการ ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ในทางสถิติ (2-tailed). n = 390 แสดงจำนวนตัวอย่างจากตารางนี้ สามารถสังเกตเห็นความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญในทางสถิติระหว่างปัจจัยการตลาดกับปัจจัยการบริหารจัดการ แสดงให้เห็นว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการ โดยความสัมพันธ์นั้นอยู่ในระดับสูง

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร สำหรับปัจจัยทางการตลาด พบว่า ทุกปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับการตัดสินใจระดับมากทุกด้าน สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัตตยา เอี่ยมคง (2565) พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในระดับมากทุกด้าน และประสิทธิ์ชัย เดชขำ และคณะ (2565) พบว่า ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในระดับมาก ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับที่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นนั้นผลิตจากทรัพยากรในท้องถิ่น นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากท้องถิ่น สอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ที่กลุ่มตัวอย่างจึงตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้น ๆ ส่วนปัจจัยการบริหารจัดการ พบว่า ด้านการวางแผน การจัดการองค์การ การนำและการควบคุม มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน สอดคล้องกับปณชัย ชัยมาลิก และกฤษฎา มูฮัมหมัด (2563) พบว่า การวางแผน การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของ

ผู้ประกอบการร้านอาหารพะยอม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริหารจัดการสามารถพิจารณาในแง่ของกระบวนการที่เชื่อมโยงกับงาน จากการทำงานร่วมกันโดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กร การเปรียบเทียบปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ด้านปัจจัยการตลาด พบว่า เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร นอกนั้น อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และสถานภาพมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับประสิทธิ์ชัย เดชขำ และคณะ (2565) พบว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาดของที่ระลึกที่แตกต่างกัน และมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะการที่ตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือผู้ที่มีภาระค่าใช้จ่ายในครอบครัวสูงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัยเพื่อให้ได้รับความคุ้มค่าจากจำนวนเงินที่จ่ายไป สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ พบว่า กลุ่มผู้มีรายได้ 50,001 ขึ้นไป มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคมากกว่ากลุ่มอื่นทุกด้าน และยังพบว่า การศึกษาระดับประถมศึกษา มีระดับปัจจัยทางการตลาดทุกด้านต่ำกว่าระดับการศึกษาอื่น ซึ่งตามที่กระทรวงศึกษาธิการกล่าวถึงความรู้ระดับประถมศึกษา ว่ายังไม่ถึงระดับนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาตนและสังคมตามบทบาทของตนเอง

ด้านปัจจัยการบริหารจัดการ พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดการองค์กร และด้านการควบคุม มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค โดยกลุ่มการศึกษาระดับประถมศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคต่ำกว่ากลุ่มการศึกษาระดับอื่นทุกด้าน และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคต่ำกว่ากลุ่มอาชีพอื่น กลุ่มอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และ 21-30 ปี มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคต่ำกว่ากลุ่มอายุอื่น ส่วนกลุ่มผู้มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสูงกว่ากลุ่มรายได้อื่นทุกด้าน แต่การศึกษาของ ณัฏฐนนท์ ทวีสิน และธรรตพงศ์ วงษ์สวัสดิ์ (2562) พบว่า การใช้เทคนิคในการบริหาร และการจัดการของผู้ประกอบการที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้เทคนิคในการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำหรือการสั่งการ และด้านการควบคุมแตกต่างกัน ซึ่งอาจจะมีผลมาจากสภาพแวดล้อมของกิจการทั้งภายในและภายนอกมีความแตกต่างกันจึงส่งผลต่อการบริหารจัดการที่แตกต่างตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการ ผลการวิจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกที่ระดับสูง ระหว่างปัจจัยการตลาดและปัจจัยการบริหารจัดการ ซึ่งแสดงว่า มีความเกี่ยวพันกัน โดยอาจกล่าวได้ว่าเป็นทั้ง 2 ปัจจัยเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทอาหาร และอาจจะเป็นผลมาจากปัจจัยด้านอื่นบ้าง เช่น ปัจจัยเศรษฐกิจ กระแสนิยมการบริโภค เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัย ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกเนื่องจากอาหารอร่อย รสชาติถูกปากรวมทั้งร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ในย่านชุมชน ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาประเด็นเหล่านี้ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

1.2 ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อบริโภคเอง และซื้อฝากคนในครอบครัว ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งอยู่ที่ 100-300 การส่งเสริมการตลาด ควรส่งเสริมอิทธิพลของบุคคลในครอบครัว และกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับราคาดังกล่าว

1.3 ผู้ประกอบการควรส่งเสริมปัจจัยทางการตลาด โดยคำนึงถึงด้านผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก ต่อมาคือ ด้านราคา ควรส่งเสริมกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยทำงานจึงมีรายได้ในบริเวณ มากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ช่องทางการจัดจำหน่าย ควรส่งเสริมแพลตฟอร์มออนไลน์ ให้มากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวก และประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า ส่วนการส่งเสริมปัจจัยการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการ ควรเน้นกลุ่มอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และ 21-25 ปี กลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน กลุ่มนักศึกษา/นักเรียน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีระดับปัจจัยการบริหารจัดการต่ำกว่ากลุ่มอื่นในทุกด้าน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษากลยุทธ์การตลาดออนไลน์ และการสร้างการตลาดออนไลน์ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากขึ้น ประหยัดทรัพยากร ทั้งด้านแรงงานและเวลา เพื่อเพิ่มยอดขายที่สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2565). รายงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. สืบค้น สิงหาคม 25, 2565 จาก <http://cddata.cdd.go.th/apps/bigdata/otop1.html>.
- กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2565). โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น. สืบค้น ธันวาคม 31, 2565 จาก <https://plan.nsr.ac.th/storage/document/60c194980d2f8.pdf>.
- ชนิสรา แก้วสุวรรณ. (2564). การพัฒนาศักยภาพด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูป ผลผลิตเกษตรอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 10(2), 92-108.
- ชาณานิษฐ์ สัจชัยพันธ์. (2564). การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและ ผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(9), 176-192.
- ณัฐสุดา ชูศรี, ธนภรณ์ พึ่งบุญไพศาล, และเมธธีวรินทร์ พลโยธี. (2565). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าของฝากประเภทปลาสาม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนไชยบุรี อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 17(62), 43-51.
- ณัตตยา เอี่ยมคง. (2565). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 7(1), 9-20.
- ณัฏฐนนท์ ทวีสิน และธรรตพงศ์ วงษ์สวัสดิ์. (2562). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาเทคนิคการบริการหลังการขายของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทจำหน่ายและซ่อมคอมพิวเตอร์ในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 5(2), 58-73.
- ปณชัย ชัยมาลิก และกฤษฎา มูฮัมหมัด. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้ประกอบการร้านชาพะยอม. Journal of Legal Entity Management and Local Innovation, 6(5), 53-67.
- ประสิทธิ์ชัย เดชขำ, ธนัชชา ขำศรี, และสุทธิศักดิ์ แสงศักดิ์. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ในจังหวัดน่าน. วารสารมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต, 17(1), 14-25.

สุภมาส อังศุโชติ. (2556). **การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน (หน่วยที่ 6)**. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสมชาย หิรัญกิตติ. (2545). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

อรณิชา ฮวบหิน, รุจศิริ สัญลักษณ์, บุศรา ลิ้มนิรันดกุล, และพรสิริ สืบพงษ์สังข์. (2564). การพึ่งพาตนเองของ
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสิงห์บุรี. **วารสารผลิตภัณฑ์เกษตร**, 3(3),
43-56.

Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). **Marketing Management** (14th ed.). New Jersey: Pearson
Education.

Likert, R. (1970). **New Patterns of management**. New York: McGraw-Hill.

Nunnally, J.C., & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric theory** (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

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

การเตรียมต้นฉบับ

ทางกองบรรณาธิการยินดีรับตีพิมพ์ผลงานวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ ตัวอักษรสีดำ พิมพ์ในกระดาษขาว ขนาดมาตรฐาน A4 และไม่มีเส้นบรรทัด การตั้งค่าหน้ากระดาษ 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 วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อหลักต่างๆ ได้แก่ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อกิตติกรรมประกาศ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อเอกสารอ้างอิง	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ

การอ้างอิงในเนื้อหาและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหาทุกการอ้างอิงที่ปรากฏในเนื้อหาจะต้องมีในส่วนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ 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 ตัวอักษรบรรทัดหลังเครื่องหมาย เช่น (เยวานุช แสงยนต์, 2551; สุพาดา 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) การอ้างอิงครั้งต่อไป (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 จรURRED พฤษติกุล, 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./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./ครั้งที่พิมพ์ (ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./
/////////สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา. (2546). **กรอบแนวทางการประเมิน**

คุณภาพภายนอก ระดับอุดมศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.

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 สาขาวิชาเอกสุขศึกษา ภาควิชาพลศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

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

2.4 เอกสารประกอบการสัมมนา/การประชุมทางวิชาการ

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

ตัวอย่างเช่น

สุขน 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). ราษฎร. หมู่บ้านโนนม่วง ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น. สัมภาษณ์.
Chindaprasert, P. (1999, August 20). President. Khon Kaen University. **Interview**.

การส่งต้นฉบับ

สามารถส่งต้นฉบับผลงานออนไลน์ได้ที่ <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/index>
และสามารถติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000
โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 5351 โทรสาร: 042-211069

งานวิจัยและบริการวิชาการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

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

E-mail : msudru.journal@udru.ac.th

Website : <http://ms.udru.ac.th/msjournals>

