

วารสารวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Journal of Management Science
Nakhonratchasima Rajabhat University



ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2567

Vol.3 No.2 July-December 2024

ISSN 2821-9538 (Print)

ISSN 2821-9546 (Online)





วารสารวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Journal of Management Science
Nakhonratchasima Rajabhat University

ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2567
Vol.3 No.2 July-December 2024

ISSN 2821-9538 (Print)

ISSN 2821-9546 (Online)



วารสารวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Journal of Management Science Nakhonratchasima Rajabhat University
ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2567



เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU) เป็นวารสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ของคณาจารย์ และนักศึกษابัณฑิตศึกษา โดยได้มีการจัดทำในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) โดยเน้นสาขา ดังนี้

1. สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี
2. สาขาการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. สาขาการท่องเที่ยว นันทนาการ และการจัดการโรงแรม
4. สาขาเศรษฐศาสตร์ เศรษฐมิติ และการเงิน
5. สาขาการสื่อสาร

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีกำหนดการเผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

สำนักงานกองบรรณาธิการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาคารคณะวิทยาการจัดการ (อาคาร 22) 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง

อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ 044-009009 ต่อ 2215

Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>

E-mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th

บทความและข้อความที่ลงตีพิมพ์ในวารสาร ถือเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้พันธ์ กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย
และไม่ใช้ความรับผิดชอบของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.เอกรัตน์ เอกศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ บรรณาธิการบริหาร

รองศาสตราจารย์เนตรชนก บัวนาค

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรวิทย์ คำเจริญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.ลักขมี โขมโนทัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญรัตน์ วิเชียร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ท้วมสุข

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศาสตราจารย์ ดร.ดุขฎิ์ อายุวัฒน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล ตั้งประเสริฐ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พรอุปถัมภ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา รูปแก้ว

มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิช ธีระโคตร

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หนึ่งหทัย ขอผลกลาง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

รองศาสตราจารย์ กรองทิพย์ ชัยชาญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี โพธิ์ชาธาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ฝ่ายพิสูจน์อักษร

ดร.รุ่งกานต์ มุสโสภาส

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ เจ้าหน้าที่ประจำวารสารวิชาการ

นางสาวกันทิมา จาระนัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

นายเรืองเดช กุลชูศักดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2567

■ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พลนิกรกิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี นันทศิริพล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์ จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูสิทธิ์ คงเรือง	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญภา หวังที่ชอบ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิเชษฐ เนตรสว่าง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทราพร จันตะนี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไววิทย์ จันทรเมธียง	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญหมื่นไวย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัจจา ไกรศรีรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิช ธีระโคตร	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราพรรณ ตั้งจาศรีโสภณ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

■ ผู้ทรงคุณวุฒิภายในประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ กรองทิพย์ ชัยชาญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร.เอกรัตน์ เอกศาสตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐินี ทองดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร เลิศยิ่งยศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกฤตา บุรินทร์วัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (JMS NRRU) ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคมนี้ เป็นฉบับส่งท้ายปีเก่าเข้าสู่ปีใหม่ พ.ศ. 2568 ซึ่งเนื้อหาบทความในฉบับนี้ได้สะท้อนสถานการณ์ของประเทศไทยที่เผชิญกับความเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางกระแสของดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันและการฟื้นตัวจากวิกฤตการณ์โควิด-19 ประเทศไทยกำลังเดินทางสู่การปรับตัวในหลากหลายมิติ บทความในฉบับนี้มีความหลากหลายทั้งในเชิงหัวข้อและมุมมอง โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ซึ่ง บทความ “ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา” และ บทความ “โมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2” ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์และการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ตอบสนองต่อบริบทของชุมชนในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและทรัพยากรที่โดดเด่น กลุ่มที่ 2 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งบทความ “พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก” และ บทความ “พฤติกรรมในการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหาร” ได้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ทั้งในมิติของการท่องเที่ยวและ การบริโภคอาหาร และกลุ่มที่ 3 การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยบทความ “การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19” นอกจากนี้ บทความ “ผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs” ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการรู้ทางการเงินและภาษีที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจในนามของกองบรรณาธิการ ขอขอบคุณผู้ร่วมเสนอบทความวิจัยทุกท่านรวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินคัดกรองบทความและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ส่งผลให้วารสารฉบับนี้มีคุณภาพและมีความสมบูรณ์ สุดท้ายนี้ ขอเชิญชวนผู้สนใจทุกท่านร่วมส่งผลงานเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานลงวารสาร และพบกับบทความที่น่าสนใจได้อย่างต่อเนื่องในฉบับถัดไป

รองศาสตราจารย์ เนตรชนก บัวนาค

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Netrakorn'.

บรรณาธิการ

สารบัญ

Table of Contents

บทความวิจัย

- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.....1
Causal Relationships of Logistics Performance, Logistics Efficiency and Pottery Product Entrepreneurs' Performance at Dan Kwian Subdistrict, Chok Chai District, Nakhon Ratchasima Province
สุรฉัตร โพธิ์ชาธาร และ อธิติ ทิวะคะศิริ
- พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก.....15
Thai Tourist's Behavior Travel of People in The Eastern Bangkok Area
พิชศาล พันธุ์วัฒนา
- ผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม.....29
Taxation Knowledge Impact on Personal Income Tax Planning Approaches of SMEs Entrepreneurs in Maha Sarakham Province
พัฒน์พงศ์ กุมสิน, พลลาญ จันทระจตุรภัทร, และอัศววิช ครอบคอบ
- โมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....46
Business Model for Competitive Advantages of SMEs in Upper Northern Region Cluster 2
จรัมจิต เกิดบ้านชั้น, รัฐพล ประณีตรัตนนานนท์, และชฎารัตน์ อิมินกุล

- การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์.....62
Application of Beliefs and Innovations to Support Creative Tourism Policy during
the COVID - 19 Pandemic in Roi Kaen - Sarasin Area
บุญเพ็ง สิทธิวงษา
- พฤติกรรมการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี.....75
Behavior of Selection Food Delivery Application in Pathum Thani Province
รัฐวุฒิ นิวรรณสิน และ ธนย์พัทธ์ ไคร์วานิช

บทความวิชาการ

- พลัฏจปัจจัยการผลิตกับวัฏจักรเศรษฐกิจ.....92
Forces of Production Factors & Economic Cycle
เบญจวรรณรี โชติช่วงนิรันดร์
- คำแนะนำสำหรับการจัดทำต้นฉบับบทความ.....107
- รูปแบบการเขียนอ้างอิงในบทความของวารสารตามรูปแบบ APA Style.....115

**ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์
และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา
ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา**

**Causal Relationships of Logistics Performance, Logistics Efficiency and
Pottery Product Entrepreneurs' Performance at Dan Kwian Subdistrict,
Chok Chai District, Nakhon Ratchasima Province**

สุธานันท์ โพธิ์ชาธาร^{1,*} และ อติต ทิวัสะศิริ²
Suthanan Phochathan^{1,*} and Atit Tiwasasit²

Received	11 May 2024
Revised	18 August 2024
Accepted	16 December 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา และ 2) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 315 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กับใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทำการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของโลจิสติกส์และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง อีกทั้งสมรรถนะโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และ

¹ ปร.ด. เศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2549. รองศาสตราจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

¹ Ph.D. in Economics, Ramkhamhaeng University, 2006. Assoc. Prof. of Faculty of Management Science. Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

* Corresponding author, email : suthanan.jn2024@gmail.com

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล, 2563. อาจารย์ สังกัดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.

² D.B.A in Doctor of Business Administration Program, Vongchavalitkul University, 2563. Lecturer of Faculty of Business Administration. Vongchavalitkul University.

ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนสมรรถนะโลจิสติกส์ ไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ แต่มีผลกระทบโดยอ้อมผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์

คำสำคัญ: สมรรถนะโลจิสติกส์, ประสิทธิภาพโลจิสติกส์, ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

Abstract

This research was objected to study 1) the logistics performance, the logistics efficiency and the performance of pottery product entrepreneurs in Dan Kwian Subdistrict, Chok Chai District, Nakhon Ratchasima Province 2) the causal relationship among the logistics performance, the logistics efficiency and the entrepreneurs' pottery performance. A questionnaire was used as a tool to collect data with a sample group of 315 entrepreneurs and people involved in pottery products in Dan Kwian Subdistrict, Chok Chai District, Nakhon Ratchasima Province. The descriptive statistics ; Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. In addition, the inferential statistics was used to analyze the structural equation models (SEM). and test the hypotheses. The study found that level of opinions regarding the logistics performance and the logistics efficiency was overall at a high level while the performance of the entrepreneurs was overall at a moderate level. Moreover, the logistics performance had a direct impact on logistics efficiency while the logistics efficiency had a significant direct impact on the operating performance of the entrepreneurs at the level of 0.05. On the contrary, the logistics performance had no direct impact on the performance of entrepreneurs but there was an indirect impact of the logistics efficiency

Keywords: Logistics performance, Logistics efficiency, Entrepreneurs' performance

บทนำ

โลจิสติกส์เป็นเครื่องยนต์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ข้อมูลจากรายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2565 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2565) พบว่า ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 2,382.2 พันล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.7 ต่อ GDP ดังนั้น หากธุรกิจสามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์ลงได้ก็จะสร้างกำไรให้กับธุรกิจ ภาคโลจิสติกส์การค้าจึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยสมรรถนะโลจิสติกส์ หมายถึง ความสามารถในการทำงาน (Competency) ของกิจกรรมโลจิสติกส์ในองค์กร ตั้งแต่ความสามารถในการวางแผน การดำเนินงาน การควบคุม การปรับปรุง รวมถึงความสามารถในการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจในกิจกรรมการจัดการโลจิสติกส์ ตั้งแต่การจัดซื้อ จัดหา การจัดเก็บ การจัดการผลิต การจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป การจัดส่ง จนถึงการขายและการบริการหลังการขาย ดังนั้น สมรรถนะโลจิสติกส์ ถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำองค์กรไปสู่ผลการดำเนินงานที่ยอดเยี่ยม และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยพบหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สำคัญว่าสมรรถนะโลจิสติกส์ช่วยลดความไม่แน่นอนและ

ความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทาน (Wang, Jie and Abareshi. 2015) ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาจะพบว่าสมรรถนะโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เช่น งานวิจัยของ Karagoz and Akgun (2015); Zawawi, Wahab, and Mamun (2017); Zawawi, et al. (2017) รวมทั้งงานวิจัยของ พัฒน์ พิสิษฐเกษม (2557) ที่ได้ศึกษาสมรรถนะโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน โดยผ่านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และด้านการตอบสนองลูกค้า

หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาตำบลเกวียนได้ถูกจัดให้เป็น 1 ใน 4 ของประเทศที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้าน OTOP ต้นแบบจากกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ในปี พ.ศ. 2547 และยังได้รับคัดเลือกเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP อีกด้วย เพื่อยกระดับหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงภูมิปัญญาท้องถิ่น และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้าน แต่เนื่องจากผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในพื้นที่ตำบลเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งมีความพร้อมน้อยกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่ จึงต้องมุ่งแสวงหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนเองเพื่อให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (เกริกกล้า สนธิมาศ. บรรยาย. 6 พฤศจิกายน 2557) และจากข้อมูลของเทศบาลตำบลเกวียนที่ใช้สำหรับการจัดเก็บภาษีในปี 2548 พบว่า มีจำนวนผู้ประกอบการ จำนวน 492 คน แต่ในช่วงที่ผ่านมาสถานการณ์โควิด 19 ได้สร้างความเสียหาย และส่งผลกระทบโดยตรงต่อห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของสินค้า ทำให้ปัจจุบันมีข้อมูลผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้เสียลดลงเหลือเพียง 393 คน (ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 11 นครราชสีมา. ออนไลน์. 2566) อีกทั้งสินค้าเครื่องปั้นดินเผามีลักษณะพิเศษที่จำเป็นต้องระมัดระวังในกระบวนการขนส่ง

จากแนวคิดและสถานการณ์ข้างต้น จะเห็นว่าการทราบสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ รวมถึงทราบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เป็นเหตุให้ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการประสบความสำเร็จจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวางแผน พัฒนาผู้ประกอบการ นักวิจัยจึงสนใจศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

2. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะโลจิสติกส์และ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา และหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการสามารถนำผลวิจัยไปกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปได้

การทบทวนวรรณกรรม

ทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีพื้นฐานในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงาน ในการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. **ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Base View: RBV)** เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการที่องค์กรจะได้เปรียบทางการแข่งขันควรพิจารณาถึงทรัพยากรที่มีอยู่ โดยทรัพยากร (Resources) แบ่งเป็นทรัพยากรที่มีตัวตน (Tangible) เช่น วัตถุดิบ เครื่องมือ เครื่องจักร กับทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible) เช่น เทคโนโลยี นวัตกรรม ความรู้ ทักษะความชำนาญ ชื่อเสียงขององค์กร ข้อมูลข่าวสาร (Barney, Wright and Ketchen. 2001) และสิ่งหนึ่งที่ควบคู่มากับทรัพยากรก็คือความสามารถ (Capability) ในการผสมผสานระหว่างทรัพยากร บุคลากร และกระบวนการ หรือเป็นความสามารถในการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีคุณค่า หายาก ยากที่จะเลียนแบบ และไม่สามารถหาสิ่งอื่นทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ จนเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบกับความสัมพันธ์ในระบบเศรษฐกิจจะต้องมีการผลิต การบริโภค การกระจาย และการแลกเปลี่ยน ซึ่งในการกระจายและการแลกเปลี่ยนจะต้องเกี่ยวข้องกับการขนส่ง ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ที่ศึกษาสมรรถนะหรือความสามารถในการดำเนินงาน และประสิทธิภาพการดำเนินงาน จะเป็นการพิจารณาจากด้านการผลิต การตลาด และการขนส่ง

2. **การจัดการโลจิสติกส์ (Logistic Management: LM)** หมายถึง การวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมเกี่ยวกับกิจกรรม และกระบวนการทำงาน จากจุดที่เป็นขั้นตอนการผลิตไปถึงจุดที่มีการใช้งาน และจุดที่เป็นการส่งสินค้ากลับ ไม่ว่าจะเป็นการจัดเก็บ เคลื่อนย้าย ชิ้นส่วนวัตถุดิบต่าง ๆ และการกระจายสินค้า รวมถึงการให้บริการ และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องให้สามารถเข้าถึงซึ่งความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งในด้านของเวลา คุณภาพ ปริมาณ ต้นทุน และสถานที่ที่กำหนดไว้อย่างเหมาะสม ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในการลดต้นทุน การเพิ่มผลกำไร และการตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า นอกจากนั้น การจัดการโลจิสติกส์ยังมีความสำคัญต่อการจัดการในภาคส่วนต่าง ๆ เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน และสร้างคุณประโยชน์ต่อสังคมเกี่ยวกับการลดข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้จากกระบวนการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ และสามารถป้องกันเหตุร้ายแรงที่จะเกิดขึ้นได้ (พิรุฬห์ลักษณ์ ยุวเวช. 2563 : 11) และในการจัดการโลจิสติกส์จะประกอบด้วย 9 กิจกรรม ได้แก่ การให้บริการแก่ลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน การวางแผนหรือการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า การจัดซื้อจัดหา การบริหารสินค้าคงคลัง การสื่อสารด้านโลจิสติกส์และกระบวนการสั่งซื้อ การจัดการวัสดุและบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง การเลือกสถานที่ตั้งของโรงงานและการจัดการคลังสินค้า และโลจิสติกส์ย้อนกลับ หรือการคืนสินค้าจากลูกค้า (ระบิล พันภัย, นรรัฐ รื่นกวี, และ อัมพพร ลีลามโนธรรม. 2562; ฤทัยภัทร ศุกระศร. 2564)

3. **สมรรถนะโลจิสติกส์ (Logistics Capability: LC)** คือ คุณลักษณะ ความสามารถ กระบวนการขององค์กร ความรู้ และทักษะที่ช่วยให้บริษัทบรรลุผลการดำเนินงานที่เหนือกว่า (Tukamuhabwa, Mutebi and Isabirye. 2023) ความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ดีที่สุดเพื่อให้เกิดการบรรลุผลการดำเนินงานที่ดีที่สุด และในการประเมิน

สมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการในแง่ของสถานประกอบการที่ผลิตสินค้ามีมิติที่ใช้ในการประเมิน ได้แก่ ต้นทุน คุณภาพ ความยืดหยุ่น และนวัตกรรม ส่วนการขนส่งสินค้ามีมิติที่ใช้ในการประเมิน ได้แก่ ความเร็วในการส่งมอบ คุณภาพการบริการ ความยืดหยุ่น และราคา (Kara and Ipekci. 2021)

4. ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (Logistics Efficiency: LE) คือ ผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพทั้งระบบของโซ่อุปทาน และรวมถึงกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ได้รับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิตจนถึงสินค้าถึงมือผู้บริโภคเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด (ขวัญเรือน มาลากุล ณ อยุธยา. 2562) และในการวัดหรือประเมินประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ของทั้ง 9 กิจกรรมจะพิจารณา 3 ด้าน คือ 1) ด้านต้นทุน หมายถึง ความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่าย และเวลาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงความเหมาะสมของราคาสินค้า และบริการเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป 2) ด้านเวลา หมายถึง ความสามารถในการบริหารเวลาที่ใช้ได้ครอบคลุมตามที่ได้วางแผนไว้ ความรวดเร็วในการเข้าถึงสินค้า อาหาร และบริการต่าง ๆ รวมไปถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และ 3) ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลไม่ว่าจะเป็นตารางรถ/ตารางขนส่งต่าง ๆ และความปลอดภัย (อดิศักดิ์ วรธนะภูติ และคณะ. 2563)

5. ผลการดำเนินงาน (Performance: P) ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ว่าองค์กรดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ และสำเร็จตามเป้าหมายเพียงใด โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน เป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงผลลัพธ์จากการดำเนินงานในรูปแบบที่เป็นตัวเงิน เช่น การเติบโตของยอดขาย ผลกำไร ความสามารถในการลดต้นทุน รวมถึง ความคุ้มค่าเกี่ยวกับผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น มูลค่าเพิ่มในตลาด และกำไรประจำปี (สวัสดี วรรณรัตน์. 2564; เพ็ญพร ปุกหุด. 2563; Lee, et al. 2022; Novais, Marin and Moyano-Fuentes. 2020) กับผลการดำเนินงานด้านที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน เป็นการวัดที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การเงิน แต่แสดงผลลัพธ์จากการดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้า ความสามารถในการเพิ่มความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงการออกแบบสินค้า และความมั่นคงของการผลิตสินค้า ความสามารถในการลดเวลาการผลิตสินค้า การนำเสนอสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดการแข่งขันอย่างรวดเร็ว การตอบสนองต่อความต้องการและรูปแบบการซื้อของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เวลาในการผลิตและส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว การประหยัดพลังงาน ความสามารถในการลดอัตราข้อบกพร่องของสินค้า และการปรับปรุงกระบวนการส่งคืน/นำกลับมาใช้ใหม่ 2) ด้านลูกค้า ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าในภาพรวม ความคุ้มค่าจากการซื้อสินค้า การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีแก่ลูกค้า ความสามารถในการรักษาลูกค้า และการสร้างธุรกิจใหม่ผ่านการแนะนำของลูกค้า และ 3) ด้านความผูกพันของพนักงาน ได้แก่ การพัฒนาปัจจัยในการสร้างความพึงพอใจของพนักงาน และความสามารถในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรให้เกิดขึ้นกับพนักงาน (เพ็ญพร ปุกหุด. 2563; ระเบียบ พันภัย, นรรัฐ รื่นกวี และอัมพพร สีสามโนธรรม. 2562; Lee, et al. 2022; Novais, Marin and Moyano-Fuentes. 2020)

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะโลจิสติกส์ กับประสิทธิภาพโลจิสติกส์ พบว่ามีผู้วิจัยหลายท่านที่เคยศึกษา เช่น Shahbaz, et al. (2019) ได้ศึกษา ผลกระทบของความสามารถด้านซัพพลายเชนที่มีต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์สำหรับโครงการก่อสร้าง Wang (2019) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ของ Baosteel Zhanjiang Iron & Steel Co., Ltd. และณัชภัค สถิตย์ธรรม, สวียา ประรณาดิ ชาตวิวัฒนาการ และศิริพร เลิศยิ่งยศ (2565) ได้ศึกษาสมรรถนะ

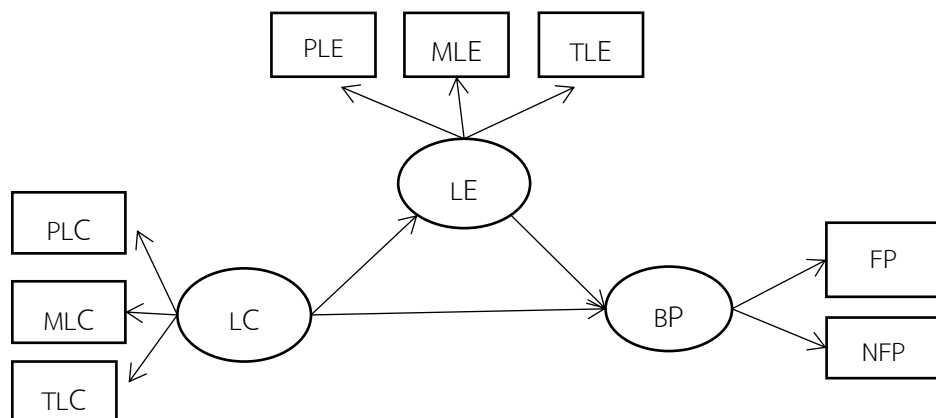
โลจิสติกส์ กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย เป็นต้น

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพโลจิสติกส์กับผลดำเนินงานของผู้ประกอบการ พบว่ามีผู้วิจัยหลายท่านที่เคยศึกษา เช่น Novais, Marin and Moyano-Fuentes (2020) ศึกษาการดำเนินการผลิตแบบ Lean, โลจิสติกส์ที่สนับสนุนบนคลาวด์ และบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน: ความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน Lee (2021) ได้ศึกษา ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานต่อผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงาน และด้านการเงิน และ Lee, et al. (2022) ศึกษาผลกระทบของโซ่อุปทานดิจิทัลต่อประสิทธิภาพขององค์กร เป็นต้น

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะโลจิสติกส์ กับผลดำเนินงานของผู้ประกอบการ พบว่ามีผู้วิจัยหลายท่านที่เคยศึกษา เช่น Abdul, et al. (2019) ได้ศึกษา ผลกระทบของการจัดการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร: กรณีศึกษา DANGOTE FLOUR MILLS PLC ประเทศไนจีเรีย Chala and Kumar (2021) ได้ศึกษา ผลกระทบของการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานผลิตน้ำตาล WONJI/SHOA และ Untari and Satria (2021) ได้ศึกษา การบูรณาการการจัดการโซ่อุปทานกับผลการดำเนินงาน และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารขนาดเล็ก เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัย ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของตัวแปรสมรรถนะโลจิสติกส์ (LC) ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (LF) ที่มีองค์ประกอบในการวัดแฝง 3 ด้าน คือ การผลิต (P) การตลาด (M) และการขนส่ง (T) ส่วนผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ (BP) มีองค์ประกอบในการวัดแฝง 2 ด้าน คือ การเงิน (F) และไม่ใช้ด้านการเงิน (NF) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2566.

สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยข้างต้น กำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ 4 สมมติฐานดังนี้

H₁ : สมรรถนะโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพโลจิสติกส์

H₂ : สมรรถนะโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

H₃ : ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

H₄ : สมรรถนะโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยอ้อมต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการเจ้าของโรงงาน ร้านจำหน่าย ช่างปั้น และช่างแกะสลักลาย หรือพนักงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และรับผิดชอบวางแผนควบคุมการผลิต คลังสินค้า วางแผนจัดซื้อจัดหา และด้านการจัดส่ง กลุ่มตัวอย่าง เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กับกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป จากประชากรที่กำหนดจำนวน 315 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามมี 5 ตอน มีลักษณะคือ ตอนที่ 1 เป็นแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale) ตอนที่ 2 ถึงตอนที่ 4 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ที่มีตัวเลือก 5 ระดับ ตามวิธีของ (Likert method) และตอนที่ 5 เป็นข้อความปลายเปิด

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.1 สร้างแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

3.2 ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าคำถามแต่ละข้อมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจึงมีความเหมาะสมในการใช้วัดตัวแปรที่ทำการศึกษาได้ (Rovinelli and Hambleton. 1977)

3.3 นำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try-out) จำนวน 30 ราย ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ในช่วง 0.873-0.954 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่ามีความน่าเชื่อถือ (Cronbach. 1969) และแบบสอบถามได้รับการรับรองคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ตามเอกสารเลขที่ HE-040-2567

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองแล้วตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ที่ได้รับการตอบจากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 315 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กับใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทำการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.60 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 54.30 มีอายุอยู่ในช่วง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.60 มีระยะเวลาในการดำเนินการมากกว่า 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 35.60 มีจำนวนคนที่เกี่ยวข้องในกิจการส่วนใหญ่ 6-10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.78

2. กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58, S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถด้านการผลิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.93, S.D. = 0.94) รองลงมา คือ ด้านการขนส่ง ($\bar{X}$ = 3.41, S.D. = 0.95) และด้านการตลาด ($\bar{X}$ = 3.40, S.D. = 0.91) ตามลำดับ ในขณะที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพโลจิสติกส์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านการขนส่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.82, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านการตลาด ($\bar{X}$ = 3.76, S.D. = 0.81) และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านการผลิตมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}$ = 3.75, S.D. = 0.91) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 3.20, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ไม่ใช่ทางการเงินมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.50, S.D. = 0.78) และด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}$ = 2.90, S.D. = 0.84)

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า

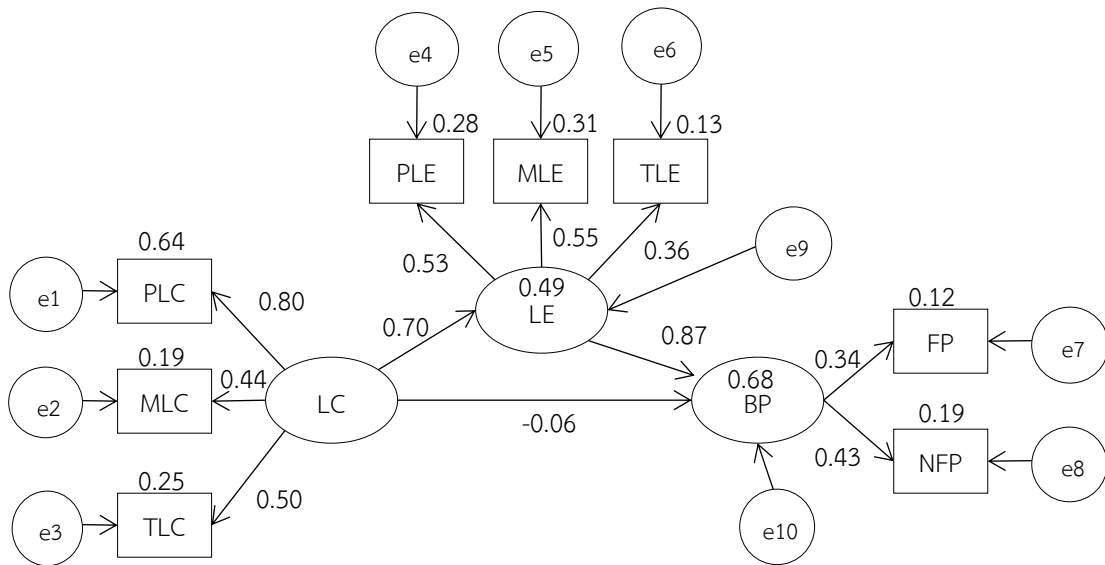
3.1 สมรรถนะของโลจิสติกส์มีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนมาตรฐาน (λ) เท่ากับ 0.70 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.27 มีค่า t value เท่ากับ 3.01 และมีค่าของระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p-value=0.003) โดยสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ได้ร้อยละ 49.0 (R^2 = 0.490) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1

3.2 สมรรถนะของโลจิสติกส์ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนมาตรฐาน (λ) เท่ากับ -0.06 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.223 มีค่า t value เท่ากับ -0.19 และมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.85 (p-value>0.05) ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2

3.3 ประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนมาตรฐาน (λ) เท่ากับ 0.87 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.227 มีค่า t value เท่ากับ 2.223 และมีค่าของระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value=0.026) โดยสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการได้ร้อยละ 68.20 ($R^2 = 0.682$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3

3.4 สมรรถนะทางโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ในทิศทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐานรวม (λ) เท่ากับ 0.61 (0.70×0.87) โดยสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ได้ร้อยละ 68.20 ($R^2 = 0.682$) ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 4

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะโลจิสติกส์และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ข้างต้นสามารถแสดงเป็นภาพการวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้ดังรายละเอียดในภาพที่ 2



CMIN/DF=1.524; p=0.133; CFI=0.975; GFI=0.989; AGFI=0.957;
 NFI=0.936; IFI=0.977; TLI=0.922; RMR=0.005; RMSEA=0.041

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา
 ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2566.

อภิปรายผลการวิจัย

1. สมรรถนะของโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า มีความสามารถด้านการผลิต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้เป็นเพราะสมรรถนะโลจิสติกส์ด้านการผลิต หมายถึง ความสามารถในการวางแผน การดำเนินงาน การควบคุม การปรับปรุง รวมถึงความสามารถในการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ ด้วยนวัตกรรม ใช้หลักความยืดหยุ่นและสร้างเครือข่ายเพื่อการผลิต เช่น การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ การจัดเก็บ การจัดการผลิต การจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาจากสภาพความเป็นจริง ก็พบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีระยะเวลาดำเนินงานส่วนใหญ่ตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป มีความสามารถใช้ข้อมูลมาวางแผนการผลิต สามารถออกแบบใหม่ ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ และสร้างเครือข่ายเพื่อการผลิตได้ ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงส่งผลให้มีสมรรถนะของโลจิสติกส์ด้านการผลิตสูงสุด

2. ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ด้านการขนส่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้เป็นเพราะประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานกิจกรรมโลจิสติกส์หลักที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ได้แก่ การขนส่งหรือการขนถ่ายรวมถึงการบรรจุหีบห่อ และกระบวนการรับคืนสินค้าที่ครอบคลุมมิติด้านต้นทุน (Cost) ด้านเวลา (Time) และด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งหากพิจารณาจากสภาพความเป็นจริง ก็พบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะการขายสินค้า 2 รูปแบบ คือ ขายปลีกหน้าร้านซึ่งผู้ซื้อจะขนส่งกลับไปเอง ดังนั้น จึงมีความระมัดระวังในการบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่ง มีต้นทุนที่ต่ำ อีกทั้งผู้ซื้อรู้จักร้านค้าเป็นอย่างดี ทำให้กระบวนการรับคืนสินค้ามีความน่าเชื่อถือ และใช้เวลาน้อย กับอีกลักษณะหนึ่งคือ ขายส่ง ซึ่งในกระบวนการขนส่งของการขายในลักษณะเช่นนี้ ส่วนใหญ่จะมีผู้รับจ้างในการขนส่งที่ติดต่อกันมานาน ทำให้มีความชำนาญในการจัดวางสินค้าเพื่อการขนส่ง ใช้ระยะเวลาการขนส่งที่ตรงต่อเวลา อีกทั้ง หากนำส่งสินค้าแล้วพบว่าชำรุด การรับคืนสินค้าก็มีความน่าเชื่อถือ และใช้เวลาน้อย ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงส่งผลให้มีประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านการขนส่งสูงสุด

3. ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ด้านที่ไม่ใช่ทางการเงินมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้เป็นเพราะสภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมียอดขายลดลง ทำให้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการเงิน ได้แก่ การเติบโตของยอดขาย กำไร การลดลงของต้นทุน และผลตอบแทนจากการลงทุนลดน้อยลงไปด้วย แต่ตัวชี้วัดด้านที่ไม่ใช่ทางการเงินซึ่งจะเป็นมุมมองเกี่ยวกับลูกค้า ได้แก่ ส่วนแบ่งทางการตลาด ความสามารถในการแข่งขัน การได้รับการยอมรับจากสังคม และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า ยังมีมากกว่าตัวชี้วัดทางการเงิน

4. สมรรถนะโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ทั้งนี้เนื่องจากสมรรถนะโลจิสติกส์มีความสำคัญในการบ่งบอกความสามารถของกิจกรรมโลจิสติกส์ในองค์กร และปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยการรับรู้ผ่าน 9 กิจกรรมโลจิสติกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัชภัค สติยธรรม, สวียา ปรรณานาดี ชาตวิวัฒนาการ และศิริพร เลิศยิ่งยศ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง สมรรถนะโลจิสติกส์ กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย พบว่า สมรรถนะโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพโลจิสติกส์ โดยการรับรู้ผ่าน

9 กิจกรรมโลจิสติกส์ สำหรับสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถต่อยอดให้เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม และงานวิจัยของ Wang (2019) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ของบริษัท Baosteel Zhanjiang Iron and Steel Co., Ltd. พบว่า กิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์มีผลเชิงบวกต่อการลดค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ และมีผลเชิงบวกต่อการปรับปรุงความพึงพอใจในการให้บริการลูกค้า

5. ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เนื่องจากประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ คือ ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพทั้งระบบของโซ่อุปทานและรวมถึงกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ได้รับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิตจนถึงสินค้าถึงมือผู้บริโภคเพื่อให้อุปสงค์เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด ดังนั้น หากกระบวนการในการทำงานมีประสิทธิภาพก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการดีขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชภัค สถิตย์ธรรม, สวียา ปราบณานาติ ขาติวิวัฒนาการ และศิริพร เลิศยิ่งยศ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง สมรรถนะโลจิสติกส์ กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย พบว่า ประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ด้วยความสามารถของการดำเนินงาน 9 กิจกรรมโลจิสติกส์ สำหรับสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถต่อยอดให้เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม

6. สมรรถนะโลจิสติกส์ ไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เนื่องจากสมรรถนะโลจิสติกส์เป็นเพียงสิ่งบ่งบอกความสามารถของกิจกรรมโลจิสติกส์ในองค์กร โดยการรับรู้ผ่าน 9 กิจกรรมโลจิสติกส์ ดังนั้น สมรรถนะโลจิสติกส์ จึงไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา แต่ต้องส่งผ่านการดำเนินกิจกรรมทั้ง 9 กิจกรรมโลจิสติกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัชภัค สถิตย์ธรรม, สวียา ปราบณานาติ ขาติวิวัฒนาการ และศิริพร เลิศยิ่งยศ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง สมรรถนะโลจิสติกส์ กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย พบว่า สมรรถนะโลจิสติกส์ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานโลจิสติกส์ แต่สมรรถนะโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่เป็นตัวแปรกลาง

7. สมรรถนะโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยอ้อมต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีประสบการณ์ที่มากพอ จนทำให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดซื้อจัดหา การจัดเก็บ การจัดการผลิต การจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป การจัดส่ง จนถึงการขายและการบริการหลังการขาย มาใช้สำหรับการวางแผนการดำเนินงาน การควบคุม การปรับปรุง รวมถึงความสามารถในการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจในกิจกรรมการจัดการโลจิสติกส์ จึงส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ทั้งด้านการพยากรณ์และการวางแผนความต้องการของลูกค้า การให้บริการแก่ลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน การสื่อสารด้านโลจิสติกส์และการจัดการคำสั่งซื้อ การจัดซื้อจัดหา การจัดการเครื่องมืออุปกรณ์และการบรรจุหีบห่อ การจัดการคลังสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่งหรือการขนถ่ายรวมถึงการบรรจุหีบห่อ และโลจิสติกส์ย้อนกลับหรือกระบวนการรับคืนสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัชภัค สถิตย์ธรรม, สวียา ปราบณานาติ ขาติวิวัฒนาการ และศิริพร เลิศยิ่งยศ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง สมรรถนะโลจิสติกส์ กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย พบว่า สมรรถนะโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

ผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่เป็นตัวแปรต้นกลางที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้สมรรถนะโลจิสติกส์สามารถเพิ่มผลการดำเนินงานโลจิสติกส์ได้ดี ซึ่งตัวแปรสมรรถนะโลจิสติกส์และตัวแปรประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ทั้ง 2 ตัวแปรนั้นเป็นตัวแปรปัจจัยที่ส่งต่อผลการดำเนินงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Untari and Satria (2021) ที่ได้ศึกษา การบูรณาการการจัดการโซ่อุปทานกับผลการดำเนินงาน และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารขนาดเล็ก พบว่า การจัดการโซ่อุปทานมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการศึกษาที่พบว่า สมรรถนะโลจิสติกส์ มีผลกระทบโดยอ้อมต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีสมรรถนะโลจิสติกส์ด้านการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า รวมทั้งการประยุกต์ใช้ระบบการผลิตสินค้าในแบบต่าง ๆ และการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบในการผลิตสินค้าที่มีความยืดหยุ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้น
2. ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มประสิทธิภาพของโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง ที่เกี่ยวกับวิธีการลดต้นทุนการขนส่ง รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการรับคืนสินค้าให้กับลูกค้า และการจัดส่งสินค้าได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และตรงเวลา
3. หน่วยงานภาครัฐที่จะเข้าไปส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ดีขึ้น ควรจะต้องทำการพัฒนาสมรรถนะของโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพของโลจิสติกส์ควบคู่กันเสมอ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปได้

รายการอ้างอิง

- เกริกกล้า สนธิมาศ. ประธานสมาพันธ์โลจิสติกส์ไทย. บรรยาย. 6 พฤศจิกายน 2557
- ขวัญเรือน มาลากุล ณ อยุธยา. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ณัฏฐ์ สติยธรรม, สวียา ปารณนาดี, ชาตวิวัฒน์การ และศิริพร เลิศยิ่งยศ (2565). “สมรรถนะโลจิสติกส์ กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย.” วารสารปัญญาภิวัฒน์. 14(3) : 121-136.
- พัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อสมรรถนะทางด้านโลจิสติกส์และผลกระทบที่มีต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิรุฬห์ลักษณ์ ยุวะเวช. (2563). การบริหารความเสี่ยงธุรกิจโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางน้ำในเส้นทางลำเลียงแม่น้ำเจ้าพระยาสู่น่านน้ำประเทศกัมพูชา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- เพ็ญพร ปุกหุด. (2563). **ความสำเร็จของผลการดำเนินงาน ภายใต้ทรัพยากรโลจิสติกส์ที่มีความโดดเด่นกับความสามารถของธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ระบิล พันภัย, นรรัฐ รื่นกวี และอัมพาพร ลีลามโนธรรม. (2562). **การวัดประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน : การศึกษาอุตสาหกรรมอาหารไทย**. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ฤทัยภัทร ศุกระศร. (2564). **การลดต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยเทคนิคการบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรมของ บริษัทเหมืองแร่หินปูน**. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 11 นครราชสีมา. (2566). **รายงานประจำปี 2566**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://training-nakhonratchasima.cdd.go.th/2024/05/07/010567-2>. [1 ตุลาคม 2566]
- สวัสต์ วรรณรัตน์. (2564). “อิทธิพลของนวัตกรรมโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย : แบบจำลองสมการโครงสร้าง.” **วารสารบริหารธุรกิจ**. 44 (171) : 51-74.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2565**. กรุงเทพฯ : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อดิศักดิ์ วรรณระฤติ และคณะ. (2563). “การจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ และความภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” **วารสารการจัดการสมัยใหม่**. 18 (2) : 15-29.
- Abdul, F. A. et al. (2019). “Impact of logistics management on organizational performance (A case study of Dangote Flour Mills Plc, Nigeria).” **Journal of Sustainable Development in Africa**, 21(1), 36-49.
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen Jr, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. **Journal of management**, 27(6), 625-641.
- Chala, G., & Kumar, B. (2021). “The effect of logistics management on organizational performance at Wonji/Shoa Sugar factory.” **Global Scientific Journal**. 9(5) : 1962-1974.
- Cronbach, L.J. (1969). Validation of educational measures. In **Proceedings of the 1969 Invitational Conference on Testing Problems**. (pp.35-52). Princeton, New Jersey : Educational Testing Service
- Kara, K., & Ipekci, E. (2021). “The relationship between logistics innovativeness and logistics capabilities: ARTVIN 3PL service Providers.” **International European Journal of Managerial Research Dergisi**. 5(9) : 271-291.
- Karagoz, I. B., & Akgun, A. E. (2015). “The roles of it capability and organizational culture on logistics capability and firm performance.” **Journal of Business Studies Quarterly**. 7(2) : 23-45

- Lee, K. et al. (2022). "The effect of digital supply chain on organizational performance: An empirical study in Malaysia manufacturing industry." **Uncertain Supply Chain Management**. 10(2), 495-510.
- Lee, R. (2021). "The effect of supply chain management strategy on operational and financial performance." **Sustainability**. 13(9) : 5138.
- Novais, L., Marin, J. M. M., & Moyano-Fuentes, J. (2020). "Lean Production implementation, Cloud-Supported Logistics and Supply Chain Integration: interrelationships and effects on business performance." **The International Journal of Logistics Management**. 31(3) : 629-663.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). "On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity." **Dutch Journal of Educational Research**. 2(1) : 49-60.
- Shahbaz, M. S. et al. (2019). "The impact of supply chain capabilities on logistic efficiency for the construction projects." **Civil Engineering Journal**, 5(6), 1249-1256.
- Tukamuhabwa, B., Mutebi, H., & Isabirye, D. (2023). "Supplier performance in the public healthcare: internal social capital, logistics capabilities and supply chain risk management capabilities as antecedents in a developing economy." **Journal of Business and Socio-economic Development**. 3(1) : 50-68.
- Untari, D. T., & Satria, B. (2021). "Integration of supply chain management to business performance and business competitiveness of food micro industry." **Uncertain Supply Chain Management**. 9(2) : 705-710.
- Wang, X. (2019). "Study on relationship between green logistics activity and logistics Performance." **Cluster Computing**. 22 : 6579-6588.
- Wang, M., Jie, F. & Abareshi, A. (2015). "Business Logistics Performance Measurement in Third-Party Logistics: An Empirical Analysis of Australian Courier Firms." **International Journal of Business and Information**. 9(2) : 323-333.
- Zawawi, N.F.B.M., Wahab, S.A., & Mamun, A.A. (2017). "Logistics Capability, Logistics Performance, And The Moderating Effect Of Firm Size: Empirical Evidence From East Coast Malaysia." **The Journal of Developing Areas**. 51(2) : 171-182.
- Zawawi, N. F. B. M. et al. (2017). "Logistics capability, information technology, and innovation capability of logistics service providers: empirical evidence from east coast Malaysia". **International Review of Management and Marketing**, 7(1), 326-336.

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก Thai Tourist's Behavior Travel of People in The Eastern Bangkok Area

พิชศาล พันธุ์วัฒนา^{1,*}
Pitsarn Phanwattana^{1,*}

Received	26 March 2024
Revised	3 September 2024
Accepted	18 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก 2) ลักษณะการวางแผนก่อนเดินทางท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ และ 3) ความคาดหวัง และประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชนกรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพโสด อายุระหว่าง 36 -45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 30,000-45,000 บาท 2) ประชาชนกรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่ มีแผน/สามีภรรยาเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง ใช้โรงแรมเป็นที่พัก โดยผ่านการจองด้วยวิธีจองโดยตรงกับที่พัก และ 3) ประชาชนกรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่มีความคาดหวังที่จะได้รับความสนุกสนานจากการเดินทางท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่าการได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่เป็นประโยชน์

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย, พื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก

Abstract

The purposes of this study were to study 1) the basic characteristics of people in the eastern Bangkok 2) the usage expectations of tourism and 3) the general basic factors, which were included with the traveling companions, the vehicles used for the travel, the types of the accommodations and the channels for booking the accommodations of the people in the eastern Bangkok area. This study was conducted by the quantitative approach. The questionnaire was used

¹ ปร.ด. การรัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2560. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พ.ต.อ. คณะตำรวจศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
¹ Ph.D. Public Administration, Sripatum University, 2014. Asst.Prof. Pol.Col., Faculty of Police Science, Royal Police
* Corresponding author, e-mail : Pitsarn_ph@rpca.ac.th

to collect data from 400 people in the eastern Bangkok. Data were analyzed by using the frequency distribution statistics and were summarized as percentages. The results revealed that 1) Most of the population in Eastern Bangkok were male, single, aged between 36-45 years, hold a bachelor's degree, worked as private sector employees, and had a monthly income of 30,000-45,000 baht. 2) Most residents in the eastern Bangkok travelled with their partners or spouses, used private cars as their mode of transportation, and stayed in hotels, where they booked directly with the accommodation providers, and 3) Most residents in the eastern Bangkok expected to experience the enjoyment from their travels and believed that learning about the local way of life was beneficial.

Keywords : Tourist behavior, Thai tourists, The eastern Bangkok area

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลกที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศจากการประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในตลาดโลกและในประเทศไทย ล้วนตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะกลไกหลักในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยแผน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 หมายความว่า 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ได้กำหนดค่าเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายต่อวันเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี โดยอ้างอิงจากการกำหนดค่าเป้าหมายตามแผนแม่บทซึ่งกำหนดให้ในปี พ.ศ. 2570 ภาคการท่องเที่ยวเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 ของ GDP ทั้งประเทศ รวมถึงมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวันสูง (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ออนไลน์. 2566)

สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างเดือนมกราคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนมากที่สุด (50,907,458) รองลงมาอีก 2 ลำดับคือ จังหวัดชลบุรี (21,017,666) และจังหวัดกาญจนบุรี (13,135,869) ส่วนจังหวัดที่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate; OR; ร้อยละของจำนวนห้องพักที่ขายได้ในแต่ละเดือนเทียบกับจำนวนห้องพักทั้งหมด) 3 ลำดับแรก คือ จังหวัดชลบุรี (77.13) จังหวัดภูเก็ต (76.89) และ กรุงเทพมหานคร (76.31) โดยนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในนิคมเมืองหลักร้อยละ 66.28 และเมืองรองร้อยละ 33.72 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ออนไลน์. 2567) อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามสภาวะการณ์บริบทสังคมจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงและวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. ออนไลน์. 2567)

ปัจจุบันสถานการณ์ภายในประเทศด้านการท่องเที่ยวเริ่มฟื้นฟูกจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หากแต่การจะไปสู่เป้าหมายแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 ได้นั้น การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนเป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญเพื่อนำข้อมูลหรือข้อค้นพบที่ได้ไป

ปรับใช้กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 ให้บรรลุสู่เป้าหมายตามที่แผนกำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจสำรวจพฤติกรรมเพื่อจัดปัญหาต่อการบรรลุเป้าหมายโดยเลือกสำรวจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากพื้นที่นี้ที่ประกอบด้วยเขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา และเขตประเวศ มีพื้นที่ทั้งหมด 693.88 ตารางกิโลเมตร เป็นทำเลที่มีศักยภาพทางคมนาคม มีเส้นทางสำคัญที่เชื่อมต่อระหว่างใจกลางเมืองกับที่อยู่อาศัยพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีทั้งทางด่วน ได้แก่ ทางด่วนวงแหวนรอบนอกที่มีเส้นทางเชื่อมต่อกันเป็นวงแหวนล้อมรอบตัวเมืองกรุงเทพมหานคร ถนนสุขุมวิท ถนนลาดกระบัง ถนนกิ่งแก้ว ถนนเทพารักษ์ ถนนกาญจนาภิเษก และถนนศรีนครินทร์ (สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. ออนไลน์. 2566) มีประชากรทั้งดั้งเดิมและประชากรแฝงวัยทำงานที่มีความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยวกระจายในพื้นที่ อีกทั้งในหลายพื้นที่กรุงเทพมหานครเอง หากได้รับการประชาสัมพันธ์ก็มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอาภรณ์งามล้ำได้ เช่น สวนหลวง ร.9 ศูนย์กีฬาบึงหนองบอน ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง หรือตลาดนัดรถไฟ เป็นต้น (ภาสกรฤกษ์ ศรีสารคาม, ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศา และสมชาย เชะวิเศษ. 2563)

ผู้วิจัยจึงศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครประเด็นความคาดหวัง ประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยว และปัจจัยพื้นฐานทั่วไปเช่น ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทางประเภทที่พัก และช่องทางการจองที่พักของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งหวังจะได้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นความจริง มีความทันสมัย สามารถนำไปใช้ศึกษาต่อยอดความรู้และปรับใช้กับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในประเทศได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคูณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ
2. เพื่อศึกษาลักษณะการวางแผนก่อนเดินทางท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความคาดหวัง และประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีความทันสมัย ถูกต้อง เชื่อถือได้
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้เสนอต่อ 1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2) สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) 4) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 5) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ 6) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว 7) สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว 8) สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวแห่ง

ประเทศไทย 9) กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 10) ผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 11) งานประชุมเชิงวิชาการ และ 12) สถานศึกษาภาครัฐและเอกชนที่เปิดวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิด โมเดลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างไม่ว่าการกระทำนั้นจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม โดยเป็นการกระทำเพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการใดสภาพหนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในเป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ การศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการใช้หลักเหตุผลหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งก็คือหลักการให้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ประกอบของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต มาประมาณการผลและหาแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้จะประสบผลสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความสามารถ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของแต่ละองค์กรหรือบุคคลนั้น ในที่นี้ได้รวบรวม 4 โมเดลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โมเดลที่หนึ่ง โมเดลของ Wahab, Crampon and Rothfield (1976) ชี้ให้เห็นว่าการซื้อการท่องเที่ยวเป็นการซื้ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะเด่นชัดเฉพาะตัวแตกต่างจากการซื้อสินค้าอื่นเพราะมีคุณลักษณะคือ 1) ไม่มีผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมหรือวัตถุที่จับต้องได้ภายหลังจากการลงทุน 2) มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายได้ที่ผู้ซื้อได้รับอยู่ 3) การซื้อไม่ได้เกิดขึ้นโดยฉับพลันหรือไม่ได้ไตร่ตรองไว้ก่อน และ 4) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมาจากการออมและการวางแผนการเงินเอาไว้ล่วงหน้า โมเดลที่สอง โมเดลของ Schmoll (1977) เป็นกระบวนการการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากมิติทั้ง 4 ด้าน คือ 1) สิ่งเราทางท่องเที่ยว 2) ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยส่วนบุคคล 3) ตัวแปรภายนอก และ 4) คุณลักษณะต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว โมเดลที่สาม โมเดลของ Mayo and Jarvis (1981) กล่าวว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอธิบายได้จากระยะเวลาของกระบวนการตัดสินใจและจากอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเลือกของบุคคลนั้น โดยการใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อช่วยการตัดสินใจ มีตั้งแต่การตัดสินใจในเรื่องง่ายในชีวิตประจำวัน คือ ตัดสินใจทำได้อย่างรวดเร็วและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก จนถึงการตัดสินใจที่ต้องใช้เวลา มีแบบแผนในการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจอย่างรอบคอบจะใช้เวลาในการตัดสินใจนาน และมีการรวบรวมข้อมูลประกอบการตัดสินใจพร้อมทั้งมีการประเมินตัวเลือกต่าง ๆ และโมเดลที่สี่ โมเดลของ Mathieson and Wall (1982) ได้เสนอถึงกระบวนการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะซื้อการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวถึง 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ความต้องการที่จะท่องเที่ยว 2) การค้นหาข้อมูล 3) การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว 4) การเตรียมตัวเดินทางและประสบการณ์ และ 5) การประเมินผลความพึงพอใจจากการเดินทาง

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง และสถานที่รับประทานอาหารหลักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ (เกศินี โพธิ์เพชร, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. 2563) ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน

พบว่ามีความต้องการความเป็นส่วนตัว สถานที่ที่ผู้คนไม่พลุกพล่านและได้ใกล้ชิดธรรมชาติ (สุกานดา ถิ่นฐาน และ อนุชา แผงเพชร. 2566) ในขณะที่จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (สันธิตา ร้อยอำแพง, ราณี อธิชัยกุล และรชพร จันทรสว่าง. 2566) นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางโดยเครื่องบิน และเลือกวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีระยะเวลาในการพักไม่เกิน 2 วัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วงต่ำกว่า 3,000 บาท นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และมักที่จะเลือกท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำ และย่านเมืองเก่า (วาสนา ขวัญทองอัม, ขวสิทธิ์ ณ ถลาง และเสรี วงษ์มณฑา. 2566) โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและการพักผ่อน (นภัสร จงรักษ์. 2560) นอกจากนี้โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ปี 2561 ซึ่งเป็นการสำรวจก่อนสถานการณ์โควิด 19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงนิยมเดินทางท่องเที่ยวในเดือนเมษายน เดินทางกับแฟนหรือคู่สมรส โดยรถยนต์ส่วนตัว เมื่อรู้จุดหมายปลายทางแล้ว จะจองที่พักล่วงหน้า มีการจองล่วงหน้าเฉลี่ย 16.8 วัน การจองใช้วิธีการจองกับที่พักโดยตรง นิยมพักรีสอร์ทหรือโรงแรมระดับ 3-4 ดาว มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป โดยเฉลี่ยคือ 6,890 บาท เป็นการใช้จ่ายกับอาหารมากที่สุด การถ่ายรูปและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือกิจกรรมยอดนิยม โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมหรือมีชื่อเสียง และแชร์ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวผ่าน Facebook เป็นหลักหลังจบทริป โดยเลือกแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ หรือจากประสบการณ์จริงของผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวมาก่อน (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ออนไลน์. 2561) หากแต่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19 ได้เปลี่ยนแปลงไป 3 รูปแบบ คือ 1) เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นลำดับแรก 2) เดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้สามารถเดินทางด้วยรถส่วนตัว และ 3) เดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ Unseen ผู้คนไม่พลุกพล่าน (บริสุทธิ์ แสนคำ. 2564)

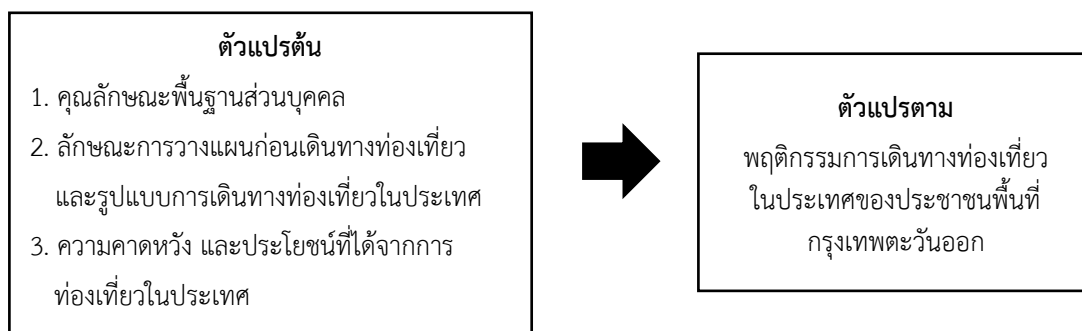
2. ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy theory) ของวรูม (Vroom. 1964) หรือที่เรียกว่าทฤษฎี V. I. E. เนื่องจากมีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญ คือ V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจ I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือ วิถีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ และ E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึงความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคล มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้ นั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ ขณะที่พาราสุมาน ไชแรมมอล และแบร์รี (Parasuraman, Zeithmal and Berry. 1990) ได้ระบุปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ 1) การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น 2) ความต้องการของแต่ละบุคคล 3) ประสบการณ์ในอดีต 4) ข่าวสารจากสื่อ และจากผู้ให้บริการ และ 5) ราคา สรุปได้ว่าความคาดหวังคือ ความรู้สึกความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อการรับรู้ของเราโดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังพบว่า ประเด็นที่มีความความคาดหวังมากที่สุดคือ เรื่องอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยที่มีจำนวนเพียงพอเช่น ป้ายแจ้งเตือน กล้องวงจรปิด ทางหนีไฟ และ

ด้านความปลอดภัยที่มีสภาพพร้อมใช้งาน เช่น ถังดับเพลิง ระบบสัญญาณเตือนภัย แสงไฟ (วัชรวิชัย วิทยาภรณ์ และพิมพ์พร ศรีรุ่งเรือง. 2567) ทั้งยังคาดหวังความปลอดภัย การคมนาคม ความสะอาดของอาหาร (ปฐวี อินทร์ สุวรรณโณ และกุลดา เพ็ชรวรรณ. 2565) โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อคุณภาพ การบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (อภิญา ชื่นขำ และมณฑกานติ ชุบชูวงศ์. 2566; สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์ และคณะ. 2566)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก จำนวน 1,360,219 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กระทรวงมหาดไทย. ออนไลน์. 2564, สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. ออนไลน์. 2566)

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรกลุ่มกรุงเทพมหานครตะวันออกและจำนวนประชากรเป้าหมายในการเก็บข้อมูล

ลำดับ	เขตในกลุ่ม กรุงเทพมหานครตะวันออก	รวมจำนวน ประชากร	เพศ		จำนวนบ้าน (หลังคาเรือน)	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง
			ชาย	หญิง		
1.	เขตบางกะปิ	142,574	64,756	77,818	109,409	45
2.	เขตสะพานสูง	95,922	43,972	51,950	41,892	45
3.	เขตปทุมวัน	139,334	63,412	75,992	76,268	45
4.	เขตคันนายาว	95,636	44,604	51,032	46,218	45
5.	เขตลาดกระบัง	178,424	84,621	93,803	100,871	45

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ	เขตในกลุ่ม กรุงเทพมหานคร	รวมจำนวน ประชากร	เพศ		จำนวนบ้าน (หลังคาเรือน)	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง
			ชาย	หญิง		
6.	เขตมีนบุรี	141,374	66,632	74,742	63,274	45
7.	เขตหนองจอก	178,856	86,985	91,871	68,505	45
8.	เขตคลองสามวา	206,437	97,295	109,142	88,145	45
9.	เขตประเวศ	181,632	85,211	96,421	93,842	45
รวมทั้งสิ้น		1,360,219	637,488	722,731	688,424	405

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กระทรวงมหาดไทย. 2564; สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. ออนไลน์. 2566; สำนักภูมิสารสนเทศ สำนักงานวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร. ออนไลน์. 2565)

จากตารางที่ 1 พบว่า กรุงเทพมหานครประกอบด้วย 9 เขตได้แก่ เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา เขตประเวศ มีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,360,219 แบ่งเป็นเพศชาย 637,488 คน เพศหญิง 722,731 คน มีจำนวนหลังคาเรือน 688,424 หลังคาเรือน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 คำนวณโดย $1 + 1,360,219 \times 0.05^2 = 3,401.54$ แล้วนำมารounded กับ 1,360,219 = 399.88 จึงได้จำนวนประชากรเป้าหมายที่ 400 คน (Yamane. 1973) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกนำประชากรมาสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) โดยจำแนกเป็นกลุ่มตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมด 9 เขต ขั้นตอนที่ 2 นำมาสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) โดยนำสมาชิกแต่ละกลุ่มมาเป็นจำนวนที่เป็นสัดส่วนที่กำหนดแล้วรวมสมาชิกของทุกกลุ่มเข้าด้วยกันจนครบ 400 ตัวอย่าง ซึ่งการคำนวณอัตราสัดส่วนเทียบบัญญัติไตรยางศ์ จะทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้นั้นกระจายในทุกเขตของกรุงเทพมหานคร (Rahman, et al. 2022)

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและได้นำไปทำการทดลองใช้ Try out กับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 40 คน (กลุ่มบุคคลที่อายุ 20 ปีขึ้นไปประกอบสัมมาชีพ มีการวางแผนจะเดินทางท่องเที่ยวในอนาคตรอนใกล้) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลเป็นรายการคำถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนก่อนเดินทาง ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ความคาดหวัง

จากการท่องเที่ยว ประโยชน์ที่ได้รับ และปัจจัยพื้นฐานทั่วไป เช่น ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทที่พัก ช่องทางการจองที่พัก และตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อดีและข้อจำกัดของการเดินทางท่องเที่ยว

1.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดย 1) การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้มีประสบการณ์ด้านการตรวจพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้ชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์ 2) ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นทดลองแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างในสถานที่จริงจำนวน 40 คน เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น และ 3) ความเป็นปรนัย (Objectivity) ตรวจสอบว่าคำถามมีความชัดเจนสามารถเข้าใจข้อความถาม และการแปลความหมายได้ตรงกันทั้งผู้ถามและผู้ตอบ

1.5 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากแบบสอบถาม 400 ชุด เมื่อได้ครบนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้สถิติวิเคราะห์ สถิติที่ใช้คือ สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเป็นการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัย สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัยรวมถึงข้อมูลอื่นที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิจัย (George. Online. 2023) ทั้งนี้ได้ยึดหลักจริยธรรมสากลในการทำวิจัยเกี่ยวข้องกับมนุษย์ (Belmont report) 3 ข้อหลักโดยได้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด (U.S. Department of Health and Human Services. Online. 2022)

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

คุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 59.5) สถานภาพโสด (ร้อยละ 54.2) อายุ 36 -45 ปี (ร้อยละ 39.5) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47.7) อาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 27.8) รายได้ต่อเดือน 30,000-45,000 บาท (ร้อยละ 32.5)

2. ลักษณะการวางแผนก่อนเดินทางท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออก

ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เปิดโลกทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 33.00) รองลงมา คือ เพื่อการพักผ่อนคลายเครียดจากชีวิตประจำวัน (ร้อยละ 17.50) และเพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต (ร้อยละ 16.50) ตามลำดับ ส่วนประเด็นความชอบ ส่วนใหญ่ชอบเดินทางกับเพื่อนฝูงมากที่สุด (ร้อยละ 31.50) รองลงมา คือ ชอบเดินทางแบบที่ไม่ซ้ำซาก (ร้อยละ 20.00) และชอบเดินทางกับครอบครัว (ร้อยละ 17.25) ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่ามีประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกเพียง 8 คนเท่านั้นที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเด็นเพื่อประโยชน์สังคม การกระจายรายได้ (ร้อยละ 2.00)

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าความสวยงามของวิวทิวทัศน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 78.50) รองลงมาคือ ไม่มีจุดอับสัญญาณโทรศัพท์ (ร้อยละ 73.20) และความสะอาดของการเดินทางไปพื้นที่ (ร้อยละ 71.00) ตามลำดับ ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับความสะอาดสภาพแวดล้อมในพื้นที่ (ร้อยละ 15.50)

ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี-วัฒนธรรม (ร้อยละ 14.80) และความมีอัธยาศัยดีของคนในพื้นที่ (ร้อยละ 10.80) ที่เป็นสามปัจจัยที่น้อยที่สุดในการเลือกจุดหมายท่องเที่ยวของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก

นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกมากกว่าครึ่ง (288 คน) จะหาข้อมูลก่อนการเดินทาง (ร้อยละ 72.00) โดยที่ประชาชนส่วนใหญ่หาข้อมูลเส้นทางการเดินทางไปจุดหมาย (ร้อยละ 61.00) เส้นทางการเดินทางในพื้นที่ (ร้อยละ 54.50) และแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 71.50) จาก Google Map ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก (ร้อยละ 33.70) ตัวเดินทางต่าง ๆ (ร้อยละ 35.20) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 44.50) และร้านอาหารเครื่องดื่ม (ร้อยละ 39.50) ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่นิยมหาข้อมูลผ่าน Google ในภาพรวม เป็นที่สังเกตว่าไม่มีประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกคนใดใช้ Facebook เพื่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการเดินทางในพื้นที่ ส่วนการหาข้อมูลก่อนการเดินทางของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครออกด้านที่พักนั้นพบว่า นอกจากประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกจะนิยมหาข้อมูลจาก Google แล้วยังมีอีกจำนวนหนึ่งใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 28.00) ที่นิยมหาข้อมูลผ่าน Agoda

ส่วนผู้ร่วมเดินทางนั้นพบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับแฟน/สามีภรรยา (ร้อยละ 39.00) โดยส่วนใหญ่พาหนะที่ใช้คือรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 55.70) นิยมใช้วิธีจองที่พักโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 46.00) และส่วนใหญ่เป็นที่พักประเภทโรงแรม (ร้อยละ 53.50)

สำหรับกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวพบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่นิยมการถ่ายรูปมากที่สุด (ร้อยละ 71.75) รองลงมาคือ การชมทิวทัศน์ (ร้อยละ 62.25) และการช้อปปิ้ง (ร้อยละ 44.25) ตามลำดับ

3. ความคาดหวัง และประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก

การได้รับความสุขสนุกสนานจากการท่องเที่ยวเป็นความคาดหวังจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกมากที่สุด (ร้อยละ 86.70) รองลงมาได้แก่ การได้ผ่อนคลาย คลายเครียดจากชีวิตประจำวัน (ร้อยละ 66.50) ราคาสินค้า/อาหาร/บริการ ไม่แพง (ร้อยละ 54.00) ได้ถ่ายรูปสวยงาม (ร้อยละ 48.50) ได้ชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ร้อยละ 47.00) ตามลำดับ ส่วนสามกลุ่มรายการที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกไม่คาดหวังมากนักกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ได้แก่ ได้เรียนรู้สัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีในพื้นที่ (ร้อยละ 12.30) ครอบครัวมีความสุขจากการท่องเที่ยว (ร้อยละ 13.50) ได้ใช้เวลาพักผ่อนกับครอบครัว (ร้อยละ 14.50)

ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการได้ทำกิจกรรมเดิม ๆ ที่ตนเองชอบจากสถานที่ใหม่ๆ เป็นประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด (ร้อยละ 40.00) รองลงมาคือได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่ (ร้อยละ 31.00) และได้เป็นผู้นำเทรนด์ในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 22.00) ตามลำดับ ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการใช้เวลาอยู่กับตนเองคนเดียว (ร้อยละ 4.30) และการได้ทำกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการบริการสังคม (ร้อยละ 2.70) ที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครออกส่วนน้อยเท่านั้นที่คิดว่าเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ส่วนด้านความต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่คิดเห็นว่าการสนับสนุนด้านการเงินเป็นความต้องการให้รัฐสนับสนุนมากที่สุด (ร้อยละ 35.80) รองลงมา คือ มีโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น คนละครึ่ง เที่ยวด้วยกัน เที่ยวปันสุข (ร้อยละ 35.80) และลดราคา / จัดแพ็คเกจท่องเที่ยวราคาถูก (ร้อยละ 17.70) ตามลำดับ ทั้งนี้จะมีประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกเพียงจำนวน

5 คน (ร้อยละ 1.20) ที่เห็นว่าต้องการให้หน่วยงานรัฐสนับสนุนในเรื่องการควบคุมความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกมากกว่าครึ่งมีประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการท่องเที่ยว โดยพบว่ามีประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวไม่สวยงาม/ไม่ตรงปก/ไม่ตรงรีวิว มากที่สุด (ร้อยละ 55.25) รองลงมา คือ สินค้า/อาหาร/บริการมีราคาแพง (ร้อยละ 45.25) และคนเยอะทำให้แออัด (ร้อยละ 39.25) ส่วนประเด็นประสบการณ์ที่ไม่ดีที่เจอน้อยที่สุด คือ ผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพ ไม่เป็นมิตร (ร้อยละ 11.00) เป็น

สำหรับประเด็นแนะนำแหล่งท่องเที่ยว พบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่มีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่ตนได้ไปเที่ยวมา (ร้อยละ 39.00) ผ่านช่องทางการแชร์รูปลงสื่อมากที่สุด (ร้อยละ 30.50) ส่วนการแนะนำข้อมูลแก่ผู้อื่นที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกไม่นิยม คือ การแนะนำเรื่องตัวเดินทาง (ร้อยละ 1.50) และการแนะนำผ่านช่องทาง Instagram (ร้อยละ 5.70)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้างต้นทั้งหมดสามารถสรุปความได้ว่า ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศโดยเดินทางท่องเที่ยวไปกับแฟน/สามีภรรยา พาหนะที่ใช้คือรถยนต์ส่วนตัว ใช้วิธีจองที่พักโดยตรงกับที่พักเป็นประเภทโรงแรม มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เปิดโลกทัศน์ ชอบเดินทางกับเพื่อนฝูง คิดเห็นว่าความสวยงามของวิวทิวทัศน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกจุดหมายท่องเที่ยว กิจกรรมที่กระทำระหว่างท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ถ่ายรูป ความคาดหวังมากที่สุดคือการได้รับความสุข สนุกสนานจากการเดินทางท่องเที่ยว คิดเห็นว่า การได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่เป็นประโยชน์ และต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนด้านการเงิน ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกมากกว่าครึ่งจะหาข้อมูลก่อนการเดินทาง โดยส่วนใหญ่หาข้อมูลเส้นทางเดินทางไปจุดหมาย เส้นทางเดินทางในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยวจาก Google map ส่วนที่พัก ตัวเดินทางต่าง ๆ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารเครื่องดื่ม ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่นิยมหาข้อมูลผ่าน Google มีประเด็นแนะนำแหล่งท่องเที่ยวผ่านการแชร์รูปลงสื่อ และเคยผ่านประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สวยงาม/ไม่ตรงปก/ไม่ตรงรีวิว มากที่สุด

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกสอดคล้องกับโมเดลของ Mathieson and Wall (1982) ที่ระบุว่า การตัดสินใจที่จะซื้อการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว มี 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ความต้องการที่จะท่องเที่ยว 2) การค้นหาข้อมูล 3) การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว 4) การเตรียมตัวเดินทางและประสบการณ์ และ 5) การประเมินผลความพึงพอใจจากการเดินทาง จากผลการวิจัยเมื่อประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกได้จุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยวแล้ว มีการค้นหาข้อมูลเส้นทางเดินทางไปจุดหมายปลายทาง เส้นทางเดินทางในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยว ประกอบการตัดสินใจ โดยมีการเตรียมตัวล่วงหน้าในการจองที่พัก ตัวต่าง ๆ การทำกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเมื่อจบการเดินทาง มีการประเมินความพึงพอใจด้วยการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวโดยการแชร์รูปผ่านสื่อที่ตนเองมีอยู่

การที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวสอดคล้องกับบทสรุปของกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และงานวิจัยของ บริสุทธิ์ แสนคำ (2564) ที่กล่าวว่าหลังสถานการณ์โควิด 19 นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่สามารถนำรถส่วนตัวไปได้

นอกจากนี้การนิยมเดินทางกับแฟน/คู่สมรส และการจองที่พักล่วงหน้าโดยจองกับที่พักโดยตรง ยังสอดคล้องกับ กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ที่ระบุว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับแฟน/คู่สมรสซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวจองที่พักล่วงหน้าเฉลี่ย 16.8 วัน จองกับที่พักโดยตรง แตกต่างเล็กน้อยเรื่องประเภทของที่พัก ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นิยมจองที่พักประเภทโรงแรม แต่นักท่องเที่ยวของกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นที่พักประเภทรีสอร์ทหรือโรงแรม 3-4 ดาว

ส่วนวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ เพื่อการเรียนรู้เปิดโลกทัศน์ สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้ข้อสรุปว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของ นภัสพร จงรักษ์ (2560)

ขณะที่ความคาดหวังของการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นิยมคาดหวังที่จะได้รับความสุขสนุกสนานจากการท่องเที่ยวมากที่สุด แตกต่างจากงานวิจัยของ วชรวิชัย วิทยาภรณ์ และพิมพ์ ศรีรุ่งเรือง (2567) ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเรื่องอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยที่มีจำนวนเพียงพอ และงานวิจัยของปฐวี อินทร์สุวรรณโณ และกุลดา เพ็ชรวรรณ (2565) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวคาดหวังความปลอดภัย การคมนาคม ความสะอาดของอาหาร

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวนำข้อมูลไปใช้ประกอบการพิจารณาปรับปรุงกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

1.2 ผู้ประกอบการที่พัก กลุ่มธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ พัฒนาระบบจองที่พักให้ประชาชนในฐานะนักท่องเที่ยวมีช่องทางเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย เข้าถึงได้ง่าย

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาวิจัยต่างพื้นที่ เช่น พื้นที่กรุงเทพมหานคร หรือเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง เช่น นนทบุรี สมุทรปราการ หรืออาจขยายศึกษาเปรียบเทียบในระดับภูมิภาค

2.2 ศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไม่ปรากฏในงานนี้เพื่อขยายองค์ความรู้ในด้านพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

2.3 ศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ปรากฏในงานนี้ แต่เว้นระยะเวลาเก็บข้อมูล 6 เดือน หรือ 1 ปี เพื่อตรวจสอบซ้ำถึงข้อค้นพบที่ได้

2.4 ควรมุ่งเน้นแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพในการขับเคลื่อนงานเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก

รายการอ้างอิง

- กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). **โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ปี 2561**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://tourismlibrary.tat.or.th/media/sector7rabbithood.pdf?fbclid=IwAR28pAKuoQMIVA8phA0WkvZPkrPDODuQOro7P7WSbLjv4k7N_GsUJvLGnt0. [27 ธันวาคม 2566].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). **สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด ปี 2566 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2023))**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.mots.go.th/news/category/705>. [12 มีนาคม 2567].
- เกศินี โพธิ์เพชร, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา.” **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**. 37(2) : 110-137.
- นภัสพร จงรักษ์. (2560). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://ethesisarchive.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031565_7325_6131.pdf. [6 มกราคม 2567].
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19.” **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**. 4(1) : 160-168.
- ปฐวี อินทร์สุวรรณโน และกุลดา เพ็ชรวรรณ. (2565). “การศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงวัยในจังหวัดแถบอันดามัน ประเทศไทย.” **วารสารวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**. 12(2) : 28-61.
- ภาสกรฤกษ์ ศรีสารคาม ทรงวุฒิ เอกวุฒิจวงศา และสมชาย เชื้อวิเศษ. (2563). “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวปริมณฑลฝั่งตะวันออก.” **วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์**. 7(2) : 200-225.
- วาสนา ขวัญทองยิ้ม, ขวลิย์ ณ ถลาง และเสรี วงษ์มณฑา. (2566). “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา.” **วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**. 4(1) : 43-56.
- วัชรวิชัย วิทยาภรณ์ และพิมพ์พร ศรีรุ่งเรือง. (2567). “ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.” **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**. 19(1) : 30-39.
- ศุภณีย์วิทย์ด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2567). **ประมาณการสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/16148>. [6 มกราคม 2567].
- สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์ และคณะ (2566). “ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อสภาพความพร้อมทางการท่องเที่ยวของถนนคนเดินสีลม จังหวัดกรุงเทพมหานคร.” **วารสารการจัดการการท่องเที่ยว นันทนิจและจิตบริการ**. 5(2) : 1-10.

- สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แพ่งเพชร. (2566). “สร้าง สรรค์ สุข: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่
พหุวัฒนธรรม เพื่อสอดรับกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในความปกติใหม่ จังหวัดกาญจนบุรี.” **วารสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร**. 43(2) : 1-13.
- สันติธิดา ร้อยอำแพง, ราณี อีสัยกุล และรชพร จันทรสว่าง. (2566). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ไทยวน จังหวัดสระบุรี.” **วารสารมนุษยศาสตร์
และสังคม ศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**. 9(2) : 281-297.
- สำนักภูมิสารสนเทศ สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร. (2565). **จำนวนประชากรพื้นที่
ความหนาแน่น จำนวนบ้าน จำนวนตามแขวงในเขตกรุงเทพมหานคร**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :
<https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/23329>. [27 ธันวาคม 2566].
- สำนักบริหารการทะเบียน กระทรวงมหาดไทย. (2564). **จำนวนประชากรแยกตามเพศ จำแนกตามเขตใน
กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2564 (เรียงตามจำนวนประชากรรวม)**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :
<https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/>. [26 ธันวาคม 2566].
- สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. (2566). **การแบ่งพื้นที่เขตการปกครองของ
กรุงเทพมหานคร**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://office2.bangkok.go.th/ard/?page_id=4048.
[26 ธันวาคม 2566].
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.
2566 -2570)**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://secretary.mots.go.th/more_news.php?cid=60.
[24 ธันวาคม 2566].
- อภิญา ชื่นขำ และมณฑกานติ ชูชูวงศ์. (2566). “ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ
ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร.” **วารสาร
วิทยาการจัดการปริทัศน์**. 25(2) : 120-132.
- George, T. (2023). **What is Secondary Research? | Definition, Types, & Examples**. [Online].
Available : <https://www.scribbr.com/methodology/secondary-research/>. [4 January 2024].
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). **Tourism: Economic, physical, and social impacts**. New York :
Longman.
- Mayo, E.J., & Jarvis, L.P. (1981). “The Psychology of Leisure Travel: Effective. Marketing and Selling
of Travel Services.” **Journal of Travel Research**. 20(3).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1990). **Delivery quality service: balancing customer
perceptions and expectations**. New York : A Division of Macmillan, Inc.
- Rahman, M. M., Tabash, M. I., Salamzadeh, A., Abdul, S., & Rahaman, M. S. (2022). “Sampling
techniques (probability) for quantitative social science researchers: a conceptual
guidelines with examples.” **Seeu Review**, 17(1), 42-51.
- Schmoll, G.A. (1977). **Tourism Promotion: Marketing Background, Promotion Techniques and
Promotion Planning Methods**. London : Tourism International Press.

- U.S. Department of Health and Human Services. (2022). **The Belmont Report: Ethical Principles and Guidelines for the Protection of Human Subjects of Research**. [Online]. Available : <https://www.hhs.gov/ohrp/regulations-and-policy/belmont-report/index.html>. [12 March 2024].
- Vroom, V.H. (1964). **Work and motivation**. New York : John Wiley & Sons.
- Wahab, S., Crampon, L.J., & Rothfield, L.M. (1976). **Tourism marketing : a destination-orientated programme for the marketing of international tourism**. London : Tourism International Press.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis**. New York : Harper & Row.

**ผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้
บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม**
Taxation Knowledge Impact on Personal Income Tax Planning
Approaches of SMEs Entrepreneurs
in Maha Sarakham Province

พัฒน์พงศ์ กุมสิน^{1,*}, พลาญ จันทรจตุรภัทร² และอัศววิทย์ รอบคอบ³
Pattanapong Kumsin^{1,*}, Palan Jantarajaturapath² and Aukkarawit Robkob³

Received	6 May 2024
Revised	13 November 2024
Accepted	2 December 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 199 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยรวม 2) ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ประเภทของรายได้ ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการลดเงินได้พึงประเมินที่ใช้ในการคำนวณภาษี 3) ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ประเภทของรายได้ ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี ด้านความรับผิดชอบด้านภาษีอากร และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านภาษีอากร (4) ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน

¹ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาบัญชีมหาบัณฑิต, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

¹ M.Acc., Student in Accountancy Program, Faculty of Accountancy and Management, Mahasarakham University.

*Corresponding Author, e-mail: 66010951002@msu.ac.th

² ปร.ด. การจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2553. อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

² Ph.D. in Management, Mahasarakham University, 2010. Lecturer in Management Program, Faculty of Accountancy and Management, Mahasarakham University.

³ ปร.ด. การบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2553. อาจารย์ประจำหลักสูตรการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

³ Ph.D. in Accounting, Mahasarakham University, 2010. Lecturer in Accounting Program, Faculty of Accountancy and Management, Mahasarakham University.

มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าลดหย่อน และ 5) ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าลดหย่อน

คำสำคัญ: การวางแผนภาษี, ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร, ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

Abstract

The purpose of this study is to investigate SME entrepreneurs' tax knowledge and understanding, as well as the patterns of personal income tax preparation. This is a quantitative study that gathers information from SME enterprises in Maha sarakham province that are sole owners or individuals. The sample size was determined using the Krejcie and Morgan table, with a 95% confidence level and a 5% acceptable margin of error, yielding a total of 382 participants. Data were gathered by questionnaires and evaluated using percentages, means, and standard deviations. One-way ANOVA and multiple regression analyses were used. The research results are as follows: 1) Knowledge of tax calculation, filing channels, and deductions positively impacts personal income tax planning. 2) Knowledge of taxation, including types of income, calculation methods, filing channels, and deductions, improves personal income tax planning and reduces assessable income. 3) Knowledge of taxation, including income types, filing methods, liabilities, and deductions, positively impacts personal income tax planning and increases tax expenses. 4) Knowledge of taxation, including calculation and deduction rights, positively impacts personal income tax planning, leading to increased deductions. and 5) Knowledge of deductible expenses and exemptions improves personal income tax planning, leading to higher deductions.

Keywords: Tax Planning, Knowledge of Taxation, Personal Income Tax

บทนำ

ปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังเผชิญกับความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เผชิญกับความท้าทายอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาเชิงโครงสร้างทางด้านเศรษฐกิจที่เปราะบาง การเข้ามาของสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อผู้ประกอบการของไทย ส่งผลให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-Sized Enterprises : SMEs) ในประเทศไทยถือเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาวของประเทศ อย่างไรก็ตาม ภาษีเงินได้ถือเป็นต้นทุนสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากกิจการที่ไม่สามารถเฉลี่ยภาษีหรือผลการให้กับผู้อื่นได้ (กรมสรรพากร. ออนไลน์. 2566) ดังนั้น การจะประกอบธุรกิจให้อยู่รอดได้ในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาสิทธิประโยชน์ในทางภาษีนั้น รวมถึงจะต้องมีความรอบรู้

ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในด้านบัญชีและกฎหมายทางภาษีอากร เพื่อให้อยู่รอดและเจริญเติบโตในสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้

ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร (Knowledge of taxation) ถือเป็นทักษะ ความสามารถในการนำความรู้ความเข้าใจทางกฎหมายทางภาษีอากร ตามประมวลรัษฎากร หรือกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไปใช้ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีได้อย่างครบถ้วน ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การเสียภาษีอากรเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นไปตามเงื่อนไขทางกฎหมาย และเสียภาษีในอัตราน้อยที่สุด โดยปราศจากเจตนาทุจริต ผ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมาย (สุเทพ พงษ์พิทักษ์. ออนไลน์. 2564) โดยความรู้ความเข้าใจที่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรจะมีนั้น ประกอบไปด้วยความรู้ด้านการรู้ประเภทของรายได้ (Type of Income Tax Knowledge: INCT) ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ (Deductible Expense Tax Knowledge: DEDT) ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี (Tax Calculation Knowledge: TCAL) ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี (Filling Tax Channel Knowledge: FILL) ด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน (Tax Deduction Knowledge: TDKN) และด้านความรับผิดชอบทางด้านภาษีอากร (Rights and Duties of a Taxpayer: RDTX) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ออนไลน์. 2566; วิภาดา สุขสวัสดิ์. 2563) ดังนั้น บุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีอย่างถูกต้อง อาจส่งผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงช่วยลดภาระ ทำให้ประหยัดค่าภาษีซึ่งถือเป็นต้นทุนของกิจการ รวมไปถึงยังสามารถขอคืนภาษีได้อีกด้วย

รูปแบบการวางแผนภาษี (Tax planning model) คือ กระบวนการที่มุ่งเน้นการเตรียมการเพื่อการปฏิบัติทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับภาษีอากรในอนาคต โดยวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาในปัจจุบันและป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต การวางแผนนี้มุ่งหวังที่จะลดจำนวนภาษีที่ต้องเสียหรือต้องนำส่ง และให้การปฏิบัติตามกฎหมายภาษีอากรขององค์กรเป็นไปอย่างถูกต้องและครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ โดยต้องการจะเสียภาษีอากรให้น้อยที่สุดหรือประหยัดที่สุดโดยไม่มีการทุจริตหรือการหลีกเลี่ยงภาษีอากร (สุเทพ พงษ์พิทักษ์. 2564) นอกจากนี้ลักษณะการวางแผนภาษีส่วนบุคคลเพื่อใช้ในการวางแผนภาษีและปฏิบัติงานเกี่ยวกับภาษีให้ เป็นไปอย่างถูกต้อง โดยปัจจัยที่ใช้ในการระบุรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ประกอบด้วย การลดเงินได้พึงประเมินที่ใช้ในการคำนวณภาษี (Deducting assessable income) การเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านภาษีอากร (Increase tax expenses) การเพิ่มค่าลดหย่อน (Increase tax allowance) และการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า (Choosing tax rate) (ธิดา จิตรน้อมรัตน์. 2559)

วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (Small and medium – Sized enterprises) เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยผู้ประกอบการในรูปแบบของบุคคลธรรมดา มีขนาดเล็ก ร้านค้าเจ้าของคนเดียว ข้อดีคือ ผู้ประกอบการมีอิสระในการดำเนินธุรกิจ มีความคล่องตัวในการตัดสินใจ การลงทุนต่ำ รวมถึงภาครัฐยังได้กำหนดนโยบายส่งเสริม และสนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ และส่งเสริมเกษตรกรสู่การทำธุรกิจแบบมืออาชีพ ตามการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 - 2570) เน้นสร้างการเติบโตที่ครอบคลุมและยั่งยืนในประเทศไทย มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาธุรกิจในทุกระดับ ตั้งแต่ระยะเริ่มต้นจนถึงการขยายไปสู่ระดับสากล โดยมีการสนับสนุนทั้งด้านเงินทุน นวัตกรรม และการพัฒนาบุคลากร นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบ เพื่อลดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และการสร้างศูนย์กลางข้อมูล เพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย รวมถึง เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและการเติบโตที่ครอบคลุมทุกกลุ่มในสังคมไทย ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจไทยมีความแข็งแกร่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ให้ธุรกิจ SMEs เติบโตอย่างยั่งยืน (กรมประชาสัมพันธ์. ออนไลน์. 2565) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในจังหวัดต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยนั้น พบว่า มีปัญหาหลายด้านที่เกิดจากปัจจัยที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะในจังหวัดมหาสารคาม ผู้ประกอบการ SMEs ประเภทอุตสาหกรรมต่างก็ได้รับผลกระทบจากปัจจัยเหล่านี้ไม่ต่างจากพื้นที่อื่น ๆ บางส่วนต้องปิดกิจการ ลดกำลังการผลิต และจำนวนพนักงาน พบว่าต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น และมีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของผลผลิตและสินค้าแปรรูปจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทำให้หนี้สินเพิ่มขึ้น ขาดสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ และต้องปรับโครงสร้างหนี้ นอกจากนี้ยังขาดความรู้เกี่ยวกับการวางแผนภาษีอากรอีกด้วย (สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ. ออนไลน์. 2556)

จากเหตุผลดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีอากรของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ศึกษารูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความเข้าใจภาษีอากรกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการของธุรกิจ SMEs พัฒนาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีอากรประเภทต่าง ๆ อย่างรอบคอบ รอบด้านได้ เพื่อให้การเสียภาษีเป็นไปอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทดสอบผลกระทบระหว่างความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่ส่งผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงผลกระทบของความรู้ ความเข้าใจด้านภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคามนำความรู้ ความเข้าใจด้านภาษีอากรไปวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของตนเอง

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี บทความวิจัย บทความวิชาการ และข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปผล มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ และกรอบงานวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎี ความรู้ ความเข้าใจภาษี (Knowledge and Understanding of Taxation: KUT) หมายถึง ทักษะ ความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจทางกฎหมายทางภาษีอากร หรือกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไปใช้ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การเสียภาษีอากรเป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตามเงื่อนไขทางกฎหมาย และเสียภาษีในอัตราน้อยที่สุด โดยปราศจากเจตนาทุจริต ฝ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมาย โดยความรู้ ความเข้าใจที่ควรมี ประกอบด้วย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ออนไลน์. 2566)

1.1 ด้านการรู้ประเภทของรายได้ (Type of Income Tax Knowledge: INCT) หมายถึง การเข้าใจลักษณะของรายได้ (เงินได้พึงประเมิน) ว่าได้รับมาจากแหล่งใด เกิดจากกิจกรรมใดของกิจการ และจัดเป็นเงินได้พึงประเมินที่ต้องเสียภาษีหรือไม่ หรือเป็นเงินได้พึงประเมินที่ได้รับการยกเว้นภาษี

1.2 ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ (Deductible Expense Tax Knowledge: DEDT) หมายถึง การเข้าใจประเภทของค่าใช้จ่าย (รายจ่าย) ว่า ค่าใช้จ่ายใดกฎหมายอนุญาตให้หักออกจากรายได้ ค่าใช้จ่ายใดเป็นค่าใช้จ่ายต้องห้าม รวมถึงทราบว่าค่าใช้จ่ายใดบ้างที่สามารถใช้ในการคำนวณภาษีได้มากกว่าจำนวนเงินที่จ่ายออกไปจริง

1.3 ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี (Tax Calculation Knowledge: TCAL) หมายถึง การรู้วิธีการคำนวณภาษี โดยสามารถแยกได้ว่าภาษีแต่ละประเภทคำนวณอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีหัก ณ ที่จ่าย เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาของการเสียเบี้ยปรับและเงินเพิ่มได้

1.4 ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี (Filling Tax Channel Knowledge: FILL) หมายถึง การรู้จักช่องทางการส่งเอกสารข้อมูลทางภาษีไปยังหน่วยงานภาษีตามช่องทางใดได้บ้าง เช่น การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Filing) การยื่นแบบแสดงรายการภาษี ณ สำนักงานสรรพากร รวมถึงกรอบระยะเวลาในการยื่นเสียภาษี เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการยื่นภาษีสล่าช้าหรือเกินกำหนดระยะเวลา

1.5 ด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน (Tax Deduction Knowledge: TDKN) หมายถึง การรู้ถึงสิทธิที่สามารถใช้เพื่อเป็นค่าลดหย่อนทางภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้ เช่น ประเภทของค่าลดหย่อนต่าง ๆ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการหักค่าลดหย่อน รวมไปถึงเอกสารหลักฐานที่จำเป็นสำหรับการหักค่าลดหย่อน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้

1.6 ด้านความรับผิดชอบทางด้านภาษีอากร (Rights and Duties of a Taxpayer: RDTX) หมายถึง การรู้ข้อกำหนดทางด้านภาษีอากร และความรับผิดชอบทางด้านภาษีอากร เช่น ความผิดหากชำระไม่ทันกำหนดเวลา การไม่ยื่นแบบแสดงรายการหรือยื่นไม่ทันระยะเวลาที่กำหนด เจตนาละเลยการยื่นแบบแสดงรายการ เป็นต้น รวมถึงการรู้ถึงบทลงโทษ และเบี้ยปรับเงินเพิ่ม หากกระทำความผิดทางด้านภาษีอากร

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMES (Behavior of Business Operators Tax Planning: PLAN) หมายถึง การแสดงออกทางด้านความคิดของบุคคลเพื่อใช้ในการวางแผนภาษีและปฏิบัติงานเกี่ยวกับภาษีให้เป็นไปอย่างถูกต้อง โดยปัจจัยที่ใช้ในการระบุรูปแบบการวางแผนภาษีของผู้ประกอบการของธุรกิจ SMES ประกอบด้วย (ธนิดา จิตรน้อมรัตน์. 2559; ญัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล. 2564; อัครวิชัย รอบคอบ และ เกสินี หมั่นไธสง. 2566)

2.1 การลดเงินได้พึงประเมินที่ใช้ในการคำนวณภาษี (Deducting Assessable Income: DIA) หมายถึง กระบวนการที่ผู้มีเงินได้สามารถนำรายจ่ายบางส่วนมาหักออกจากเงินได้พึงประเมินของตนเอง เพื่อลดภาระทางภาษีที่จะต้องชำระให้แก่กรมสรรพากร

2.2 การเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านภาษีอากร (Increase Tax Expenses: ITE) หมายถึง การขยายขอบเขตของค่าใช้จ่ายที่ผู้มีเงินได้สามารถนำไปหักออกจากเงินได้พึงประเมิน ซึ่งจะทำให้ผู้มีเงินได้สามารถลดภาระทางภาษีที่จะต้องชำระได้

2.3 การเพิ่มค่าลดหย่อน (Increase Tax Allowance: ITA) หมายถึง การเพิ่มรายการหรือเลือกใช้สิทธิประโยชน์จากรายการค่าลดหย่อนที่กฎหมายได้เปิดโอกาสให้ใช้ลดหย่อนให้มากขึ้น

2.4 การเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า (Choosing Tax Rate: CTR) หมายถึง การเลือกช่องทางการเสียภาษีที่มีอัตรากาต่ำกว่าช่องทางอื่นที่ทางกฎหมายอนุญาตให้เลือกเสียภาษีที่ต่ำกว่าได้ เช่น เครดิตเงินปันผล ภาษีหัก ณ ที่จ่าย จากดอกเบี้ยที่ได้รับ

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

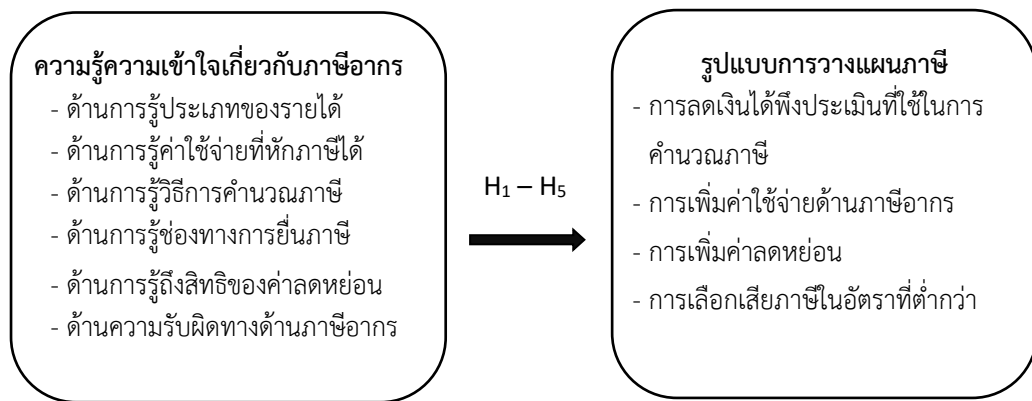
งานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา ได้ทำการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจในสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และได้ใช้สิทธิประโยชน์ที่รัฐบาลออกให้ (จักรชัย พิณเสนาะ และ ชนิตา ยาระณะ. 2563) หรือศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เสียภาษีที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดเก็บเงินได้บุคคลธรรมดา ระดับประสิทธิภาพเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนที่มีหน้าที่ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามแบบ ภ.ง.ด. 90 และแบบ ภ.ง.ด. 91 (หทัยรัตน์ เหล็กพิมาย, ยุทธนาท บุนยะชัย และพรรณเพ็ญ สิทธิพัฒนา. 2565) หรือในงานวิจัยของ ธนวัฒน์ ฉิมรักษ์ (2566) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และปัญหาในการเสียภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในจังหวัดสงขลา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกัน ด้านความรู้และแรงจูงใจมีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่ มีการยื่นแบบแสดงรายการและเสียภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต โดยยื่นเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 1 ใช้สิทธิค่าลดหย่อนส่วนตัว ประหยัดภาษีจากเงินประกันสังคม ลดหย่อนภาษีจากโครงการขอมติมีคืน และงานวิจัยของอัครวิทย์ รอบคอบ และเกสินี หมั่นไธสง (2566) ที่ได้ศึกษา การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยการบริจาคอย่างถูกต้องและประหยัดภาษี เพื่อให้บุคคลธรรมดาประหยัดภาษีจากการวางแผนจากเงินบริจาคได้

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตที่ศึกษาความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ยังพบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษี มีความรู้ ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความเข้าใจในระดับสูงคิดเป็น 27.25% ความเข้าใจในระดับปานกลาง คิดเป็น 47.25% ความเข้าใจในระดับต่ำ คิดเป็น 27.25% ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อาชีพ ประเภทของเงินได้พึงประเมิน และแบบแสดงรายการชำระภาษีสิ้นปี ที่ระดับ 0.05 (ธนพร พักสันเทียะ และสุพจน์ สุกุลแก้ว. 2563) นอกจากนี้ งานวิจัยของ ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล (2564) ได้ศึกษา พฤติกรรมทางภาษี ปัญหาการเสียภาษี และการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินได้จากแหล่งเดียว โดยส่วนใหญ่คือ เงินได้ประเภทที่ 1 เป็นผู้รอกและคำนวณภาษีด้วยตนเอง ยื่นเสียภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ต และยื่นแบบในเดือนมีนาคมมากที่สุด โดยปัญหาในการ

เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีปัญหามากที่สุด คือ ด้านการหักค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับระเบียบข้อกฎหมาย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจด้านภาษีของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2566) และการศึกษาของ วิภาดา สุขสวัสดิ์ (2563) นำมากำหนดให้เป็นตัวแปร อิสระ และมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการวางแผนภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่กำหนดให้เป็นตัวแปรตาม (จินดา จิตรน้อมรัตน์. 2559; ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล. 2564) นำมาใช้ในการศึกษาและอธิบายความสัมพันธ์และ ผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม ในครั้งนี้ ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

H1 : ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวม

H2 : ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ประเภทของรายได้ ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการลดเงินได้พึงประเมินที่ใช้ในการคำนวณภาษี

H3 : ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ประเภทของรายได้ ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี ด้านความรับผิดชอบด้านภาษีอากร และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านภาษีอากร

H4 : ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าลดหย่อน

H5 : ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 34,000 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ออนไลน์. 2566) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการเปิดตาราง Krejcie และ Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 382 คน (วราพร เปรมพาณิชย์กุล. 2561) และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ทำการจำแนกผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม ตามอำเภอ กำหนดกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการตามสัดส่วน และทำการสุ่มตัวอย่างด้วยคอมพิวเตอร์ โดยได้แบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 199 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามลำดับ ซึ่งแบบสอบถามมีจำนวน 5 ตอน ประกอบไปด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ตอนที่ 3 ความเห็นเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจด้านภาษีอากร ตอนที่ 4 ความคิดเห็นด้านการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และ ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถาม ได้รับแบบสอบถามกลับทั้งสิ้น จำนวน 199 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับที่สมบูรณ์คิดเป็นร้อยละ 49.75% ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and George (2001) ที่ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาที่ต้องการวัด ได้ดำเนินการโดยคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ผลปรากฏว่าได้ค่า IOC เท่ากับ 0.86 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ใช้ได้โดยทั่วไป ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 ถือว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ได้ (วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ. 2565) และได้ทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่า สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรมี ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.832 – 0.976 และรูปแบบการวางแผนภาษีอากรของผู้ประกอบการธุรกิจ SMES มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.878 – 0.976 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair, et al. (2006) ที่ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม หากมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.70 ขึ้นไป ถือว่ามีความเชื่อมั่นสูง เหมาะสมที่จะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive deviation) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม สมการพยากรณ์ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้ คือ

$$PLAN = \alpha_1 + \beta_1 INCT + \beta_2 DEDT + \beta_3 TCAL + \beta_4 FILL + \beta_5 TDKN + \beta_6 RDTX + \epsilon_1$$

$$DIA = \alpha_2 + \beta_7 INCT + \beta_8 DEDT + \beta_9 TCAL + \beta_{10} FILL + \beta_{11} TDKN + \beta_{12} RDTX + \epsilon_2$$

$$ITE = \alpha_3 + \beta_{13} INCT + \beta_{14} DEDT + \beta_{15} TCAL + \beta_{16} FILL + \beta_{17} TDKN + \beta_{18} RDTX + \epsilon_3$$

$$ITA = \alpha_4 + \beta_{19} INCT + \beta_{20} DEDT + \beta_{21} TCAL + \beta_{22} FILL + \beta_{23} TDKN + \beta_{24} RDTX + \epsilon_4$$

$$CTR = \alpha_5 + \beta_{25} INCT + \beta_{26} DEDT + \beta_{27} TCAL + \beta_{28} FILL + \beta_{29} TDKN + \beta_{30} RDTX + \epsilon_5$$

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 199 คน ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา พบว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 110 คน (ร้อยละ 55.30) และเพศชาย 89 คน (ร้อยละ 44.70) โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 77 คน (ร้อยละ 38.70) สถานภาพโสด จำนวน 90 คน (ร้อยละ 45.20) จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 116 คน (ร้อยละ 58.30)

2. ข้อมูลของกิจการ ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประกอบกิจการประเภทค้าปลีกและค้าส่ง จำนวน 94 คน (ร้อยละ 47.20) ระยะเวลาในการประกอบกิจการอยู่ระหว่าง 6 – 10 ปี จำนวน 86 คน (ร้อยละ 43.20) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการอยู่ระหว่าง 20,000 – 50,000 บาท จำนวน 67 คน (ร้อยละ 33.70) จำนวนพนักงานต่ำกว่า 20 คน จำนวน 174 คน (ร้อยละ 87.40) ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำนวน 199 คน (ร้อยละ 100) และมีผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติงานในฐานะผู้ประกอบการ จำนวน 173 คน (ร้อยละ 86.90)

3. ความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่ส่งผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม

รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 1-3 ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความรู้ ความเข้าใจ ด้านภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปร	INCT	DEDT	TCAL	FILL	TDKN	RDTX	VIF _s
PLAN	0.654**	0.726**	0.750**	0.608**	0.585**	0.756**	
DIA	0.636**	0.663**	0.700**	0.586**	0.489**	0.658**	
ITE	0.608**	0.598**	0.642**	0.618**	0.613**	0.657**	
ITA	0.561**	0.643**	0.701**	0.516**	0.531**	0.748**	
CTR	0.577**	0.734**	0.703**	0.518**	0.485**	0.703**	
INCT		0.715**	0.617**	0.582**	0.572**	0.593**	2.540
DEDT			0.829**	0.547**	0.496**	0.693**	4.519
TCAL				0.572**	0.644**	0.717**	4.782
FILL					0.684**	0.471**	2.166
TDKN						0.454**	2.561
RDTX							2.291

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบด้วยค่า VIF_s ซึ่งค่าที่ได้ของตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร มีค่าตั้งแต่ 2.166 – 4.782 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา (Black, 2006) ใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Regression Analysis) สำหรับการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยต่อไป

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Enter Multiple regression analysis) ผลกระทบของความรู้ ความเข้าใจด้านภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	β	Std. Error	Beta			
1. ด้านการรู้ประเภทของรายได้	0.089	0.056	0.099		1.599	0.111
2. ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้	0.105	0.068	0.127		1.542	0.125
3. ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี	0.125	0.059	0.178		2.100	0.037**
4. ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี	0.122	0.047	0.149		2.604	0.010**
5. ด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน	0.071	0.056	0.078		1.259	0.209

ตารางที่ 2 (ต่อ)

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	β	Std. Error	Beta		
6. ด้านความรับผิดชอบด้านภาษีอากร	0.219	0.034	0.375	6.382	0.000**
R Square = 0.843 Adjusted R Square = 0.711 Std.Error of the Estimate = 0.386 D.W. = 1.904					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระคือความรู้ ความเข้าใจด้านภาษีอากรที่ส่งผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคามมี 3 ด้าน คือ ด้านการรู้วิธีคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านความรับผิดชอบด้านภาษีอากร มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีอากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R square) เท่ากับ 0.843 แสดงว่าตัวแปรอิสระดังกล่าว สามารถพยากรณ์รูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม ได้ร้อยละ 84.30 โดยมีตัวแปรที่ส่งผลกระทบเรียงตามระดับที่มีผลกระทบได้ คือ ด้านความรับผิดชอบด้านภาษีอากร ($\beta_6 = 0.219, p < 0.05$) ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ($\beta_3 = 0.125, p < 0.05$) และด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี ($\beta_4 = 0.122, p < 0.05$)

ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมหาสารคาม

	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของรูปแบบการวางแผน				
	ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา				
	โดยรวม (Plan)	การลด เงินได้ฯ (DIA)	การเพิ่ม ค่าใช้จ่าย (ITE)	การเพิ่มค่า ลดหย่อน (ITA)	การเลือก เสียภาษี ในอัตราที่ ต่ำกว่า CTR)
ค่าคงที่	1.067** (0.160)	1.235** (0.193)	0.631** (0.213)	1.618** (0.189)	0.825 (0.214)
1. ด้านการรู้ประเภทของรายได้ (INCT)	0.089 (0.056)	0.220** (0.067)	0.133* (0.074)	0.029 (0.066)	-0.017 (0.074)
2. ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ (DEDT)	0.105 (0.068)	-0.027 (0.082)	-0.007 (0.091)	0.017 (0.081)	0.362** (0.091)
3. ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี (TCAL)	0.125** (0.059)	0.268** (0.072)	0.060 (0.079)	0.157** (0.070)	0.074 (0.079)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา				
	โดยรวม (Plan)	การลดเงินได้ (DIA)	การเพิ่มค่าใช้จ่าย (ITE)	การเพิ่มค่าลดหย่อน (ITA)	การเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า CTR)
4. ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี (FILL)	0.122* (0.047)	0.207** (0.056)	0.191** (0.062)	0.059 (0.055)	0.084 (0.062)
5. ด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน (TDKN)	0.071 (0.056)	-0.126 (0.068)	0.198** (0.075)	0.093 (0.066)	0.043 (0.075)
6. ด้านความรับผิดชอบด้านภาษีอากร (RDTX)	0.219** (0.034)	0.135** (0.041)	0.227** (0.046)	0.296** (0.040)	0.225** (0.046)
Adjusted R ²	0.70	0.60	0.59	0.62	0.61

F = 78.54 p = 0.000 Adj R² = 0.70

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า

1. สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้ดังนี้

$$PLAN = 1.067_1 + 0.125_3TCAL + 0.122_4FILL + 0.219_6RDTX + \epsilon_1$$

โดยพบว่าความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวม ($\beta_3 = 0.125$, $p < 0.05$; $\beta_4 = 0.122$, $p < 0.10$; $\beta_6 = 0.219$, $p < 0.05$) ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1

2. สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้ดังนี้

$$DIA = 1.235_2 + 0.220_7INCT + 0.268_9TCAL + 0.207_{10}FILL + 0.135_{12}RDTX + \epsilon_2$$

โดยพบว่าความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ประเภทของรายได้ ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการลดเงินได้พึงประเมินที่ใช้ในการคำนวณภาษี ($\beta_1 = 0.220$, $p < 0.05$; $\beta_3 = 0.268$, $p < 0.05$ $\beta_4 = 0.207$, $p < 0.05$; $\beta_6 = 0.135$, $p < 0.05$) ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2

3. สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทดสอบสมมติฐานที่ 3 ได้ดังนี้

$$ITE = 0.631_3 + 0.133_{13}INCT + 0.191_{16}FILL + 0.198_{17}TDKN + 0.227_{18}RDTX + \epsilon_3$$

โดยพบว่าความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ประเภทของรายได้ ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี ด้านความรับผิดชอบด้านภาษีอากร และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านภาษีอากร ($\beta_1 = 0.133, p < 0.10$; $\beta_4 = 0.191, p < 0.05$ $\beta_5 = 0.198, p < 0.05$; $\beta_6 = 0.227, p < 0.05$) ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3

4. สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทดสอบสมมติฐานที่ 4 ได้ดังนี้

$$ITA = 1.618_4 + 0.157_{21}TCAL + 0.296_{24}RDTX + \epsilon_4$$

โดยพบว่าความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าลดหย่อน ($\beta_3 = 0.157, p < 0.05$; $\beta_6 = 0.296, p < 0.05$) ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 4

5. สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทดสอบสมมติฐานที่ 5 ได้ดังนี้

$$CTR = 0.825_5 + 0.362_{26}DEDT + 0.225_{30}RDTX + \epsilon_5$$

โดยพบว่าความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า ($\beta_2 = 0.362, p < 0.05$; $\beta_6 = 0.225, p < 0.05$) ดังนั้นผลการวิจัยที่พบจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 5

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวม โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความเข้าใจการคำนวณภาษี โดยสามารถแยกได้ว่า ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีวิธีการ ขั้นตอน และเงื่อนไขการคำนวณอย่างไร มีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการยื่นแบบแสดงรายการภาษีแบบออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ของกรมสรรพากร (E-Filing) การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านสำนักงานสรรพากรในเขตพื้นที่ และมีความรู้ ระยะเวลาในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความล่าช้าในการยื่นแบบแสดงรายการชำระภาษี รวมถึง มีความรู้เกี่ยวกับประเภทของค่าลดหย่อนที่สามารถนำมาใช้ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่สามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รวมถึงต้องเตรียมเอกสารหลักฐานใดบ้าง เพื่อใช้หักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญยานุช รวยเงิน มัลลิกา ชนะภัย และกัลยา บุญหล้า (2565) ที่ได้ศึกษา ความรู้และทัศนคติต่อการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของบุคลากรคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ซึ่งพบว่า ในภาพรวมบุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้ รู้วิธีการคำนวณภาษี รู้ช่องทางการยื่นภาษี รู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน และมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทางด้านภาษีอากร

2. ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ประเภทของรายได้ ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการลดเงินได้พึงประเมินที่ใช้ในการคำนวณภาษี เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความเข้าใจลักษณะของ

รายได้ (เงินได้พึงประเมิน) ว่าได้รับมาจากแหล่งใด เกิดจากกิจกรรมใดของกิจการ สามารถจัดประเภทของเงินได้พึงประเมินว่า ประเภทใดที่ต้องเสียภาษี หรือไม่เสียภาษีได้ รวมถึง มีความรู้เกี่ยวกับเงินได้พึงประเมินที่ได้รับการยกเว้นภาษี นอกจากนี้ยังมีความรู้เกี่ยวกับ วิธีการคำนวณภาษี โดยสามารถแยกได้ว่า ภาษีแต่ละประเภทมีวิธีการขั้นตอน และเงื่อนไขในการคำนวณอย่างไร มีความรู้เกี่ยวกับอัตราภาษีอากรที่ใช้ในการคำนวณ และการยื่นแบบแสดงรายการเพื่อเสียภาษี และมีความรู้เกี่ยวกับจำนวนเงินได้สุทธิที่จะต้องนำมาคำนวณเพื่อให้ทราบถึงภาษีอากรที่ต้องชำระ นอกจากนี้ยังมีความรู้เกี่ยวกับวิธียื่นแบบแสดงรายการภาษีแบบออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filling) วิธียื่นแบบแสดงรายการภาษี ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ และมีความรู้ถึงระยะเวลาการยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษี เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการยื่นแบบล่าช้า ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีความรู้เกี่ยวกับประเภทของค่าลดหย่อนที่สามารถนำมาใช้เป็นสิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกิจการ หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่สามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รวมไปถึงการต้องเตรียมเอกสารหลักฐานที่ใช้เพื่อหักค่าลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ส่งผลให้เกิดการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการลดเงินได้พึงประเมินที่ใช้ในการคำนวณภาษี สามารถใช้สิทธิการยกเว้นภาษีกับคู่สมรส เพื่อเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่น้อยลง ใช้วิธีการแยกหน่วยภาษีเพื่อกระจายรายได้ให้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราที่ต่ำลง รวมถึงเงินได้พึงประเมินประเภทใดที่ทางกฎหมายยกเว้นไม่ต้องนำมาเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชคชัย เดชรอด (2564) ที่ได้ศึกษาการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีอากรที่ได้รับการอบรมจากหน่วยงาน เจ้าของกิจการประเภทค้าปลีกและให้บริการ มีความรู้ ความเข้าใจ ด้านประเภทของรายได้ ด้านการคำนวณภาษี ด้านช่องทางการยื่นภาษี และด้านสิทธิของค่าลดหย่อน ทำให้สามารถวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของตนเองเพื่อให้เงินได้พึงประเมินลดลง

3. ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ประเภทของรายได้ ด้านการรู้ช่องทางการยื่นภาษี ด้านความรับผิดชอบด้านภาษีอากร และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านภาษีอากร เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความเข้าใจลักษณะของเงินได้ที่รับมา มาจากแหล่งใด เกิดจากกิจกรรมใดของกิจการ สามารถจัดประเภทของเงินได้พึงประเมินว่า ประเภทใดต้องเสียภาษี หรือประเภทใดที่ได้รับการยกเว้น รวมถึงมีความรู้เกี่ยวกับเงินได้พึงประเมินที่ได้รับการยกเว้นภาษี มีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการยื่นแบบแสดงรายการภาษีแบบออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ของกรมสรรพากร (E-Filling) การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านสำนักงานสรรพากรในเขตพื้นที่ และมีความรู้ ระยะเวลาในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความล่าช้าในการยื่นแบบแสดงรายการชำระภาษี และมีความรู้ รวมถึง มีความรู้เกี่ยวกับประเภทของค่าลดหย่อนที่สามารถนำมาใช้ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่สามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รวมถึงต้องเตรียมเอกสารหลักฐานใดบ้าง เพื่อใช้หักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สอดคล้องกับแนวคิดของ ธนิตา จิตรน้อมรัตน์ (2559) ที่ได้เสนอว่า การเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยพิจารณาจากเงินได้ที่ได้รับว่าเข้าข่ายเป็นเงินได้พึงประเมินประเภทอื่นที่สามารถหักค่าใช้จ่ายเพิ่มได้หรือไม่ เพื่อให้เงินได้สุทธิลดลง ส่งผลให้ภาษีที่คำนวณได้ลดลงจากเดิมได้

4. ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้วิธีการคำนวณภาษี และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเพิ่มค่าลดหย่อน เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความรู้การคำนวณภาษี โดยสามารถแยกได้ว่า ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาวิธีการ ขั้นตอน และเงื่อนไขการคำนวณอย่างไร มีความรู้เกี่ยวกับอัตราที่ใช้ในการคำนวณ และการยื่นแบบแสดงรายการเพื่อเสียภาษี มีความรู้

เกี่ยวกับอัตราภาษีที่จะต้องนำมาคำนวณเพื่อให้ทราบถึงภาษีอากรที่ต้องชำระ รวมถึง มีความรู้เกี่ยวกับประเภทของ ค่าลดหย่อนที่สามารถนำมาใช้ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่สามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รวมถึงต้องเตรียมเอกสารหลักฐานใดบ้าง เพื่อใช้หักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาดา สุขสวัสดิ์ (2563) ที่ได้ศึกษา ความรู้ ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีอากรที่มีผลต่อทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 13 (เขตคลองเตย) พบว่า ค่าลดหย่อน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความคิด ในด้านความรู้เกี่ยวกับวิธีการคำนวณภาษีและสิทธิของค่าลดหย่อน

5. ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ และด้านรู้ถึงสิทธิของค่าลดหย่อน มีผลกระทบเชิงบวกกับรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความรู้เกี่ยวกับประเภทของค่าใช้จ่าย (รายจ่าย) ว่าเงินได้ประเภทใดสามารถเลือกหักค่าใช้จ่ายได้ สามารถแยกได้ว่า ค่าใช้จ่ายใดที่เป็นค่าใช้จ่ายต้องห้ามที่ไม่สามารถนำมาถือเป็นรายได้ได้ และมีความรู้เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายใด สามารถนำมาคำนวณเพื่อนำไปหักเป็นรายจ่ายในทางภาษีมากกว่าจำนวนเงินที่จ่ายไปจริง รวมถึงมีความรู้เกี่ยวกับประเภทของค่าลดหย่อนที่สามารถนำมาใช้เป็นสิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกิจการ หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่สามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รวมไปถึงการต้องเตรียมเอกสารหลักฐานที่ใช้เพื่อหักค่าลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชคชัย เดชรอด (2564) ที่ได้ศึกษา การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัย พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีส่วนใหญ่เลือกเสียภาษีตามที่ถูกหัก ณ ที่จ่ายจากดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร เงินปันผล และส่วนแบ่งผลกำไร รวมถึงการใช้สิทธิของค่าลดหย่อนของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้เสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจด้านภาษีอากรที่ยังไม่มากพอ ดังนั้น กรมสรรพากรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เช่น การรู้จักและเข้าใจประเภทของค่าใช้จ่าย เนื่องจากค่าใช้จ่ายแต่ละประเภทในทางภาษีสามารถหักเป็นค่าใช้จ่ายภายในกิจการที่ไม่เท่ากัน และทราบรายละเอียดการคิดค่าลดหย่อน เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถใช้สิทธิในค่าลดหย่อนได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนตามที่กฎหมายให้สิทธิลดหย่อนได้

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการ SMEs เช่น ทัศนคติ พฤติกรรม และแรงจูงใจ

2.2 ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด ครบถ้วน และน่าเชื่อถืออย่างสูงสุด

2.3 ควรมีการศึกษาปัญหาหรืออุปสรรคที่ทำให้ผู้เสียภาษีขาดความรู้ ความเข้าใจด้านกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้มีความถูกต้องมากขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์. (2565). **กรม. ผ่านแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 - 2570) เสริมแกร่ง SMEs ไทยเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจแข่งขันในระดับสากล** **ยุทธศาสตร์การทำให้ธุรกิจแบบมืออาชีพ.** [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/Id/39/iid/122226>. [20 เมษายน 2567].
- กรมสรรพากร. (2566). **ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กรณีไม่ชำระภาษีตามกำหนดเวลา.** [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.rd.go.th/562.html>. [20 เมษายน 2567].
- จักรชัย พิณเสนาะ และชนิดา ยาระณะ. (เมษายน – มิถุนายน 2563). “ความรู้ความเข้าใจ และการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจสตรีทฟู้ด.” **วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น**. 7(2) : 87-95.
- โชคชัย เดชรอด. (2564). “การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี.” **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**. 3(4) : 53-66.
- ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล. (2564). “พฤติกรรมทางภาษี ปัญหาการเสียภาษี และการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.” **วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ**. 8(1) : 113-130.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566). **วางแผนเรื่องเงิน ภาษี.** [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.set.or.th/th/education-research/education/happymoney/tax>. [12 ธันวาคม 2566].
- ธนพร พักสันเทียะ และสุพจน์ สุกุลแก้ว. (2563). การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในเขตตลาดเทศบาลตำบลสร้างคอม จังหวัดอุดรธานี. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ปีการศึกษา 2563 หัวข้อ นวัตกรรมทางสังคมของชุมชนในยุคของการเปลี่ยนแปลงโลกท่ามกลางวิกฤตโควิด-19.** (หน้า 46-52). นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.
- ธนวัฒน์ ฉิมรักษ์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและปัญหาในการเสียภาษีของผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในจังหวัดสงขลา. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ส่งเสริมงานวิจัยด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ชนิดา จิตรนอมรัตน์. (2559). “การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้ถูกต้องอย่างไร.” **วารสารสุทธิปริทัศน์**. 30(95) : 13-27.
- บุญยานุช รวยเงิน, มัลลิกา ชนะภัย และกัลยา บุญหล้า. (2565). “ความรู้และทัศนคติต่อการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของบุคลากรคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.” **วารสารวิทยาศาสตร์ลาดกระบัง**. 31(2) : 70-83
- วรพร เปรมพาณิชย์กุล. (2561). “ผลกระทบของความรอบรู้ในการวางแผนภาษีที่มีต่อประสิทธิภาพการวางแผนภาษีของผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย.” **วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่**. 11(1) : 106-123.
- วิภาดา สุขสวัสดิ์. (2563). “การศึกษาความรู้ ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีอากรที่มีผลต่อทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 13 (เขตคลองเตย).” **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์**. 4(2) : 1-7.
- วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ. (2565). “การศึกษาเปรียบเทียบการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยด้วยเทคนิค IOC, CVR และ CVI.” **วารสารรังสิตสารสนเทศ**. 28(1) : 169-192.

- สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ. (2556). **โครงการมหาสารคามสาลัง เปิดเหือน ขับเคลื่อน เศรษฐกิจ**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER79/DRAWER049/GENERAL/DATA0002/00002579.PDF>. [18 เมษายน 2567].
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). **จำนวนผู้ประกอบการรวม ปี 2566**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.sme.go.th/>. [20 มกราคม 2567].
- สุเทพ พงษ์พิทักษ์. (2564). **การวางแผนภาษีอย่างไร ให้ธุรกิจยั่งยืน**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.facebook.com/100057701820312/posts/4529000753817532>. [16 มีนาคม 2567].
- หทัยรัตน์ เหล็กพิมาย, ยุทธนาท บุญยะชัย และพรรณเพ็ญ สิทธิพัฒนา. (2565). “ทัศนคติของผู้เสียภาษีที่มี ความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร.” **วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 16(1) : 402-415.
- อัครวิทย์ รอบคอบ และเกสินี หมั่นไธสง. (2566). “วางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยการบริจาคอย่างถูกต้อง และประหยัดภาษี.” **วารสารการบัญชีและการจัดการ**. 15(4) : 178 - 201.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & George, Day, S. (2001). *Marketing Research*. 7th ed. New York : John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). **Business Statistics for Contemporary Decision Making**. 4th ed. New York : John Wiley and Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). **Multivariate data analysis**. 6th ed. Upper Saddle River. New Jersey : Prentice Hall.

โมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

Business Model for Competitive Advantages of SMEs

in Upper Northern Region Cluster 2

จรัมจิต เกิดบ้านชั้น^{2,*}, รัฐพล ปราณีตรัตนนานนท์³ และชฎารัตน์ อิมินกุล⁴

Charimchit Kerdbanchan^{1,*}, Rattaphon Praneetrattananon² and Chadarat Timikul³

Received	15 July 2024
Revised	1 November 2024
Accepted	12 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาโมเดลธุรกิจของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 2) ศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และ 3) สร้างโมเดลธุรกิจความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากลูกค้าของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จังหวัดละ 5 คน รวม 20 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้าของธุรกิจ SMEs ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่แตกต่าง ธุรกิจ SMEs สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยี มีการให้บริการหลังการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 2) กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันคำนึงถึงปัจจัยด้าน เศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี อำนาจต่อรอง สินค้าทดแทน และการเป็นผู้นำด้านต้นทุน และ 3) การสร้างโมเดลธุรกิจ

² ปรัต. การจัดการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 2562. อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

² Ph.D., Management, North Bangkok University, 2019. Lecturer of Bachelor of Business Administration Program in Management, North Bangkok University.

* Corresponding author, e-mail : Charimchit.ke@northbkk.ac.th

³ บธ.ม. การจัดการ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2558. อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัย นอร์ทกรุงเทพ.

³ M.B.A., Management, Kasetsart University, 2015. Lecturer of Bachelor of Business Administration Program in Management, North Bangkok University.

⁴ บธ.ม. การจัดการ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2558. อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

⁴ M.B.A., Management, Kasetsart University, 2015. Lecturer of Bachelor of Business Administration Program in Management, North Bangkok University.

ให้ได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs สินค้าหรือบริการต้องมีความแตกต่าง ราคาถูก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญต่อการแก้ปัญหา ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจ มีเงินทุนใช้ในการประกอบธุรกิจ และความได้เปรียบของธุรกิจเกิดจากการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการรวมไปถึงการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

คำสำคัญ : โมเดลธุรกิจ, ความได้เปรียบในการแข่งขัน, ผู้ประกอบธุรกิจ, ธุรกิจ SMEs

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the business model of SMEs in Upper Northern Region Cluster 2, 2) to study the competitive advantage strategies of SME entrepreneurs in Upper Northern Region Cluster 2, and 3) to construct SME competitive advantage business model in Upper Northern Region Cluster 2. The research employed a mixed-methods approach. The data was gathered, by the questionnaire as a tool, from 400 customers of SMEs in the Upper Northern Region Cluster 2. In addition, the in-depth interview was conducted with SME business operators in Upper Northern Region Cluster 2, with 5 participants from each province, totaling of 20 people.

The findings revealed that 1) the customers of SMEs emphasized the importance of developing products or distinctive services. SME businesses could quickly respond to customer needs through technology and provided after-sales services to build customer relationships, 2) the competitive advantage strategies should consider the factors of economy, politics, society, technology, bargaining power, substitute products and cost leadership and 3) creating the competitive business model should be involved with the differentiated products or services, the competitive pricing, the distribution channels, the emphasis on problem-solving, the entrepreneurs' business comprehension, the sufficient capital for business operations, and the business advantage from product and service differentiation as well as the cost leadership.

Keywords: Business Model, Competitive Advantage, Entrepreneurs, Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs)

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs - Small and Medium-sized Enterprises) เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการลงทุนในประเทศ โดยมักเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้เป็นภาคธุรกิจที่ผู้ประกอบการรายใหม่เริ่มเข้ามาลงทุนและพัฒนาตนเองเพื่อเป็นผู้ประกอบการที่มีขนาดใหญ่ต่อไป นอกจากนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังมีความสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรและสร้างระบบการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดการผูกขาดของผู้ผลิตรายใหญ่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังเป็นแหล่งฝึกอาชีพของแรงงานประเภทต่าง ๆ ทั้งในระบบ

และนอกระบบ มีจำนวนการจ้างงานส่วนใหญ่ของประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีจำนวนมากในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเป็นของบุคคลธรรมดา คณะบุคคล หรือห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งไม่ใช่นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทจำกัด

ในปัจจุบัน ธุรกิจ SMEs มีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศไทยประมาณร้อยละ 35 ของ GDP รวมของประเทศ การจ้างงานในธุรกิจ SMEs มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 85 ของแรงงานทั้งหมดในประเทศ นอกจากนี้ เป้าหมายในระยะใกล้คือการเพิ่มสัดส่วนของมูลค่าทางเศรษฐกิจที่มาจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้ร้อยละ 50 ของ GDP รวมของประเทศ ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของธุรกิจ SMEs ในการสร้างรายได้และการจ้างงานในประเทศไทย รายได้ของประเทศไทยและการจ้างงานในตลาดแรงงานส่วนใหญ่มีบทบาทมาจากธุรกิจ SMEs ดังนั้น SMEs เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อสร้างความเจริญรุ่งเรืองในเศรษฐกิจไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2566 : 3-10)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย, จังหวัดน่าน, จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ และเป็นที่ตั้งของหลายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ โดยในปี 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 144,780 กิจการ ประกอบด้วย 1) วิสาหกิจท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายในภูมิภาคนี้ ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร กิจกรรมท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ ประมาณ 19,300 กิจการ 2) การเกษตรและอาหาร รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น การปลูกผัก การผลิตอาหารสด และการผลิตผลไม้ที่นิยม ประมาณ 15,566 กิจการ 3) การผลิตและการแปรรูป ได้แก่ โรงงานผลิตสินค้า การผลิตอาหารแปรรูป การผลิตผลิตภัณฑ์ทางเคมี และธุรกิจหัตถกรรม จำนวน 30,261 กิจการ 4) การค้าขายและการบริการ เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ดำเนินธุรกิจทำนองเดียวกับการส่งออก การค้าปลีก และการบริการทางการเงิน มีอยู่ประมาณ 74,579 กิจการ และ 5) การผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์และเทคโนโลยี มีอยู่ประมาณ 10,070 กิจการ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2566 : 15)

ปัญหาที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในประเทศไทยเผชิญหน้าในสถานการณ์ปัจจุบัน คือ 1) ปัญหาทางการเงิน การจัดหาเงินทุนยังคงเป็นปัญหาสำคัญสำหรับ SMEs โดยเฉพาะบริษัทที่เริ่มต้นหรือมีขนาดย่อม การเข้าถึงเงินทุนที่เพียงพอสามารถสนับสนุนการขยายกิจการและการพัฒนาทรัพยากรในอนาคตยังมีความสำคัญ 2) ปัญหาทางกฎหมายและประเด็นทางภาษี อาจพบว่าการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับภาษีที่ซับซ้อนสามารถเป็นภาระที่ทำให้การดำเนินธุรกิจลำบาก เช่น กฎหมายการจ้างงาน ปัญหาทางภาษีอาจก่อให้เกิดภาระภาษีที่มีน้ำหนักมากต่อ SMEs 3) ปัญหาทางกำลังคน การหาแรงงานที่มีความรู้ความสามารถที่เพียงพออาจเป็นอุปสรรคสำหรับบางธุรกิจ SMEs ซึ่งอาจทำให้การดำเนินธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จตามคาดหวัง 4) ปัญหาทางการตลาด การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดสามารถทำให้ SMEs มีความยากลำบากในการเข้าถึงลูกค้า การสร้างยอดขายและการตลาด และ 5) ปัญหาทางด้านเทคโนโลยี ธุรกิจ SMEs ไม่ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ อาจทำให้สูญเสียโอกาสในการเติบโตและการเป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2566 : 34-35)

เครื่องมือในการวางแผนธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ การประเมินความสำเร็จของแผนงาน และการวางแผนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ครบทุกมิติ เป็นการตอบโจทย์ที่สำคัญในการทำธุรกิจ SMEs ซึ่งเครื่องมือในการวางแผนธุรกิจที่สำคัญคือ Business model

canvas ซึ่งประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) กลุ่มลูกค้าหลัก 2) คุณค่าหรือจุดเด่น 3) ช่องทางการสื่อสารและการจำหน่าย 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า 5) กลยุทธ์การเงินรายได้หลัก 6) ทรัพยากรหลัก 7) กิจกรรมหลักที่ทำ 8) पार्टเนอร์หรือพันธมิตร และ 9) โครงสร้างต้นทุน โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้า ช่องทางการขายสินค้าหรือบริการ และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การทำแผนธุรกิจแบบย่อที่จะช่วยรวบรวมความเข้าใจในการทำธุรกิจ การประกอบธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบธุรกิจต่างมีกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งตัวผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางในการเข้าถึงสินค้า ทั้งนี้การออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจ SMEs จึงมีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมากเพื่อความอยู่รอด และยั่งยืน จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิจัยรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ SMEs หาโมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยการนำแนวคิด Business model canvas ทั้ง 9 องค์ประกอบ (Osterwalder, Pigneur and Tucci. 2005 : 1-25) มาวิเคราะห์กับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันร่วมกับโมเดลธุรกิจ เพื่อให้โมเดลธุรกิจมีความชัดเจนมากขึ้น และเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจ SMEs ในแต่ละแห่งสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการ การดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจ SMEs

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโมเดลธุรกิจของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
3. เพื่อสร้างโมเดลธุรกิจความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจ SMEs นำไปใช้ในการบริหารจัดการ กำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
2. เป็นข้อมูลให้รัฐบาลนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่สอดคล้องกับสถานการณ์

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย โดยประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับ Business model canvas และ ทฤษฎี Five forces model ตามรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับ Business Model Canvas

Osterwalder, Pigneur and Tucci (2005) นำเสนอ Business model canvas คือ ส่วนประกอบภาพรวมของธุรกิจที่สามารถแสดงส่วนสำคัญหลักๆอยู่สองส่วนด้วยกันคือ ธุรกิจเกิดรายได้ได้อย่างไร และ ผู้ซื้อหรือลูกค้าที่ใช้บริการของเราได้รับคุณค่าอะไรจากเรา ทั้งสองส่วนนี้จะมีส่วนประกอบด้วยกันทั้งหมด 9 ส่วน และจัดกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ซึ่งเรียกว่า Business model canvas ดังนี้

1.1 WHO กลุ่มลูกค้า คือใคร ประกอบด้วย

- 1) Customer segments กลุ่มลูกค้าคือใคร มีทั้งหมดกี่ประเภท
- 2) Customer relationships การดูแลลูกค้า
- 3) Channels ช่องทางการขายสินค้าบริการ

1.2 WHAT ประกอบธุรกิจอะไร ประกอบด้วย

- 4) Value propositions จุดเด่นของสินค้าและบริการของคุณที่จะเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหาของลูกค้า

1.3 HOW ทำอย่างไร ประกอบด้วย

- 5) Key activities กิจกรรมหลักในการดำเนินธุรกิจ
- 6) Key resource ทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ
- 7) Key partners พันธมิตรที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ

1.4 MONEY คຸ່ມคຸ່ມหรือไม่ ประกอบด้วย

- 8) Revenue streams ที่มาของรายได้จากธุรกิจ
- 9) Cost structure ที่มาของรายจ่ายหรือโครงสร้างต้นทุน

Business model canvas เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญสำหรับธุรกิจ Startupที่กำลังเริ่มวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ หรือแม้แต่บริษัทใหญ่ก็สามารถนำ Business model canvas ไปใช้ในการปรับปรุงหรือต่อยอดโมเดลธุรกิจแบบเก่าได้ ทำให้เห็นการตลาดรู้จักแบรนด์ตัวเองได้ดีขึ้น และมองเห็นภาพรวมทั้งข้อดี ข้อเสีย โอกาสและความเสี่ยงที่ควรพัฒนาต่อไปในอนาคต

2. ทฤษฎี Five Forces Model

Porter (2008) ได้นำเสนอ Five forces model เพื่อใช้ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและระดับความเข้มข้นของการแข่งขัน โดยเน้นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรขององค์กรในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ซึ่งมีดังนี้:

2.1 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of buyers) อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อหมายถึงความสามารถของลูกค้าในการต่อรองราคาและคุณภาพของสินค้า หากผู้ซื้อที่มีอำนาจมาก เช่น มีตัวเลือกมากหรือซื้อสินค้าในปริมาณมาก ผู้ซื้อจะสามารถกดดันให้ราคาลดลงได้ ซึ่งส่งผลให้กำไรของผู้ขายลดลง

2.2 อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining power of suppliers) อำนาจในการต่อรองของผู้ขายคือความสามารถของผู้จัดหาวัตถุดิบหรือบริการในการกำหนดราคาและเงื่อนไขการให้บริการ หากผู้ขายมีอำนาจสูง (เช่น จำนวนผู้จัดหาหาย) ผู้ขายสามารถขึ้นราคาหรือกำหนดเงื่อนไขที่เอื้อประโยชน์ต่อตนเอง ซึ่งทำให้ต้นทุนของธุรกิจเพิ่มขึ้นและกำไรลดลง

2.3 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive rivalry) ระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมบ่งชี้ถึงจำนวนคู่แข่งและความเข้มข้นในการแข่งขัน เมื่อมีคู่แข่งจำนวนมากที่มีสินค้าคล้ายคลึงกัน มักจะเกิดการลดราคาเพื่อแย่งชิงลูกค้า และส่งผลต่อกำไรของธุรกิจ ตัวอย่างของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมคือการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือการปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์

2.4 ภัยคุกคามจากผู้เข้ามาใหม่ (Threat of new entrants) ภัยคุกคามจากผู้เข้ามาใหม่คือความเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการใหม่จะเข้าสู่ตลาดและเพิ่มการแข่งขันในอุตสาหกรรม หากการเข้าสู่อุตสาหกรรมทำ

ได้ง่าย (เช่น ไม่มีต้นทุนเริ่มต้นสูง) จะมีโอกาสที่คู่แข่งใหม่เข้ามาและแย่งส่วนแบ่งตลาด ซึ่งทำให้การแข่งขันสูงขึ้น และส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร

2.5 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitutes) สินค้าทดแทนคือผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ ที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้แทนสินค้าในอุตสาหกรรมนั้น หากสินค้าทดแทนมีจำนวนมากและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า อาจกดดันให้อุตสาหกรรมนั้นต้องลดราคาหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น

3. แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก

Thompson and Strickland (2003) ได้นำเสนอการจัดแบ่งสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรไว้ในหนังสือ “Strategic management concept and cases” โดยได้จัดแบ่ง สภาพแวดล้อมภายนอกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.1 สภาพแวดล้อมมหภาค (Macro environment) จัดแบ่งออกเป็นปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- 1) เศรษฐกิจมหภาค (The economy at large)
- 2) กฎ ระเบียบ (Legislation and regulations)
- 3) เทคโนโลยี (Technology)
- 4) ค่านิยมทางสังคม และรูปแบบการใช้ชีวิต (Societal values and lifestyles)
- 5) ประชากรศาสตร์ (Population demographics)

3.2 สภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมหรือสภาพแวดล้อมจุลภาค (Industry or microenvironment) เป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งเน้นที่ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินงานขององค์กร และการแข่งขันในอุตสาหกรรม โดยปัจจัยในสภาพแวดล้อมจุลภาคสามารถจำแนกได้ดังนี้

1) คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitors) การทำความเข้าใจคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดเป็นสิ่งสำคัญ เพราะคู่แข่งที่มีผลิตภัณฑ์และบริการคล้ายคลึงกันมักส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา การตลาด และการพัฒนาสินค้า การวิเคราะห์คู่แข่งจะช่วยให้องค์กรเข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความท้าทายในการแข่งขันได้ดีขึ้น

2) ลูกค้า (Customers) ลูกค้าคือกลุ่มคนที่ซื้อสินค้าและบริการขององค์กร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างรายได้ ดังนั้นการวิเคราะห์ความต้องการ พฤติกรรม และปัจจัยที่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะองค์กรจะสามารถปรับปรุงสินค้าและบริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

3) ผู้จัดหา (Suppliers) ผู้จัดหาสินค้าและบริการหรือวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อการควบคุมต้นทุนการผลิต คุณภาพของวัตถุดิบ และเวลาส่งมอบ หากผู้จัดหาที่มีอำนาจต่อรองสูง (เช่น มีผู้จัดหาน้อยราย) อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการควบคุมต้นทุนขององค์กร

4) ผู้เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรม (New entrants) ผู้เข้ามาใหม่ในตลาดสามารถสร้างแรงกดดันให้กับอุตสาหกรรมได้ เนื่องจากการเข้ามาของคู่แข่งใหม่จะเพิ่มความเข้มข้นในการแข่งขัน หากมีอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมต่ำ อุตสาหกรรมนี้จะมีความเสี่ยงต่อการถูกเข้ามาแข่งขันมากขึ้น เช่น อุตสาหกรรมที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง

5) สินค้าทดแทน (Substitutes) สินค้าทดแทนคือสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อแทนสินค้าเดิมได้ การมีสินค้าทดแทนที่หลากหลายมักสร้างแรงกดดันด้านราคาหรือลดความต้องการในสินค้าเดิมของ

องค์กรได้ ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สามารถทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมได้จะลดความต้องการในตลาดสำหรับสินค้าแบบเดิม

6) พันธมิตรทางธุรกิจ (Business partners) พันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ผู้จัดจำหน่าย ผู้รับจ้างผลิตหรือบริษัทโฆษณา เป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร การมีพันธมิตรที่ดีและมีความสามารถจะช่วยเสริมศักยภาพให้กับองค์กรในการเข้าถึงตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

4. แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

Porter (2008) นำเสนอแนวคิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีเป้าหมายในการทำให้ธุรกิจสามารถโดดเด่นในตลาดและสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์การแข่งขัน โดย Porter แบ่งกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันออกเป็น 3 รูปแบบหลัก ๆ ได้แก่:

4.1 กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งจะทำให้สามารถตั้งราคาสินค้าหรือบริการในระดับที่ต่ำกว่าได้ หรือจะรักษาระดับราคาที่เท่ากับคู่แข่งแต่ได้กำไรสูงกว่า การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพนี้มักอาศัยการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการจัดการกระบวนการผลิตที่เป็นระบบ

4.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นการสร้างความได้เปรียบด้วยการสร้างจุดเด่นที่ไม่ซ้ำใครให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งสร้างคุณค่าเพิ่มเติมที่ลูกค้าเต็มใจจ่าย การสร้างความแตกต่างนี้อาจอยู่ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือ บริการหลังการขาย หรือภาพลักษณ์ของแบรนด์ กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้า

4.3 กลยุทธ์การมุ่งเน้น (Focus) กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นไปที่การเจาะจงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยเลือกที่จะให้บริการที่แตกต่างไปจากที่คู่แข่งรายใหญ่ในตลาดทำได้ หรือให้บริการในตลาดที่คู่แข่งไม่สนใจ การมุ่งเน้นนี้สามารถทำได้ในรูปแบบของการมุ่งเน้นต้นทุนต่ำ (Cost focus) หรือการมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่าง (Differentiation focus) กลยุทธ์นี้มักเหมาะกับธุรกิจขนาดเล็กที่ต้องการตอบโจทย์เฉพาะของลูกค้าในตลาดเฉพาะทาง

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เขมิกา ธนธำรงกุล และคณะ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่องโมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การสร้างโมเดลธุรกิจให้ได้เปรียบในการแข่งขัน เครื่องจักรกลการเกษตรต้องมีความแข็งแรง ทนทาน และมีประสิทธิภาพ มีการจำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าร้านที่ชัดเจน มีการติดตามการใช้สินค้าอย่างสม่ำเสมอ มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีความรู้เฉพาะทาง มีเงินทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ และความได้เปรียบของธุรกิจเกิดจากการสร้างความแตกต่างให้กับตัวธุรกิจ

ศิวกร อโนรัมย์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านการทำงานเชิงรุก ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

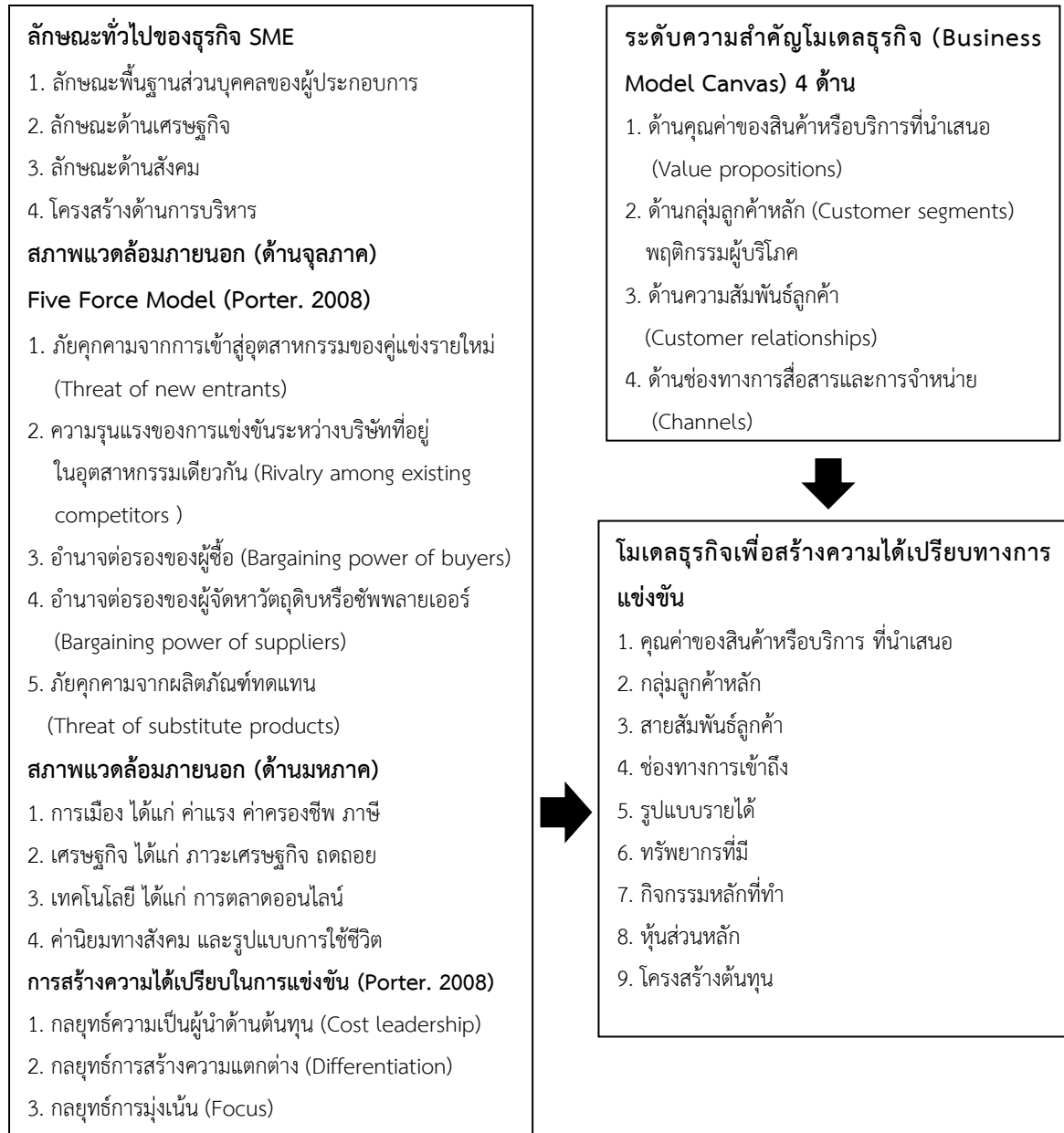
ยุพาภรณ์ ชัยเสนา, อนันตพร พุทธิสสะ และฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ (2565) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า บ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์เชิงรุกคือการสร้างอัตลักษณ์สู่การจัดจำหน่ายในตลาดออนไลน์ 2) กลยุทธ์เชิงรับคือการสร้างเครือข่ายกับ ชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไขคือการพัฒนาทักษะให้สมาชิกในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และ 4) กลยุทธ์ แข่งป้องกัน

Pietrewicz (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เทคโนโลยี โมเดลธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ผลการวิจัยพบว่า เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางที่สุดในการ จัดการธุรกิจ ธุรกิจต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการนำนวัตกรรม ทางเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในยุค 4.0

Eldor (online. 2020) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมและความสามารถในการสร้างความได้เปรียบ ในการแข่งขัน (แบบจำลองระดับธุรกิจของการแชร์วิสัยทัศน์ร่วมกัน ความเข้มข้นในการแข่งขัน และประสิทธิภาพ ด้านการบริการ) ผลการวิจัยพบว่า การมีความสามารถในการสร้างความแตกต่างที่ไม่เหมือนใครในระดับธุรกิจ ร่วมกับประสิทธิภาพการบริการ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลของการดำเนินงานของธุรกิจ

Sambo (online. 2021) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศและความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า องค์กรใด ๆ ที่ลงทุนและใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที เช่น ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ กลุ่มบริการ ระบบปฏิบัติการ แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต การจัดเก็บข้อมูลและฐานข้อมูล แพลตฟอร์ม การจัดการเครือข่ายและโทรคมนาคมจะได้รับประโยชน์ในระยะยาวผ่านต้นทุน ความแตกต่าง และการมุ่งเน้น สรุปลได้ว่า โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้เมื่อนำไปใช้อย่างเต็มที่จะส่งผลต่อความสำเร็จมีความได้เปรียบในการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2566.

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จังหวัด จังหวัดละ 5 คน รวม 20 คน จากจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 5 ประเภท จำนวนทั้งสิ้น 144,780 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประเภทวิสาหกิจท่องเที่ยว การเกษตรและอาหาร การผลิต และการแปรรูป การผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์และเทคโนโลยี การค้าขายและการบริการ ประเภทละ 1 คน ตามแนวทางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth interviews) สัมภาษณ์ประมาณ 5 - 30 คน (Nastasi and Schensul. 2005 : 177-195).

1.2. ลูกค้ายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จำนวน 400 คน ทำการกำหนดขนาด กลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane. 1973 : 727) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) จากลูกค้าของธุรกิจ SMEs ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจังหวัดละ 100 คน ในแต่ละจังหวัดเลือกประเภทละ 20 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ด้วยการลงพื้นที่ ใช้อ้างอิงคำถามการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล ลักษณะด้านเศรษฐกิจ ลักษณะด้านสังคม 2) โครงสร้างด้านการบริหาร 3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และ 4) กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน (ศิริกร อโนรัมย์. 2564)

ผู้วิจัยให้ประธานกรรมการที่ปรึกษาหลักจำนวน 1 ท่าน และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs จำนวน 2 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยค่าความเที่ยงตรงความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ในภาพรวมอยู่ระหว่าง 0.667- 1.000 (Rovinelli and Hambleton. 1977 : 49-60)

2.2 การสอบถามลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs โดยการใช้แบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ประกอบด้วยคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด เพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน 1) ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล ลักษณะด้านเศรษฐกิจ และลักษณะด้านสังคม ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs และ 2) ระดับความสำคัญของโมเดลธุรกิจ (Business model canvas) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่นำเสนอ ด้านกลุ่มลูกค้าหลัก ด้านสายสัมพันธ์ลูกค้า และด้านช่องทางการเข้าถึง โดยแต่ละด้านประกอบด้วยคำถามย่อย 5 ข้อ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ได้รับค่า Index of Item-Objective Congruence (IOC) ระหว่าง 0.667 - 1.000 และนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตัวอย่าง

จำนวน 20 คน จากนั้นวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach, 1974) มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.898

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ 1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการวิจัย 2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจเป็นรายบุคคล จำนวน 20 คน และแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จำนวน 400 คน โดยระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงระหว่างเดือน กันยายน 2566 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2567

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ทั้ง 20 คน ทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโมเดลธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจในการดำเนินกิจการ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจจากแบบฟอร์มการบันทึกและการบันทึกเสียงการโต้ตอบในประเด็นการสัมภาษณ์ เริ่มต้นวิเคราะห์ประเด็นหลักจากภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อยตามลำดับ แล้วนำเสนอในรูปแบบการบรรยายเนื้อหาเชิงพรรณนา จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ Design thinking เพื่อสร้างโมเดลธุรกิจ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ทั้ง 400 คน โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มาจัดหมวดหมู่และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพตัวแปรที่ต้องการวิจัยเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และกำหนดค่าออกเป็นตัวเลข เพื่อลงรหัสข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ การวิเคราะห์หาค่าระดับความสำคัญโมเดลธุรกิจ อธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ Design thinking เพื่อสร้างโมเดลธุรกิจ

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง โมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญโมเดลธุรกิจ (Business model canvas) 4 ด้าน พบว่า ในการทำธุรกิจ SMEs เพื่อจำหน่ายสินค้าและบริการ กลุ่มลูกค้าหลัก คือ บุคคลทั่วไป นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวภาคเหนือ และลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ (Customer segments) ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนานวัตกรรม (New innovation) สินค้าหรือบริการที่ไม่เหมือนใคร (Differentiation) ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วผ่านเทคโนโลยี การพัฒนาในนวัตกรรมสินค้าและบริการอยากให้หน่วยงานของรัฐบาลช่วยสนับสนุน นวัตกรรมสินค้าและบริการใหม่ๆ เป็นการนำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้า (Value propositions) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า (Customer relationships) เพราะมีสินค้าหรือบริการใหม่ๆ มาแนะนำถือเป็นการต่อยอดบริการหลังการขาย และเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าจากลูกค้าใหม่ ๆ จากการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ในอนาคตยังสามารถจัดโปรโมชั่น เพื่อสร้างความแตกต่าง

ในเรื่องของราคาได้อีกด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) มีการนำเสนอผ่านสื่อโซเชียลที่หลากหลาย (Chanel) มากช่องทาง มีการใช้ระบบอัตโนมัติในการตอบข้อสงสัยเบื้องต้น (Auto chat)

2. ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด 5 ลำดับแรก ดังนี้ 1) อำนาจต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ ต้องการพันธมิตรในเรื่องของวัตถุดิบเพื่อให้สร้างรายได้เปรียบ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) 2) สินค้าทดแทน ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน สินค้าที่มาจากจีนมักจะมีราคาที่ย่อมเยา ใช้การแข่งขันด้านราคาที่ต่ำกว่า (Low cost) ส่งผลให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทดแทนนั้นแทน สินค้าจากจีนมีความหลากหลาย แต่สินค้าจากจีนมักมีปัญหาในเรื่องของคุณภาพและการจัดส่งที่ล่าช้า 3) ด้านการเมือง นโยบายของภาครัฐในเรื่องการสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ขาดความชัดเจน รวมไปถึงเรื่องของ Soft power และ Digital wallet ที่ผู้ประกอบการยังไม่มีความรู้และความเข้าใจในรูปแบบและทิศทางเกี่ยวกับนโยบายของรัฐดังกล่าว 4) ด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจชะลอตัว อัตราเงินเฟ้อสูง ค่าครองชีพสูง ค่าสาธารณูปโภคสูง ส่งผลให้ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ มีพฤติกรรมการบริโภคหรือการใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป และ 5) ด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเข้าสู่ยุคโลกโซเชียล ส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการต้องเลือกในสิ่งที่คุ้มค่า ก่อนทำการตัดสินใจซื้อ ลูกค้ามีการหาข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การพิจารณาข้อมูลจากการรีวิวสินค้ามีการแข่งขันด้านการตลาดออนไลน์ที่สูง

3. ผลการศึกษาจากแบบสอบถามระดับความสำคัญโมเดลธุรกิจ (Business model canvas) 4 ด้าน ประกอบกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการสามารถสังเคราะห์ออกมาเป็นโมเดลธุรกิจความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้ 4 กลุ่ม 9 ด้าน ดังนี้

3.1 WHO กลุ่มลูกค้า คือใคร

ด้านกลุ่มลูกค้าหลัก (Customer segments) กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ คือ บุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยว ที่สนใจในการสนับสนุนสินค้าหรือบริการท้องถิ่นและมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุ 35-44 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพอิสระและลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้อยู่ในช่วง 15,001-25,000 บาท มีพฤติกรรมการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ข้อมูลการรีวิว

ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationships) ในการซื้อสินค้าหรือบริการในทุก ๆ ครั้ง ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่ยอมให้เกิดปัญหาเกิดขึ้น แต่เมื่อปัญหาเกิดขึ้นแล้วการให้ความสำคัญต่อปัญหาจากผู้จำหน่ายสินค้าและบริการ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ มีบริการหลังการขาย เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่น

ช่องทางการสื่อสารและการจำหน่าย (Channels) การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้สื่อโซเชียลต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการคำนึงถึงเป็นอันดับแรก สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, Tiktok, Line รวมไปถึงการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มโซเชียล เช่น Shopee, Lazada

3.2 WHAT ทำอะไร

ด้านคุณค่าหรือจุดเด่นของสินค้าและบริการ (Value propositions) คือ ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะมองเรื่องราคาที่ถูกเป็นหลักควบคู่กับเรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการประกอบกับเรื่องของการมีโปรโมชั่นส่วนลดต่าง ๆ มีความสะดวกสบายในการอุปโภคใช้ง่าย จัดส่งรวดเร็วในกรณีที่ซื้อผ่านออนไลน์

3.3 HOW ทำอย่างไร

กิจกรรมหลัก (Key activities) การผลิตสินค้าและบริการ การขาย และการจัดการตลาด เป็นกิจกรรมหลักของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs

ทรัพยากรหลัก (Key resources) ได้แก่ เครื่องจักร เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์ และทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs

พาร์ตเนอร์หรือพันธมิตร (Key partners) ผู้จัดหาวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Supplier) การหาวัตถุดิบที่ดีและมีคุณภาพสำหรับสินค้าและบริการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ที่มีความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่สำคัญ หากมีพาร์ตเนอร์หรือพันธมิตรเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเรื่องความแตกต่างการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) ส่งผลให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตลาด

3.4 MONEY คุ่มค่าหรือไม่

กลยุทธ์การเงิน (Revenue streams) รูปแบบรายได้หลักของธุรกิจ โดยรายได้หลักของธุรกิจเกิดจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ทั้งปลีกและส่ง รวมไปถึงค่าธรรมเนียมการเป็นสมาชิกในธุรกิจบริการ และค่าธรรมเนียมในการจัดส่ง

โครงสร้างต้นทุน (Cost structure) ด้านต้นทุนในการดำเนินงานเป็นอีกประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ให้ความสำคัญ เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจนั้นการใช้เงินทุนหมุนเวียนในกิจการจะส่งผลให้มีปัญหาสภาพคล่องของธุรกิจได้ การบริหารสินค้าคงคลัง เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยลดปัญหานี้ได้ ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนแรงงาน ต้นทุนในการดูแลรักษาเครื่องจักร ต้นทุนในการขายผ่านระบบออนไลน์ และต้นทุนในการโฆษณาออนไลน์

จากผลการวิจัยยังพบว่าโมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 คือ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) การจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีบริการหลังการขายที่ดีมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการมีพันธมิตรทางธุรกิจเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Supplier) สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเรื่องการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) ส่งผลให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตลาด ในเรื่องของราคาสินค้าและบริการ ที่มีราคาถูก (Low cost) อีกทั้งยังจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ได้ตามความเหมาะสม และสามารถเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ๆ ในอนาคตได้ แสดงดังภาพที่ 2

8. พาร์ทเนอร์หรือพันธมิตร (Key partners) - ผู้จัดหาวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Supplier) - บริษัทขนส่ง สินค้า	7. ด้านกิจกรรมหลักที่ทำ (Key activities) - การผลิตสินค้าและบริการ - การขาย - การจัดการตลาด	2. ด้านคุณค่าหรือจุดเด่นของสินค้าและบริการ (Value propositions) - ราคาถูก - คุณภาพดี - มีโปรโมชั่นส่วนลด - สะดวกสบายในการใช้และอุปโภค - จัดส่งรวดเร็ว	4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationships) - การให้ความสำคัญต่อปัญหา - มีการบริการหลังการขาย	1. ด้านกลุ่มลูกค้าหลัก (Customer segments) - บุคคลทั่วไป - นักท่องเที่ยว - เพศชายและหญิง - อายุ 35-44 ปี - การศึกษาปริญญาตรี - ประกอบอาชีพอิสระ และลูกจ้างบริษัทเอกชน - พฤติกรรมการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรีวิว
9. โครงสร้างต้นทุน (Cost structure) - ต้นทุนวัตถุดิบ - ต้นทุนแรงงาน - ต้นทุนในการดูแลเครื่องจักร - ต้นทุนในการขายผ่านระบบออนไลน์ - ต้นทุนการบริหารสินค้าคงคลัง - ต้นทุนในการโฆษณาออนไลน์			3. ช่องทางการสื่อสารและการจำหน่าย (Channels) - สื่อโซเชียลมีเดีย - แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย - หน้าร้าน	
5. กลยุทธ์การเงิน (Revenue streams) รายได้หลัก - การขายสินค้า - ค่าธรรมเนียมการเป็นสมาชิกในธุรกิจบริการ - ค่าธรรมเนียมในการจัดส่ง				

ภาพที่ 2 โมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2566.

อภิปรายผลการวิจัย

โมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ทุกองค์ประกอบของโมเดลธุรกิจแบบ Business model canvas ทั้ง 9 ด้าน มีความสัมพันธ์กัน โดยผู้ประกอบการ SMEs ให้ความสำคัญในด้านคุณค่าของสินค้าหรือบริการ (Value propositions) จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ธุรกิจ SMEs คือ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) การจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ (Value propositions) มีบริการหลังการขายที่ดี มีประสิทธิภาพ (Customer relationships) ผ่านช่องทางการสื่อสารและการที่นำเสนอที่หลากหลาย (Channels) การเข้าใจปัญหาและแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว การเอาใจใส่ด้วยความสุภาพ เป็นกันเอง เป็นตัวช่วยในการสร้างความได้เปรียบและสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เขมิกา ธนธำรงกุล และคณะ (2563) เรื่องโมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การสร้างโมเดลธุรกิจให้ได้เปรียบในการแข่งขัน เครื่องจักรกลการเกษตรต้องมีความแข็งแรง ทนทาน และมีประสิทธิภาพ มีการจำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าร้านที่ชัดเจน มีการติดตามการใช้สินค้าอย่างสม่ำเสมอ มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย มีเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ด้วยความสุภาพและเป็นกันเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Eldor (online. 2020) เรื่อง การมีส่วนร่วมและความสามารถในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่พบว่าการมีความสามารถในการสร้างความแตกต่างที่ไม่เหมือนใครในระดับธุรกิจ ร่วมกับประสิทธิภาพการบริการ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลของการดำเนินงานของธุรกิจ

ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationships) เป็นความสัมพันธ์ทางตรง มีการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม การชิงโชค สะสมคะแนน และการได้รับข่าวสารสิทธิประโยชน์ (Promotion) รวมไปถึงสินค้าหรือบริการที่ออกมาใหม่ ผ่านช่องทางการสื่อสารและการจำหน่าย (Channels) ที่หลากหลาย และมีการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติ (Chatbot) เพื่อใช้ตอบข้อสงสัยแก่ลูกค้า สอดคล้องกับการวิจัยของ Pietrewicz (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เทคโนโลยี โมเดลธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ผลการวิจัยพบว่าเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางที่สุดในการจัดการธุรกิจ ธุรกิจต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในยุค 4.0 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sambo (online. 2021) เรื่อง ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า องค์กรที่ลงทุนและใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที เมื่อนำไปใช้อย่างเต็มที่จะส่งผลต่อความสำเร็จมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ผู้ประกอบธุรกิจ SMEs ควรนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ตั้งแต่ภาคการผลิตจนถึงภาคการขาย พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการดำเนินงาน เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมและปฏิรูปกระบวนการทำงาน

1.2 ผู้ประกอบธุรกิจ SMEs ควรมีการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว อัปเดตสินค้าอย่างสม่ำเสมอ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีเครื่องมือในการวิเคราะห์สถิติผู้เข้าชมสินค้า ทำการโฆษณาให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย มีระบบอัตโนมัติในการตอบข้อความ มีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ และมีระบบติดตามการสั่งซื้อ ติดตามการจัดส่งเพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้า

1.3 หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยยกระดับให้สามารถท่องเที่ยวทั่วเมืองไทยได้ตลอด 365 วัน ด้วยหลักคิดทำการตลาดด้วยอีเวนต์ (Event marketing) ผ่านงานเทศกาลงานประเพณีหลักต่าง ๆ ในทุกพื้นที่ ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาสินค้าชุมชน ยกย่องการคมนาคม อำนวยความสะดวกการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

1.4 หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเข้าถึงหลักประกันและแหล่งเงินทุน

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การวิเคราะห์เชิงลึกในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีที่ SMEs นำเทคโนโลยีมาใช้ในการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองได้รวดเร็ว รวมถึงการใช้ระบบดิจิทัลหรือ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

รายการอ้างอิง

- เขมิกา ธนจำรงกุล และคณะ. (2563). “โมเดลธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่.” *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*. 14(2) : 51-62.
- ยุพาภรณ์ ชัยเสนา, อนันตพร พุทธิสสะ และฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์. (2565). “การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า บ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์.” *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. 9(1) : 50-65.
- ศิวกร อโนริย์. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2566*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing*. 3rd ed. New York : McGraw-Hill.
- Eldor, L. (2020). *Participation and capability in creating competitive advantage in competition: A collaborative vision-sharing business model, competition intensity and service efficiency*. [online]. Source : <https://en-coller.tau.ac.il/profile/liateldor>. [November 30, 2023].
- Sambo, M. (2021). *The ability of information technology (IT) and its competitive advantage*. [online]. Source : <https://shorturl.asia/Aa820>. [November 30, 2023].
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (May – June 2005). “Contributions of qualitative research to the validity of intervention research.” *Journal of School Psychology*. 43(3) : 177-195.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Tucci, C. L. (2005). “Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept.” *Communications of the Association for Information Systems*. 16(1) : 1-25.
- Porter, M. E. (2008). “The five competitive forces that shape strategy.” *Harvard Business Review*. 6(1) : 78-93.
- Pietrewicz, L. (2019). “Technology, business models, and competitive advantage in the age of industry 4.0.” *Problemy Zarzadzania*. 17(2(82)) : 32-52.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). “On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity.” *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*. 2(2) : 49-60.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (2003). *Strategic Management: Concepts and Cases*. 13th ed. New York : McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. 3rd ed. New York : Harper and Row.

การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบาย
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์
Application of Beliefs and Innovations to Support Creative Tourism
Policy during the COVID - 19 Pandemic in Roi Kaen - Sarasin Area

บุญเพ็ง สิทธิวงษา^{1,*}Boonpeng Sittivongsa^{1,*}

Received	1 October 2024
Revised	28 November 2024
Accepted	18 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้ ปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้ และนำเสนอแนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์ เป็นกรณีศึกษาแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และจากแบบสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง 40 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และวิธีวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับด้านมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม ด้านการรับรู้หลักความเชื่อและนวัตกรรม และด้านวิธีการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม 2) ปัจจัยด้านบทบาทเศรษฐสมาคม ด้านบทบาทเจ้าอาวาส และด้านบทบาทภาคของท้องถิ่น มีผลต่อการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ควรมีการสื่อสารให้มีการรับรู้ถึงกระบวนการในขั้นตอนการกำหนดนโยบาย มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ และการทำความเข้าใจในการประเมินและติดตามนโยบาย

คำสำคัญ: การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อ, นวัตกรรม, นโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

¹ ร.ป.ด. รัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2562. อาจารย์ สังกัดสังคมและมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.

¹ Ph.D. in Public Administration, Northeastern University, 2019. Lecturer of Faculty of Social Sciences and Humanities, Northeastern University, Thailand.

* Corresponding author, e-mail : boonpeng.sit@neu.ac.th

Abstract

This research was objected to study the application, the influencing factors on the application, and the practice proposal for applying the beliefs and the innovations to support the creative tourism policy during the COVID-19 pandemic in the Roi-Kaen-Sarasin area. The study employed a mixed-method approach, collecting data through questionnaires from 400 samplings and interviewing with 40 key informants. Data were analyzed by using Mean, Percentage, Multiple Regression Analysis, and Content analysis.

The findings are as the following: 1) the application of the beliefs and the innovations to support the creative tourism policy during the COVID-19 pandemic in the Roi-Kaen-Sarasin area was overall at a moderate level. Ranking the aspects from the highest to the lowest, they were respectively included with the application of the beliefs and the innovations, the awareness of the beliefs and the innovations, and the methods of applying the beliefs and the innovations., 2) the factors, such as the role of the monastic council, the role of the abbots, and the role of the local sectors, significantly influenced the application of the beliefs and the innovations to support the creative tourism policy during the COVID-19 pandemic in the Roi-Kaen-Sarasin area, with statistical significance at the level of 0.05., 3) it is recommended to enhance the communication about the policy formulation process, the consistent integration among agencies about implementing the policy, and the understanding regarding the policy evaluation and the monitoring.

Keywords: Application of belief principle, Innovation, Creative tourism policy

บทนำ

ประเทศไทยนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบันถือว่าเป็นประวัติศาสตร์ของชนชาติที่นับถือ ซึ่งพระพุทธศาสนา มีอิทธิพลครอบคลุมวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยในทุก ๆ ด้าน คือ มีบทบาทสำคัญทั้งในด้านขนบธรรมเนียม ศิลปกรรมและวรรณกรรม ตลอดจนการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมไทยจนพระพุทธศาสนาได้กลมกลืนสนิทอยู่ในชีวิตจิตใจของคนไทยถึงขั้นที่ว่าพระพุทธศาสนาเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับความเป็นไทย ดังนั้นจึงบ่งบอกได้ว่าศาสนาเป็นสถาบันทางสังคมอย่างหนึ่งในหลายสถาบัน และเป็นองค์ประกอบของสังคมที่สำคัญอย่างยิ่งที่มีอิทธิพลในการจัดระเบียบสังคมให้อยู่ในกรอบของศีลธรรมและจริยธรรม เพื่อให้สังคมเป็นอยู่อย่างมีระบบเป็นระเบียบเรียบร้อย ดั่งงาม สงบสุข (พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส. 2557) พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติไทย ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย “มีรากฐานที่สำคัญมาจากพระพุทธศาสนาจนกล่าวได้ว่า พระพุทธศาสนาเป็นมรดกล้ำค่าคู่บ้านคู่เมือง” เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมที่ได้รับเอาแนวความคิด และวัฒนธรรม ของศาสนาอินเดียเข้ามาประพติดปฏิบัติเป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยเฉพาะพระพุทธศาสนา ซึ่งถือได้ว่าเป็นรากฐาน ของสังคมไทย พระพุทธศาสนาจึงมีอิทธิพลต่อระบบแนวความคิดและพฤติกรรมของคนไทยอย่างลึกซึ้ง สังคมโลก ในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการพัฒนาทางด้านวัตถุนิยมที่มีความจำเป็นทั้งยังส่งผล

ให้นานาประเทศเกิดการแข่งขันในระดับที่สูงขึ้นทุกวัน จึงทำให้เกิดการละเลยการพัฒนาคุณค่าทางด้านจิตใจประกอบกับประชาชนมีความพัฒนาไปอย่างไม่มีขีดจำกัด ทั้งในด้านการเมืองและความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม รวมถึงวัฒนธรรมประจำชาติของประเทศ จึงส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ของประเทศ รวมทั้งการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบมาจากปัญหาเกี่ยวกับโรคภัยที่ประชากรในแต่ละประเทศประสบนั้นคือ สถานการณ์โควิด-19 ที่มีแนวโน้มไปในทิศทางที่รุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน ทั้งที่แต่ละประเทศได้มีการป้องกันและมีมาตรการในการควบคุมที่เข้มงวด แต่ปัจจุบันกลับยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นในแต่ละประเทศ (ปิยธิดา เทพวงศ์. 2560)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อกรอบแนวคิดและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายประเทศทั่วโลก และก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีที่มาจากปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ กระแสโลกาภิวัตน์กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ความคิดเชิงสร้างสรรค์กับการกำหนดนโยบายสาธารณะ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัจจัยที่หนึ่ง กล่าวคือ จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ส่งผลให้ปัจจุบันมีการเชื่อมโยงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปสู่สังคมความคิดสร้างสรรค์ ประเทศไทยถึงแม้ในปัจจุบันนี้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวยังคงมีบทบาทสำคัญทั้งต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศและประชาชนในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวกระแสหลักและส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวมีหลายประเด็น เช่น การดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรมากเกินไป กิจกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดมลพิษในหลายรูปแบบ ผู้ประกอบการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อทรัพยากร และประการสำคัญ คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคมากกว่าเขาไปศึกษาเรียนรู้จากแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ ไทยแลนด์ 4.0 เป็นความมุ่งมั่นที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยการเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ดังนั้น ประเทศไทย 4.0 จึงควรมีการเปลี่ยนวิธีการทำที่มีลักษณะสำคัญ คือ เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบันไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี โดยเกษตรกรต้องก้าวขึ้นและเป็นผู้ประกอบการ ด้วยเหตุผลนี้จึงมีบทบาทในสังคมไทยปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง (นิศา ชัชกุล. 2555)

สังคมโลกาภิวัตน์สารสนเทศจากสถานการณ์โควิด-19 สื่อต่าง ๆ ได้เกิดการท่างเห็นพระพุทธรูปของประชาชนในสังคมไทย แต่ศรัทธาความเชื่อในหลักธรรมคำสั่งสอนทางพระพุทธศาสนา การปฏิบัติตนของพุทธบริษัท และการเผยแผ่หลักธรรมคำสั่งสอนอันเป็นเครื่องมือสำคัญในการกล่อมเกลาคิดใจของพุทธศาสนิกชนสังคมไทย ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ยังคงมีไม่เสื่อมคลาย จากสถานการณ์โควิด-19 ที่มีความรุนแรงขึ้นทุกวันจึงทำให้ภาคการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการประยุกต์หลักความเชื่อและนวัตกรรมมีบทบาทมากยิ่งขึ้นจากการที่กำลังเผชิญกับวิกฤตความเสื่อมถอยด้านคุณธรรมจริยธรรมและมีแนวโน้มเป็นสังคมปัจเจกมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่ส่งผลให้พุทธบริษัทละเลยการประพฤติปฏิบัติตามแนวทางแห่งพุทธส่งผลให้สถาบันทางสังคมมีแนวโน้มอ่อนแอ ขาดความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมทางสังคม ขาดการเอื้อเฟื้อ เอื้ออาทร การใช้ปัญญาแก้ไขปัญหาตามหลักธรรมคำสั่งสอนทางพระพุทธศาสนามีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ความมีคุณธรรมและจริยธรรมของคนในสังคมเสื่อมถอย ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อความมีระบบระเบียบเรียบร้อย ดึงงาม และสงบสุข ก่อให้เกิดการขาด

เสถียรภาพทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ในอนาคต และความสำคัญกับสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสิทธิในชีวิต สิทธิในร่างกาย สิทธิในทรัพย์สิน และรวมทั้งสิทธิอื่น ๆ ที่มีผลโดยตรงต่อรัฐ และ ยังส่งผลกระทบต่อการทำงานที่ยาวเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการทำงานในวิถีเชิงต่าง ๆ ของระบบการส่งเสริม การท่องเที่ยวที่ภาครัฐได้เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์ ที่ยังต้องแก้ไขตามสถานการณ์ (บุญเพ็ง สิทธิวงษา. 2563)

จากการกล่าวมาทั้งหมดจะพบว่าความเชื่อและนวัตกรรมนั้นถือเป็นเรื่องที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ใน สถานการณ์โควิด-19 มีความน่าสนใจที่ทำให้นโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นแนวทางใน การปฏิบัติที่มีความสัมพันธ์กับสภาพสังคมวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก และมียุทธศาสตร์ที่สำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริม การประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 ทางสังคมได้หลายด้าน และสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยว และผู้ที่คอยประสานงานในแผนกต่าง ๆ ให้ได้รับความปลอดภัย จากเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการประยุกต์ใช้ หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ ร้อยแก่น - สารสินธุ์ ซึ่งรวบรวมข้อมูลการประยุกต์ใช้เพื่อสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้ม การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 ปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้และการเสนอแนวทางแก้ไขต่อไปผลการวิจัยจะสามารถนำไปสู่แนวทางการ ประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 มีการพัฒนาอย่างแท้จริงและยั่งยืนโดยประสานกันนโยบายและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามนโยบายภาครัฐ เพื่อให้ภาพรวมของปัญหาและใช้เป็นพื้นฐานในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์ ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์
3. เพื่อนำเสนอแนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ชุดข้อมูลการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์
2. ได้ชุดข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น - สารสินธุ์

3. ได้แนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านหลักความเชื่อ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน. 2525) ให้ความหมายไว้ว่า “เชื่อ” หมายถึง เห็นตามด้วย มั่นใจ และไว้วางใจ

รูปานี เสงสนั่นกุล (2549) กล่าวว่า ความเชื่อ คือ การยอมรับนับถือว่าเป็นความจริง หรือมีอยู่จริง การยอมรับหรือการยึดมั่นนี้อาจมีหลักฐานเพียงพอที่จะพิสูจน์ได้หรืออาจไม่มีหลักฐานที่จะพิสูจน์สิ่งนั้นให้เห็นจริงได้

อาหมัดอัลซารีย์ มูแกม (2559) กล่าวว่า ความเชื่อ หมายถึง การยอมรับที่แสดงถึงความจงรักภักดี ความศรัทธาและการยอมรับในอำนาจเร้นลับอื่น ๆ

2. แนวคิดและทฤษฎีด้านนวัตกรรม

Rogers (2003) ระบุว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีใครเคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิมและทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงาน

Hughes (1987) กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นการนำเอาวิธีการใหม่มาปฏิบัติหลังจากที่ได้ผ่านการทดลองและได้รับการพัฒนาเป็นลำดับแล้วและความแตกต่างจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา

Nord and Tucker (1987) อธิบายว่า นวัตกรรม หมายถึง ขบวนการเสนอสิ่งใหม่ ๆ ที่ใหม่อย่างแท้จริงสู่สังคม โดยการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนระบบค่านิยมรูปแบบเดิม ๆ ของสังคมอย่างสิ้นเชิง

3. แนวคิดและทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) บัญญัติขึ้นเป็นครั้งแรกโดยคริสปิน เรย์ มอนด์ (Crispin Raymond) และ เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) ในปี พ.ศ. 2543 ในความหมายที่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง

Richards and Raymond (2000) ได้ร่วมกันกำหนดคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า “การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้ อย่างจริงจัง”

สุดสันต์ สุทธิพิศาล (2555) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยกระบวนการ “ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง สร้างสรรค์และ แบ่งปันชุมชน” โดยต่อยอดจากทรัพยากรหรือทุนเดิมที่มีอยู่ในชุมชน ด้วยการเพิ่มค่าหรือเพิ่มมูลค่าบนฐานเอกลักษณ์ความเป็นไทยและหาจุดต่างด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่

ยูเนสโก (UNESCO. 2007) ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมต่าง ๆ ได้เรียนรู้และรับประสบการณ์ตรง ซึ่งมีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชนนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปะ มรดกทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต หรือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยชุมชนจะเป็นผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้และการทดลองปฏิบัติ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนผ่านการเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเหล่านั้น อย่างไรก็ตาม ชุมชนจะต้องคำนึงถึงสมดุลระหว่าง

การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับทั้งในเชิงเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ (2556) ได้นิยามคำว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามนิยามของ ริชาร์ดส์และเรย์มอนด์ (Richards and Raymond. 2000) คือ การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเกิดขึ้นเพื่อรองรับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพและการสร้างสรรค์ของตนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ได้เรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า การยอมรับนับถือว่าเป็นความจริงหรือมีอยู่จริง การยอมรับหรือการยึดมั่นนี้อาจมีหลักฐานเพียงพอที่จะพิสูจน์ได้หรืออาจไม่มีหลักฐานที่จะพิสูจน์ให้เห็นจริงได้ การปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาเป็นการท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ได้เรียนรู้และรับประสบการณ์ตรง ซึ่งมีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชนนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปะ ฆราวาสทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต หรือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยชุมชนจะเป็นผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้และการทดลองปฏิบัติ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนผ่านการเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเหล่านั้น โดยการนำหลักความเชื่อต่าง ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่รอยแค้น – สารสินธุ์ อย่างมีประสิทธิภาพ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัทชิตา บุตรดิษฐ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนแสนสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 ผลการวิจัยพบว่า สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนแสนสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 โดยรวม อยู่ในระดับมาก

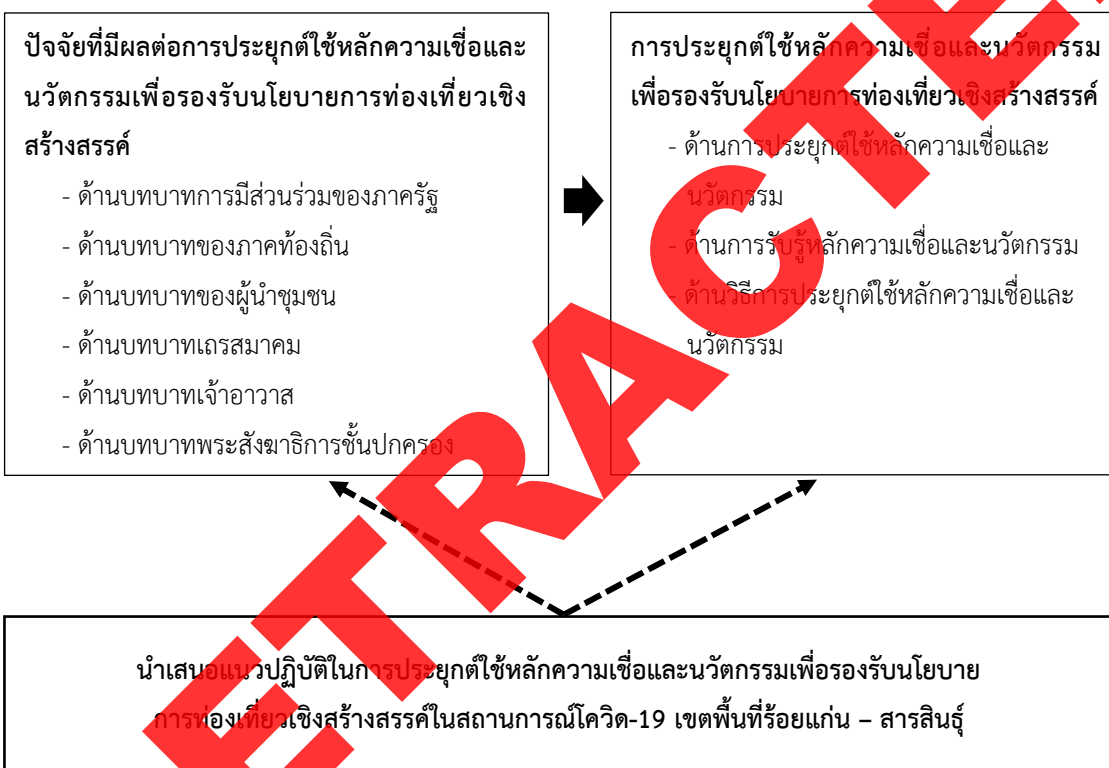
วารุณี กุลรัตน์วิจิตร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภทบริการ) จากผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

สโรชา อมรพงษ์มงคล (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 จังหวัดกาญจนบุรี จากผลการศึกษาพบว่า การจัดการของเมืองมัลลิกา มีข้อเด่นในด้านการจัดการองค์กรและการควบคุม แต่ยังขาดการจัดการด้านการวางแผนและการเป็นผู้นำ เนื่องด้วยเมืองมัลลิกาดำเนินกิจการด้วยการจัดการแบบครอบครัวที่อยู่กันด้วยความเข้าใจ ทำให้สามารถดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย

ธนาวิ ปิ่นประจักษ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุบลราชธานีในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า 1) ทรัพยากรที่โดดเด่น คือ ป่าชายเลน อ่าวสังกาอู้อ่าวพร้าว ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ประเพณีลอยเรือ ภาษาอุบลราชธานี เครื่องมือประมงพื้นบ้านและทักษะทางทะเล เป็นต้น 2) ความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการกิจกรรมที่ต้นได้ลงมือทำร่วมกับคนในชุมชน และมีกิจกรรมที่หลากหลาย และ 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ได้รับคัดเลือกจากผู้ทรงคุณวุฒิว่าเป็นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ

วิลาสินี ธนพิทักษ์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้ วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง ผลจากการดำเนินการวิจัย เชิงปฏิบัติการพบว่า 1) ชุมชนศึกษาเรียนรู้ร่วมกันในการสำรวจ วางแผน โดยใช้กระบวนการวงจรคุณภาพ (PDCA) และสร้างเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัด พัทลุง 2) ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพความพร้อมของตนเองในการจัดการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิต และสามารถเป็นต้นแบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยใช้วิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปอาศัยในเขตพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวนทั้งหมด 4,019,437 คน

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลด้วยการตอบแบบสอบถาม เป็นกลุ่มประชาชนผู้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในเขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ จำนวน 400 คน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2560)

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากความสามารถในการให้ความรู้ และประสบการณ์ ประกอบด้วย ข้าราชการ องค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ จำนวน 4 กลุ่ม ๆ ละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 40 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ และแบบสัมภาษณ์ ใช้สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงจนมีคุณภาพในระดับที่ยอมรับได้ไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วยวิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอความร่วมมือจากประชาชนผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ ประกอบด้วยประชาชนใน 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยชี้แจงเกี่ยวกับรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นตอนและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนแก่ผู้ช่วยวิจัย 2) การขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม และทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 3) ผู้วิจัยได้นำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลนำเสนอผู้นำชุมชนแต่ละชุมชนเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้ 4) แจกจ่ายและเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 5) รับแบบสอบถามกลับคืน ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์แล้วไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตามขั้นตอน ดังนี้ 1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัย ในลักษณะการวิจัยเอกสาร ได้แก่ ส่วนที่เป็นคำอธิบายจากเอกสาร หนังสือ ตำรา ที่เป็นแนวคิดทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยประสานงาน เพื่อขออนุญาตกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ แล้วเดินทางไปตามวันเวลาที่นัดหมาย ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยแนะนำตนเอง สร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้วิจัยกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล แจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ แล้วดำเนินการสัมภาษณ์ จำนวน 40 คน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามหลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการนำเสนอเป็นตารางใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบการอภิปรายผล 2) การวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์

โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบเป็นลำดับขั้น ประกอบการอภิปรายผล และ 3) การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การนำเสนอแนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยคัดเลือก และจำแนกข้อมูล จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นระบบ จัดทำบรรณานุกรณข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูลไปเขียนเป็นรายงานตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ 1) การวิเคราะห์ เอกสาร หนังสือ ตำรา โดยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอแนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ และ 2) วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มาเป็นกรอบแนวคิดในการนำเสนอแนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์

ผลการวิจัย

1. การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์

ผลการวิเคราะห์การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ สามารถสรุปดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์

การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม เพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการรับรู้หลักความเชื่อและนวัตกรรม	3.04	0.52	ปานกลาง
ด้านการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม	3.29	0.16	ปานกลาง
ด้านวิธีการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม	3.03	0.31	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.12	0.28	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า มีการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ (โดยรวม) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.12, S.D.=0.28$) โดยเรียงลำดับด้านมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม ($\bar{X}=3.29, S.D.=0.16$) ด้านการรับรู้หลักความเชื่อและนวัตกรรม ($\bar{X}=3.04, S.D.=0.52$) และด้านวิธีการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม ($\bar{X}=3.03, S.D.=0.31$) ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ สามารถสรุปดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์

ลำดับตัวแปร ที่ได้รับการคัดเลือก	B	S.E.	Beta	t	p- value	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.661	.096		6.868	.000	.472	.850
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน (X_1)	.200	.171	.386	1.171	.242	-.136	.535
ด้านบทบาทของภาคท้องถิ่น (X_2)	.206	.032	.420	10.650	.000*	.275	.399
ด้านบทบาทของผู้นำชุมชน (X_3)	.103	.018	.441	5.683	.317	.067	.138
ด้านบทบาทเกษตรกร (X_4)	.403	.025	.178	2.720	.007*	.019	.115
ด้านบทบาทเจ้าอาวาส (X_5)	.217	.170	.090	.274	.002*	-.288	.382

SE_{est} = ±.07643 R = .898; R² = .806; Adj. R² = .803; F = 271.526; p-value = 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านบทบาทเกษตรกร (X_4) ด้านบทบาทเจ้าอาวาส (X_5) และด้านบทบาทของภาคท้องถิ่น (X_2) มีผลต่อการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .403, .217 และ .206 ตามลำดับ

3. นำเสนอแนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา มีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการสื่อสารให้มีการรับรู้ถึงกระบวนการในขั้นตอนการกำหนดนโยบายในการตัดสินใจ การวางแผนงานในการแก้ไขปัญหา การจัดทำร่างนโยบายเสนอแนะกลยุทธ์ในการดำเนินนโยบาย มีการชี้แจงการรับรู้ในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติร่วมกันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีการชี้แจงจัดประชุม สร้างความเข้าใจในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม และการทำความเข้าใจในการประเมินและติดตามนโยบาย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้วิเคราะห์ประเมินผลนโยบายได้อย่างสอดคล้องกับพลวัตที่ทวีความซับซ้อนในสถานการณ์ปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย

แนวปฏิบัติที่สำคัญในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่ร้อยแก่น – สารสินธุ์ คือการวางแผน การกำหนดนโยบาย รวมถึงการสื่อสารให้มีการรับรู้ถึงกระบวนการในขั้นตอนการกำหนดนโยบาย การลงมือปฏิบัติด้วยการวางแผนในการแก้ไขปัญหา เสนอแนะกลยุทธ์ในการดำเนินนโยบาย ตลอดจนการทำความเข้าใจในการประเมินและติดตามนโยบาย สอดคล้องกับงานวิจัยของวิลาสินี ธนพิทักษ์ และคณะ (2561) ที่ระบุว่า การที่ชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง เรียนรู้ร่วมกันในการสำรวจ วางแผน โดยใช้กระบวนการวงจรคุณภาพ (PDCA) ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การลงมือปฏิบัติ การตรวจสอบ และการปรับปรุง ทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพความพร้อมของตนเองในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝายมีชีวิตได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สโรชา อมรพงษ์มงคล (2561) ที่ระบุว่า การจัดการด้านการวางแผนเป็นสิ่งที่การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 จังหวัดกาญจนบุรี ขาดหายไป

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1.1 การประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรม หรือการประยุกต์ใช้ที่มีภาคีเครือข่าย หรือหน่วยงานของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วัฒนธรรมจังหวัด ที่ใกล้ชิดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมากกว่าหน่วยงานอื่น ซึ่งพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ และการประเมินนโยบายของทุกภาคส่วนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 แนวปฏิบัติในการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรมีแบบแผน นโยบาย ที่มีความชัดเจน และสามารถนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมต่อประชาชน หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาในเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ถึงรูปแบบวิธีการ และนำแบบแผนที่มีโครงสร้างที่ชัดเจน ประกอบกับการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในสถานการณ์โควิด-19 ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2 ควรศึกษาการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อและนวัตกรรมเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์โควิด-19 โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งองค์กรท้องถิ่น ภาครัฐ ภาคีเครือข่าย ต่าง ๆ อย่างมีแบบแผน โครงสร้างตามนโยบายสาธารณะที่รัฐกำหนด และความสามารถในเข้าถึงการบริการของนักท่องเที่ยวและประชาชนในครั้งต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัย นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความเอาใจใส่ในงานการให้คำปรึกษาและมีเมตตาของ
ที่ปรึกษา ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำตรวจแก้ข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ที่สุด ขอขอบคุณสถาบันภาษาบัณฑิตศึกษา
ที่ได้ช่วยแปลบทความภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความเมตตากรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง ขออนุโมทนา
ขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ :
ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- ฐาปนี เสงสนันกุล. (2549). **พิธีกรรมและความเชื่อท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว.
- ณัทชลิดา บุตรดีวงศ์. (2561). **การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษ
ที่ 21 ของโรงเรียนแสนสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18. วิทยานิพนธ์
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกริก**
- ธนาวัต ปิ่นประชาพันธ์. (2564). **การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติ
พันธุ์อุรุกรลาโวจในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่. ปรียญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
- นิศา ชัชกุล. (2555). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- บุญเพ็ง สิทธิวงษา. (กรกฎาคม - ธันวาคม 2563). “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายแผน
ยุทธศาสตร์จังหวัดอุดรธานี.” **วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด**. 9(2):
636-646.
- ปิยธิดา เทพวงศ์. (2560). **การพัฒนารูปแบบการให้บริการสารสนเทศที่สนับสนุนการเป็นมหาวิทยาลัยวิจัย :
กรณีศึกษาห้องสมุดคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พระมหาธีรราช ธมฺมหาโส. (2557). **พระพุทธศาสนากับวิทยาการสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : มหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : บริษัท
อักษรเจริญทัศน์ อจท. จำกัด.
- วารุณี กุลรัตน์วิจิตรา. (2560). **ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (ประเภทบริการ). วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี.
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- วิลาสินี ธนพิทักษ์ และคณะ. (2561). **รายงานผลการวิจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม
ฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง**. สงขลา : มหาวิทยาลัย
ทักษิณ.

- สโรชา อมรพงษ์มงคล. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). คู่มือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- สุดสันต์ สุทธิพิศาล. (2555). การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- อาหมัดอัลซารีย์ มูเก็ม. (2559). ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ที่มีความสัมพันธ์ต่อวิถีชีวิตของชนกลุ่มชาติพันธุ์เขมรบนพื้นที่บ้านจารย์ อำเภอสงขลา จังหวัดสุรินทร์. ประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาบัณฑิตอาสาสมัคร วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Hughes, R.L. (1999). *Leadership : Enhancing the Lessons of Experience*. 3rd ed. Boston : McGraw-Hill.
- Nord, W. R., & Tucker, S. (1987). *Implementing Routine and Radical Innovations*. New York : Lexington Books.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). "Creative Tourism." *ATLAS News*, 23: 16- 20.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. 5th ed. New York : The Free Press.
- UNESCO. (2007). *A Training Manual for Heritage Guides Tourism at Cultural Heritage Sites in Asia Cultural Heritage Specialist Guide Training and Certification Programme for UNESCO World Heritage Sites*. Macao: UNESCO and Institute for Tourism Studies (IFT), Macao SAR.

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี Behavior of Selection Food Delivery Application in Pathum Thani Province

รัฐวุฒิ นีวรณูสิต^{1,*} และ ธนย์พัทธ์ ไกรวานิช²
Rattawut Nivornusit^{1,*} and Tanpat Kraiwanit²

Received	17 May 2024
Revised	18 July 2024
Accepted	23 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี และ 2) ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้อปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานีจำนวน 395 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามปลายปิดและใช้การวิเคราะห์จำแนกประเภทในการวิเคราะห์ข้อมูลและเพื่อสร้างสมการจำแนกกลุ่มผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ราคาในการสั่งอาหารต่อครั้ง ทักษะการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร การใช้งานและบริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้อปพลิเคชันสั่งอาหาร ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ประเภทของอาหารที่เลือกสั่งมากที่สุด แอปพลิเคชันสามารถใช้ได้สะดวกมีความเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก รวดเร็ว แอปพลิเคชันสามารถติดตามสถานะการจัดส่งได้สะดวก มีการใช้ตัวแปรเหล่านี้เพื่อสร้างฟังก์ชันแบบจำลองของการเลือกกลุ่ม ตามสมการจำแนกประเภทที่สร้างขึ้นสามารถทำนายการเลือกกลุ่มได้อย่างแม่นยำ โดยมีความถูกต้องอยู่ที่ร้อยละ 81.5

คำสำคัญ: ผู้ใช้บริการ, บริการสั่งอาหารออนไลน์, แอปพลิเคชัน, การตัดสินใจซื้อ

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล มหาวิทยาลัยรังสิต.

¹ Ph.D., Student in Digital Economy, Rangsit University.

* Corresponding author, e-mail Rattawut.n@rsu.ac.th

² ป.ด. เศรษฐศาสตร์, Marathwada University, India, 2540. รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

² Ph.D. Economics, Marathwada University, India, 1997. Associate Professor Department of Digital Economy, Faculty of Economy, Rangsit University.

Abstract

This study was objected to: 1) investigate the factors influencing the use of food delivery applications in Pathum Thani province, and 2) examine users' behavior in selecting the food delivery applications in Pathum Thani province. The research employed a quantitative approach, with a sample of 395 users from Pathum Thani. Data were collected by using the closed-ended questionnaires and were analyzed through discriminant analysis to construct a classification equation. The findings revealed that the factors influencing the use of food delivery applications in Pathum Thani were included with the age, the educational level, the monthly income, the consumer behavior in using the service, the price per order, the attitudes toward the food delivery applications, and the usability and service quality of the applications. Additionally, the factors affecting the selection behavior of food delivery applications were also included with the monthly income, the most frequently ordered food types, the application's ease of use, the simplicity, the speed of operation, and the convenience of tracking the delivery status. These variables were utilized to develop a discriminant function for group classification. The classification model achieved an accuracy of 81.5% in predicting group membership.

Keywords: Customers, Online Food Delivery, Applications, Purchase Decision

บทนำ

ปัจจุบันยุคดิจิทัลกำลังเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและมีผลกระทบอย่างมาก การมีอินเทอร์เน็ตที่การใช้งานแพร่หลายและเทคโนโลยีการสื่อสารเคลื่อนที่และความก้าวหน้าทางข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) ที่เป็นส่วนสำคัญของกระบวนการนี้ ความเคลื่อนไหวทางนวัตกรรมของคอมพิวเตอร์และไอซีที่ช่วยในการสร้างระบบสื่อสารระดับโลกที่รวมอยู่ในระบบเดียวและสร้างภูมิทัศน์ทางการเงินและข้อมูลที่มีความสอดคล้องกันอย่างสมบูรณ์ (Limna, Kraiwanit and Siripipatthanakul. Online. 2023)

เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อการเติบโตและพัฒนาของธุรกิจส่งอาหารอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีและการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นได้เปลี่ยนแปลงวิธีการสั่งและจัดส่งอาหารให้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยแพลตฟอร์มออนไลน์ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกเมนู สั่งอาหาร และชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น บัตรเครดิต การโอนเงิน กระบวนการเหล่านี้ช่วยให้การสั่งอาหารและชำระเงินรวดเร็วและง่ายขึ้น นอกจากนี้ สื่อสังคมและแพลตฟอร์มออนไลน์ยังมีบทบาทสำคัญในการโฆษณาและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับบริการส่งอาหารออนไลน์ ทำให้ผู้คนเริ่มรู้จักและใช้บริการนี้มากขึ้น การใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลช่วยให้แอปพลิเคชันส่งอาหารสามารถติดตามและจัดการรายการสั่งซื้อ การจัดส่ง และข้อมูลลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเกิดขึ้นของบริการส่งอาหารออนไลน์ยังเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเมืองที่ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการสั่งอาหารในช่วงเวลาเร่งด่วน บริการเหล่านี้ช่วยลดความซับซ้อนในการวางแผนและ

เตรียมอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการทำอาหารเอง ไปร้านอาหาร หรือการสั่งอาหารมาส่งถึงบ้านหรือที่ทำงาน (Chai and Yat. 2019)

เศรษฐกิจดิจิทัลมีบทบาทในการเพิ่มคุณภาพในอุตสาหกรรมการจัดส่งอาหาร และยังมีความสำคัญต่อความสำเร็จในยุคร่วมสมัย ซึ่งได้เกิดการแข่งขันในด้านการบริการส่งอาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ประกอบด้วยหลายด้าน ได้แก่ ราคาและค่าจัดส่งที่เหมาะสมมีผลต่อความนิยมในการใช้บริการ การรับรู้คุณค่าและความสะดวกสบายจากการใช้งานแอปพลิเคชันเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โปรโมชั่นและส่วนลดพิเศษช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ขณะที่เมนูอาหารที่สอดคล้องกับความชอบในวัฒนธรรมท้องถิ่นก็มีบทบาทสำคัญในการเลือกใช้ (Nivornusit, Kraiwanit and Limna. Online. 2024)

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจส่งอาหาร ในประเทศไทยนั้นในปี 2565 ที่ผ่านมามีอันดับ 1 ที่ครองตลาดธุรกิจส่งอาหาร ได้แก่ GrabFood มีส่วนแบ่งตลาดมากถึง 52% รองลงมาคือ LINE MAN Wongnai ที่ 23% และ Foodpanda 16% ขณะที่ Robinhood นั้นมีส่วนแบ่งตลาด 6% และ ShopeeFood มีส่วนแบ่งเพียง 3% เท่านั้น (Wattanapong Jaiwat. Online. 2023) นอกจากนี้การแข่งขันในธุรกิจส่งอาหารเกิดขึ้นอย่างรุนแรงภายใต้กลุ่มผู้บริโภคที่มีอยู่อย่างจำกัด โดยมากกว่า 80% ใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร มากกว่า 1 แอปพลิเคชัน และมีการเปรียบเทียบราคา ความคุ้มค่าและโปรโมชั่นก่อนสั่งอาหาร เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและดึงดูดลูกค้าใหม่ โดยการปรับปรุงระบบการให้บริการ และตัวเลือกร้านอาหารที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อโจทย์ลูกค้าในระดับ Sub-segment เช่น ใช้ AI ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอ Customized loyalty program หรือโปรโมชั่นที่ดึงดูด เป็นต้น เพื่อรักษาลูกค้าเดิมที่มักจะเป็น Gen X - Gen Y และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่อย่าง Gen Z ควบคู่กับการบริหารจัดการต้นทุนซึ่งในภาคธุรกิจส่งอาหาร ยังเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและการเติบโตของแต่ละแพลตฟอร์มที่เป็นคู่แข่งอีกมากมาย ปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือการดูแลต้นทุนทางธุรกิจและการสร้างกำไรให้กลับมาเป็นบวก ภายใต้สถานการณ์ที่ต้องจัดหาเงินทุนอย่างจำกัด และมีการผันผวนในตลาดเงินและตลาดทุน ดังนั้น ผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต้องปรับสมดุลในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. ออนไลน์. 2566)

มีการศึกษาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันส่งอาหาร เช่น Li, Miroso and Bremer (2020) ศึกษาเรื่อง การทบทวนแพลตฟอร์มการจัดส่งอาหารออนไลน์และผลกระทบต่อความยั่งยืน และ Novita and Husna (2020) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ อย่างไรก็ตามยังมีช่องว่างการมีส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจส่งอาหาร ดังนั้นการศึกษารุ่นนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ออปพลิเคชันส่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการใช้บริการแอปพลิเคชันสูง มีประชากรหนาแน่น และมีความหลากหลายของกลุ่มผู้บริโภค อีกทั้งยังมีโครงสร้างพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและการขนส่งที่พัฒนามากพอที่จะรองรับการให้บริการของแอปพลิเคชันส่งอาหาร โดยจะมุ่งเน้นการศึกษาถึง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่อาศัย พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ราคาในการสั่งอาหารต่อครั้งที่ตัดสินใจซื้อต่อแอปพลิเคชันส่งอาหาร การใช้งานและบริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร นอกจากนี้ยังมีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร การศึกษานี้เน้นที่การปรับปรุงประสิทธิภาพของบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ โดยการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับแต่งกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มผู้บริโภค สิ่งนี้สามารถนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่

เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นและความภักดีของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตได้ เฉพาะในประเทศไทย
ที่ธุรกิจส่งอาหารมีอิทธิพลมากในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค จึงเป็นที่มาของการศึกษาในครั้งนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี
2. ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วยอายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ และการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

1.1 อายุ (Age) ผลผลิตกันต์แต่ละประเภทตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน ความชอบและรสนิยมจะเปลี่ยนแปลงตามวัย

1.2 เพศ (Sex) ผู้หญิงและผู้ชายมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงต้องปรับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละเพศ

1.3 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า

1.4 อาชีพ (Occupation) ผู้ที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่ต่างกัน จึงต้องศึกษาว่าสินค้าหรือบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใด

1.5 รายได้ (Income) นักการตลาดมักสนใจผู้บริโภคที่มีฐานะร่ำรวย แต่ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำก็มักเป็นตลาดที่ใหญ่กว่า ถึงแม้รายได้จะเป็นตัวแปรสำคัญ นักการตลาดจะเชื่อมโยงรายได้กับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์อื่น ๆ เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

สรุป จากการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ มีผลต่อการวิจัยคือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความต้องการบริโภคสินค้าและบริการของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายได้อย่างชัดเจนขึ้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2548) กล่าวว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ พฤติกรรมการแสดงออกของแต่ละบุคคลในกระบวนการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้งาน การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการซึ่งผู้บริโภคคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างเหมาะสม โดยพฤติกรรมผู้บริโภคที่สำคัญมีทั้งหมด 3 ประการดังนี้

2.1 การจัดหา (Obtaining) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ตั้งแต่การสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การเปรียบเทียบต่าง ๆ จนถึงการตัดสินใจซื้อสินค้า

2.2 การบริโภค (Consuming) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานสินค้าหรือบริการ โดยระบุว่าผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการนั้นที่ไหน อย่างไร ภายใต้เงื่อนไขและสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อความพึงพอใจหรือตอบสนองความต้องการต่าง ๆ

2.3 การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำจัดหรือการจัดการกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว โดยการติดตามและระบุว่าผู้บริโภคทำการใช้สินค้าหรือบริการอย่างไรและการทิ้งหรือกำจัดสินค้าเหล่านั้นในที่สุด

สรุป จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อการวิจัยคือ การตัดสินใจเลือกบริโภคของแต่ละบุคคล มักขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งพฤติกรรมนี้จะแสดงออกผ่านการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงการใช้จ่ายเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเหล่านี้ประกอบด้วย ราคา คุณภาพ และรูปร่างหน้าตาของสินค้า เป็นต้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision)

ภาวิณี กาญจนภา (2554) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการทางความคิดหรือ “กล่องดำ” (Black Box) ซึ่งถูกกระตุ้นโดยปัจจัยภายในและภายนอก กระบวนการนี้ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้:

3.1 การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการหรือปัญหาที่ต้องแก้ไข อาจเกิดจากปัจจัยภายในหรือภายนอกของผู้บริโภค

3.2 การค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Information Search) หลังจากตระหนักถึงปัญหา ผู้บริโภคจะหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก โดยแหล่งข้อมูลภายนอกแบ่งเป็นส่วนบุคคล สาธารณะ หรือจากนักการตลาด

3.3 การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) ผู้บริโภคประเมินผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์การประเมินผลและตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักการทฤษฎีทางเลือกที่ขึ้นอยู่กับเหตุผล และพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ เช่น ขนาด สี วิธีการชำระเงิน ที่ตั้งของร้าน หรือวิธีการจัดส่ง

พิมพุมพกา บุญธนาพิริชต์ (2560) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการใช้งาน การบริการด้านการชำระเงินที่หลากหลาย ภาพลักษณ์และทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันรวมถึงความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือพาร์ทเนอร์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยกระบวนการตัดสินใจดังกล่าวเกิดขึ้นจากการตอบสนองต่อ สิ่งเร้า (Stimuli) ที่ส่งต่อไปยัง กล่องดำ (Black box) ของผู้บริโภค โดยกล่องดำของผู้บริโภคในที่นี้ หมายถึงโครงสร้างภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วยลักษณะบุคลิกภาพเฉพาะตัวและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เมื่อผู้บริโภครับรู้สิ่งเร้าต่าง ๆ กระบวนการภายในกล่องดำจะทำหน้าที่ประมวลผลสิ่งเร้าเหล่านั้น และนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมหรือการตัดสินใจเลือกซื้อบริการในที่สุด นักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจว่าองค์ประกอบของกล่องดำของผู้บริโภคทำงานอย่างไร และตระหนักว่าสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคได้นั้น เกิดจากสิ่งเร้าที่ผู้บริโภครับรู้ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เช่น ราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย หรือสิ่งกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี เพื่อให้

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดมีประสิทธิภาพ การศึกษาสิ่งกระตุ้นที่มีผลต่อผู้บริโภค ตลอดจนการวิเคราะห์บุคลิกภาพ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

สรุป จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ มีผลต่อการวิจัยคือ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการทางความคิดหรือ ถูกกระตุ้นโดยปัจจัยภายในและภายนอก ประกอบด้วยการตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูลข่าวสาร และการประเมินผลทางเลือก เป็นต้น

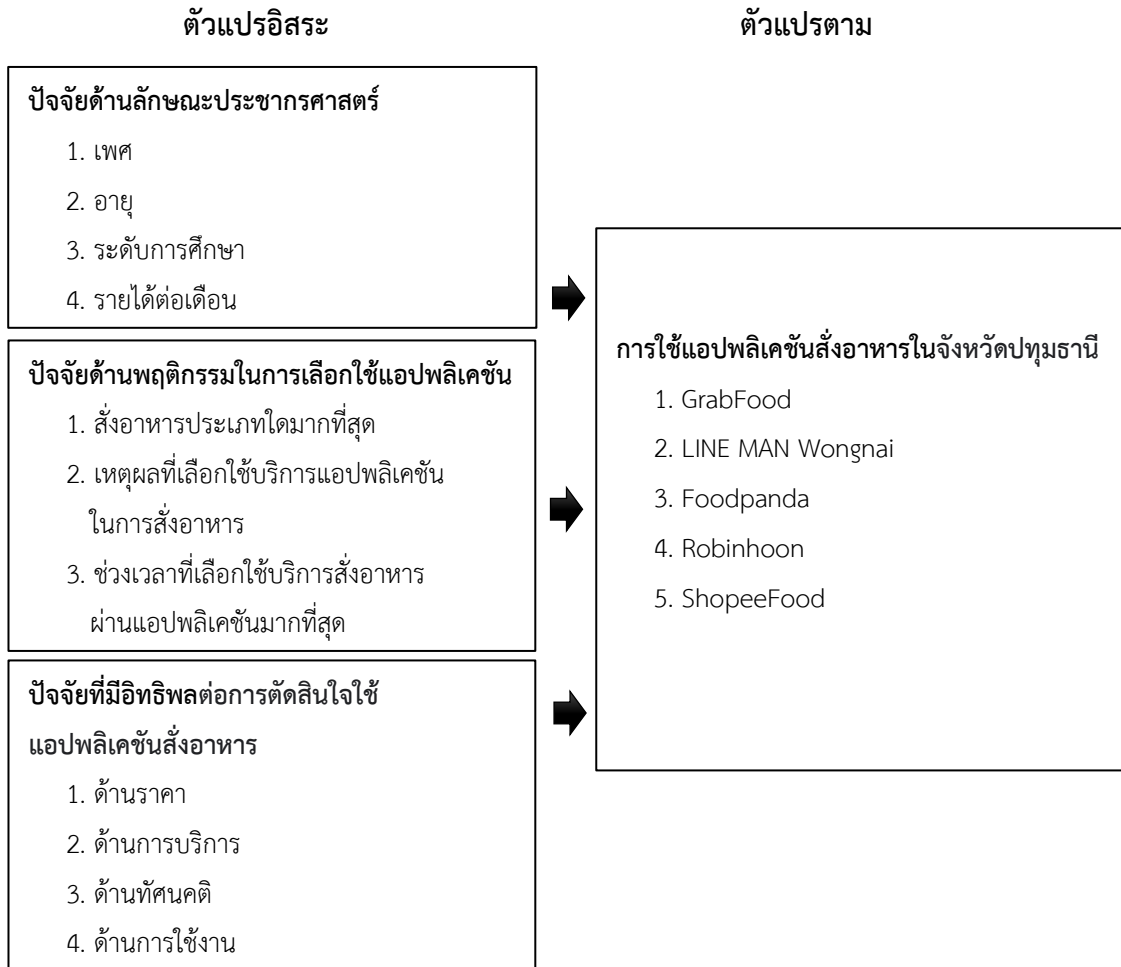
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐรจา พงศ์สุพัฒน์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันสั่งอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติและการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ได้แก่ ความสามารถในการใช้งาน (Usability) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ราคา (Price) โดยพบว่าความสามารถในการใช้งานและราคาแสดงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ การเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารยังได้รับอิทธิพลจากบุคลิกภาพ การรับรู้ความเสี่ยง และการแสวงหาความหลากหลายของผู้ใช้งาน ซึ่งส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการเลือกแอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคล

เพ็ญศิริ บุญพูน (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทัศนคติด้านส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาแยกปัจจัย พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการกำหนดราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ในส่วนของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในด้านความถี่ในการใช้บริการ และด้านจำนวนเงินสูงสุดเฉลี่ยในการใช้บริการ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการ แต่ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมด้านจำนวนเงินสูงสุดเฉลี่ย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2566.

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น ซึ่งมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน และการตัดสินใจเลือกใช้ บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร อาจมีอิทธิพลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร นอกจากนี้ ปัจจัยเหล่านี้อาจมี ผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารอีกด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมี วิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานีที่มีอายุ อย่างน้อย 18 ปี และอาศัยในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) เนื่องด้วยผู้วิจัยไม่ทราบ

ถึงจำนวนสัดส่วนประชากรที่แน่นอนได้ โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดระดับนัยสำคัญ (p) ไว้ที่ 0.5 ระดับความแม่นยำที่ $\pm 5\%$ และระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จำนวนขั้นต่ำที่คำนวณได้เป็น 385 ด้วยเหตุนี้จำนวนตัวอย่างที่เลือกใช้ คือ 395 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่เกิดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวกในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ จำนวน 4 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 3 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารจำนวน 17 ข้อ โดยแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ประกอบไปด้วย เห็นด้วยน้อยที่สุด เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยมาก และ เห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามถูกประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญจะต้องมีคะแนนแบบสอบถามเพื่อกำหนดค่าดัชนี IOC (Item Objective Congruence) โดยมีคะแนนขั้นต่ำที่ยอมรับคือ 0.50 (Thetlek, et al. 2023 : 368-376) โดยการศึกษาครั้งนี้ได้รับค่า IOC ตั้งแต่ 0.80 ถึง 1.00 ซึ่งบ่งชี้ถึงความเหมาะสมของคำถาม ทั้งในแง่ของภาษา และโครงสร้าง การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางแอปพลิเคชัน เมสเซนเจอร์ (Messenger) ระหว่างเดือนสิงหาคม 2566-เดือนมีนาคม 2567 โดยมีการสอบถามความสมัครใจในการเปิดเผยข้อมูลก่อนทำแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์จำแนก เพื่อสร้างสมการทำนายตามตัวแปรอิสระที่ใช้จำแนกบุคคลให้อยู่ในกลุ่มต่าง ๆ (Bruin. Online. 2006) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี และพฤติกรรมในการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี นอกจากนี้ การอธิบายสมการทำนายเพื่อเข้าใจความสัมพันธ์ที่อาจจะมีอยู่ระหว่างตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูลทางเลือก โดยตัวแปรตามต้องเป็น “ตัวแปรแบบกลุ่ม” ค่าของตัวแปรแบบกลุ่มนี้จะใช้ในการกำหนดกลุ่ม โดยที่แต่ละบุคคลสามารถอยู่ในกลุ่มได้เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นตามที่ตัวแปรเชิงกลุ่มระบุไว้ ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

X1: เพศ

X2: อายุ

X3: ระดับการศึกษา

X4: รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน

X5: ประเภทของอาหารที่ท่านเลือกสั่งมากที่สุด

X6: เหตุผลที่เลือกใช้บริการแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร

X7: ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน

X8: ราคาอาหารบนแอปพลิเคชันมีราคาถูกกว่าการไปรับประทานเองที่ร้านรวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

X9: ควรมีแคมเปญที่ส่งเสริมการขาย เช่น เมื่อสั่งอาหารราคาตั้งแต่ 70 บาท ขึ้นไปบริการส่งฟรี

X10: ควรมีคู่มือหรือส่วนลดในการสั่งอาหารตลอดทั้งเดือนสำหรับลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่า

X11: พิจารณาโดยภาพรวมคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่จ่ายไป

X12: แอปพลิเคชันสามารถใช้ได้สะดวกมีความเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก รวดเร็ว

X13: แอปพลิเคชันสามารถติดตามสถานะการจัดส่งได้สะดวก

X14: ช่องทางการชำระเงินมีความสะดวกและเข้าใจง่าย

X15: การจัดส่งอาหารเป็นไปตามเวลาที่แจ้งไว้

X16: แอปพลิเคชันอาหารจัดส่งอาหารพร้อมบรรจุภัณฑ์อย่างปลอดภัย

X17: ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้แอปพลิเคชัน

X18: ความชอบในการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

X19: ท่านต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร

X20: ถ้ามีโอกาสท่านจะสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

X21: ร้านค้าบนแอปพลิเคชันมีอาหารให้เลือกหลากหลายชนิดทั้งอาหารคาวของหวานและเครื่องดื่ม

X22: รูปลักษณ์ของหน้าตาอาหารมีความน่ารับประทานตรงตามที่นำเสนอในแอปพลิเคชัน

X23: อาหารมีความสะอาด สดใหม่ เมื่อมาถึงมือผู้บริโภค

X24: แอปพลิเคชันใช้งานรวดเร็วและระบบไม่ขัดข้อง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์จำแนกเพื่อจำแนกประเภทของตัวเลือกแอปพลิเคชัน 5 แพลตฟอร์ม ได้แก่ GrabFood, LINE MAN Wongnai, Foodpanda, Robinhoon, ShopeeFood เพื่อให้ตัวแปรตามขึ้นกับตัวแปรต้น ผลการวิจัยแสดงไว้ในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ตัวเลือกแอปพลิเคชัน

แอปพลิเคชัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
GrabFood	84	21.3
LINE MAN Wongnai	115	29.1
Foodpanda	71	18
Robinhoon	66	16.7
ShopeeFood	59	14.9
รวม	395	100

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า LINE MAN Wongnai เป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มีผู้ใช้บริการทั้งสิ้นคิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือ GrabFood, Foodpanda, Robinhoon, ShopeeFood ที่มีผู้ใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 21.3, 18, 16.7 และร้อยละ 14.9 ตามลำดับ

การวิเคราะห์จำแนก (discriminant analysis) มีความไวต่อความหลากหลายของเมตริกซ์ความเบี่ยงเบนในกลุ่มมีนัยสำคัญมาก ดังนั้น ก่อนที่จะยอมรับข้อสรุปสุดท้ายในการศึกษาที่มีนัยสำคัญ จากการศึกษาพบว่า ต้องทดสอบความเท่าเทียมของค่าเฉลี่ยในกลุ่ม ผลการวิจัยแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 Tests of Equality of Group Means

Independent Variables	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig
X1	.731	35.887	4	390	.000
X2	.667	48.624	4	390	.000
X3	.881	13.219	4	390	.000
X4	.652	51.931	4	390	.000
X5	.517	91.132	4	390	.000
X6	.556	77.912	4	390	.000
X7	.639	55.188	4	390	.000
X8	.756	31.546	4	390	.000
X9	.942	5.961	4	390	.000
X10	.839	18.776	4	390	.000
X11	.955	4.631	4	390	.001
X12	.975	2.531	4	390	.040
X13	.856	16.342	4	390	.000
X16	.884	12.855	4	390	.000
X17	.812	22.636	4	390	.000
X18	.973	2.692	4	390	.031
X19	.975	2.475	4	390	.044
X20	.854	16.708	4	390	.000
X21	.846	17.730	4	390	.000
X22	.956	4.484	4	390	.001
X23	.950	5.180	4	390	.000
X24	.923	8.136	4	390	.000

จากตารางที่ 2 ได้นำตัวแปรอิสระที่ไม่มีนัยสำคัญออกจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ X14 และ X15 จากนั้นได้แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวแปรอิสระทั้งหมดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งถือว่าการเบี่ยงเบนเล็กน้อยนั้นไม่สำคัญและจะไม่มีผลกระทบต่อการทำนายฟังก์ชันจำแนก ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 Variables in the Analysis

Independent Variables	Tolerance	F to Remove	Wilks' Lambda
X2	.520	2.554	.179
X3	.649	2.161	.178
X4	.475	5.476	.184
X5	.849	16.153	.204
X6	.792	16.582	.205
X7	.703	8.328	.190
X8	.590	2.902	.180
X10	.679	2.297	.178
X11	.659	4.501	.183
X12	.759	3.447	.181
X13	.597	3.624	.181
X16	.675	3.055	.180
X17	.576	2.290	.178
X18	.743	2.366	.179
X21	.582	4.567	.183
X22	.646	11.053	.195

จากตารางที่ 3 มีตัวแปรอิสระ 16 ตัวแปรที่ยังคงอยู่ในการวิเคราะห์จำแนก ส่วนตัวแปรอีก 6 ตัวแปร ได้แก่ X1, X9, X19, X20, X23, X24 ไม่มีนัยสำคัญ ในการวิเคราะห์ ดังในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 Variables Not in the Analysis

Independent Variables	Tolerance	Min.Tolerance	F to Enter	Wilks' Lambda
X1	.851	.473	1.030	.172
X9	.739	.473	.905	.173
X19	.827	.474	.689	.173
X20	.622	.469	.552	.173
X23	.750	.475	.348	.174
X24	.723	.475	.746	.173

ตารางที่ 5 Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig
1 through 4	.174	670.181	64	.000
2 through 4	.562	221.102	45	.000
3 through 4	.814	78.978	28	.000
4	.960	15.83	13	.258

จากตารางที่ 5 ค่า Wilks' Lambda ได้แสดงถึงการทดสอบฟังก์ชันที่ 1 ถึง 4 บ่งบอกถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มข้อมูล ยิ่งค่า Wilks' Lambda มีค่าน้อย แสดงว่าฟังก์ชันจำแนกสามารถแยกกลุ่มข้อมูลได้ดี และมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษา พบว่า ฟังก์ชันที่ 1 ถึง 3 (1 through 4, 2 through 4, 3 through 4) มีความสำคัญทางสถิติในการจำแนกประเภทตัวแปร เนื่องจากค่า Sig = .000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ขณะที่ฟังก์ชันที่ 4 ไม่แสดงถึงความสำคัญทางสถิติในการจำแนกประเภท เนื่องจากค่า Sig = .258 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 การพิจารณาฟังก์ชันที่ 4 เพียงอย่างเดียวพบว่าไม่มีความสำคัญทางสถิติและไม่สามารถจำแนกกลุ่มข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 6 Discriminant function coefficients

Independent Variables	Function			
	1	2	3	4
X2	-.492	.111	.591	.615
X3	.051	.583	.327	-.534
X4	-.247	.888	-.379	.526
X5	1.046	.205	-1.486	.443
X6	.899	.205	.675	-.393
X7	.816	.017	.429	.480
X8	.172	-.509	-.494	.426
X10	-.446	-.367	.202	-.387
X11	-.284	.277	-1.072	-1.441
X12	.147	-.674	-.088	1.340
X13	-.421	.213	1.275	-1.694
X16	.067	-.621	.428	-.628
X17	-.023	-.745	-.262	.540

ตารางที่ 6 (ต่อ)

Independent Variables	Function			
	1	2	3	4
X18	-.021	.111	.844	1.008
X21	-.224	.872	-1.010	.451
X22	.042	1.339	.741	.177
(ค่าคงที่)	2.670	-4.960	-2.990	-2.419

Unstandardised Coefficients

จากตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐานในแต่ละฟังก์ชันแสดงถึงผลกระทบของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามในรูปของฟังก์ชันการจำแนก ดังต่อไปนี้

1. ฟังก์ชันที่ 1 ค่าคงที่มีค่าเท่ากับ 2.670 และตัวแปร X5 ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดเท่ากับ 1.046
2. ฟังก์ชันที่ 2 ค่าคงที่มีค่าเท่ากับ -4.960 และตัวแปร X4 มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดเท่ากับ 0.888
3. ฟังก์ชันที่ 3 ค่าคงที่มีค่าเท่ากับ -2.990 และตัวแปร X13 มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดเท่ากับ 1.275
4. ฟังก์ชันที่ 4 ค่าคงที่มีค่าเท่ากับ -2.419 และตัวแปร X12 มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดเท่ากับ 1.340

โดยค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดจะบ่งชี้ว่าตัวแปรนี้มีผลสำคัญต่อการจำแนกประเภทหรือการทำนายเลือกกลุ่มแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการ

ค่าสัมประสิทธิ์ของฟังก์ชันจำแนกแสดงให้เห็นถึงสมการที่ไม่ได้มาตรฐานต่อไปนี้

$$\text{ฟังก์ชันที่ 1} = 2.670 - .492(X2) + .051(X3) - .247(X4) + 1.046(X5) + .899(X6) + .816 (X7) + .172(X8) - .446(X10) - .284(X11) + .147(X12) - .421(X13) + .067(X16) - .023(X17) - .021(X18) - .224(X21) + .042(X22)$$

$$\text{ฟังก์ชันที่ 2} = -4.960 + .111(X2) + .583(X3) + .888(X4) + .205(X5) + .205(X6) + .017 (X7) - .509(X8) - .367(X10) + .277(X11) - .674(X12) + .213(X13) - .621(X16) - .745(X17) + .111(X18) + .872(X21) + 1.339(X22)$$

$$\text{ฟังก์ชันที่ 3} = -2.990 + .591(X2) + .327(X3) - .379(X4) - 1.486(X5) + .675(X6) + .429 (X7) - .494(X8) + .202(X10) - 1.072(X11) - .088(X12) + 1.275(X13) + .428(X16) - .262(X17) + .844(X18) - 1.010(X21) + .714(X22)$$

$$\text{ฟังก์ชันที่ 4} = -2.419 + .615(X2) - .534(X3) + .526(X4) + .443(X5) - .393(X6) + .480(X7) + .426(X8) - .387(X10) - 1.441(X11) + 1.340(X12) - 1.694(X13) - .628(X16) + .540(X17) + 1.008(X18) + .451(X21) + .177(X22)$$

จากสมการข้างต้น ค่าสัมประสิทธิ์ของฟังก์ชันจำแนก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และการจำแนกประเภทของตัวแปรตาม ในการวิเคราะห์การจำแนก โดยสมการที่แสดงขึ้นมาเป็นสมการที่ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งสามารถใช้ในการทำนายหรือจำแนกกลุ่มตามค่าของตัวแปรอิสระ จากการคำนวณจากค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากตัวแปรอิสระ หากค่าที่ได้จากสมการใดสูงสุด ก็สามารถจำแนกข้อมูลไปสู่การจำแนกประเภทที่สอดคล้องกับ

ฟังก์ชันนั้นได้ ผลการวิเคราะห์จากสมการ พบว่า สมการที่มีค่าสูงสุดได้แก่ X4, X5, X12, X13 จะทำให้สามารถจำแนกข้อมูลไปยังกลุ่มที่ตรงกับฟังก์ชันจำแนก โดยสมการเหล่านี้ช่วยให้สามารถระบุได้ว่าตัวแปรที่มีผลกระทบมากที่สุดต่อการจำแนกกลุ่ม ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์ต่อสมการจำแนกประเภทหรือการทำนายเลือกกลุ่มแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 7 Classification Results^a

Original (Count)	Predicted Group Membership					Total
	GrabFood	LINE MAN Wongnai	Foodpanda	Robinhoon	Shopee Food	
GrabFood	41(48.4%)	9(10.7%)	12(14.3%)	15(17.9%)	7(8.3%)	84(100%)
LINE MAN Wongnai	14(12.2%)	12(10.4%)	9(7.8%)	77(67.0%)	3(2.6%)	115(100%)
Foodpanda	13(18.3%)	4(5.6%)	18(25.4%)	32(45.1%)	4(5.6%)	71(100%)
Robinhoon	8(12.1%)	5(7.6%)	2(3.0%)	48(72.7%)	3(4.5%)	66(100%)
ShopeeFood	1(1.17%)	2(3.4%)	2(3.4%)	44(74.6%)	10(16.9%)	59(100%)

a. 81.5% of original grouped cases correctly classified.

จากตารางที่ 7 พบว่า โมเดลสามารถจำแนกประเภทของข้อมูลได้อย่างถูกต้อง 81.5% ของกรณีศึกษาทั้งหมด ซึ่งหมายความว่าโมเดลมีประสิทธิภาพในการคาดการณ์การเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันของผู้บริโภคอยู่ที่ระดับ 81.5% โดยระดับความถูกต้องถือว่าเป็นผลลัพธ์ที่น่าพอใจและสะท้อนถึงประสิทธิภาพของโมเดลในการทำงานที่ดี

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประเภทของอาหารที่เลือกสั่งมากที่สุด เหตุผลที่เลือกใช้บริการแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุด ราคาอาหารบนแอปพลิเคชันมีราคาถูกกว่าการไปรับประทานเองที่ร้านรวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ควรมีคู่มือหรือส่วนลดในการสั่งอาหารตลอดทั้งเดือนสำหรับลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่า พิจารณาโดยภาพรวมคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่จ่ายไป แอปพลิเคชันสามารถใช้ได้สะดวกมีความเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก รวดเร็ว แอปพลิเคชันสามารถติดตามสถานการณ์จัดส่งได้สะดวก แอปพลิเคชันอาหารจัดส่งอาหารพร้อมบรรจุภัณฑ์อย่างปลอดภัย, ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ออปพลิเคชัน ความชอบในการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ร้านค้าบนแอปพลิเคชันมีอาหารให้เลือกหลากหลายชนิดทั้งอาหารคาวของหวานและเครื่องดื่ม และ รูปลักษณ์ของหน้าตาอาหารมีความน่ารับประทานตรงตามที่น่าเสนอในแอปพลิเคชัน

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ประเภทของอาหารที่เลือกสั่งมากที่สุด แอปพลิเคชันสามารถใช้ได้สะดวกมีความเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก รวดเร็ว และ แอปพลิเคชันสามารถติดตามสถานะการจัดส่งได้สะดวก

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี พบว่า มีปัจจัยหลายประการที่มีอิทธิพลต่อการใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งครอบคลุมทั้งปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค รวมถึง ราคาในการสั่งอาหาร ทัศนคติที่มีต่ออปพลิเคชันสั่งอาหาร การใช้งานและบริการ แอปพลิเคชันสั่งอาหาร ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานและเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนคณิต สุขสัมฤทธิ์ และคณะ. (2565) พบว่า ปัจจัยด้านราคา การประหยัดเวลา ประสิทธิภาพการซื้อก่อนหน้า ความปลอดภัยและความไว้วางใจ ความสะดวกสบายและประโยชน์หลังการใช้บริการ มีผลกระทบต่อความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหาร ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ประเภทของอาหารที่เลือกสั่งมากที่สุด แอปพลิเคชันสามารถใช้ได้สะดวกมีความเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก รวดเร็ว และแอปพลิเคชันสามารถติดตามสถานะการจัดส่งได้สะดวก ซึ่งบ่งชี้ว่าทั้ง 4 ปัจจัยนี้มีผลสำคัญต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหาร โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ นุชนารถ และคณะ. (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food delivery พบว่า รายได้ต่อเดือนและพฤติกรรมการใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหาร

ผลการศึกษานี้เชื่อมโยงกับความคิดของ Chai and Yat. (2019) ซึ่งระบุว่า บริการจัดส่งอาหารออนไลน์เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเมือง ซึ่งเหตุผลหลักคือความต้องการในอาหารที่รวดเร็วและสะดวกในช่วงวันที่มีความเร่งรีบ การศึกษาพบว่าบริการจัดส่งอาหารช่วยลดความยุ่งยากในการวางแผนและจัดการอาหารของผู้บริโภค โดยผู้ใช้บริการไม่ต้องการเดินทางไปรับหรือรับประทานอาหารที่ร้าน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

จากการศึกษานี้ ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ที่สนใจหรือเกี่ยวข้อง นำเอาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหาร เช่น อายุ ระดับการศึกษา รายได้ พฤติกรรมการใช้บริการ ราคา การบริการ ทัศนคติและการใช้งาน ไปปรับปรุงแอปพลิเคชันให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจสั่งอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มผู้บริโภค และขยายขอบเขตของปัจจัยในการศึกษา ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความหลากหลายของเมนู ความยั่งยืนของธุรกิจ (Sustainability) และการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ นุชนารถ และคณะ. (กรกฎาคม - ธันวาคม 2562). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ FoodDelivery.” *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เอเชียอาคเนย์*. 3 (2) : 44-53.
- เจนคณิต สุขสัมฤทธิ์ และคณะ. (มกราคม - เมษายน 2565). “อิทธิพลที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่.” *วารสารบริหารธุรกิจ และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. 5 (1) : 1-18.
- ณัฐรจา พงศ์สุพัฒน์. (2561). การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท. สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิมพ์พมผกา บุญนาพิรัชต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เพ็ญศิริ บุญพูน. (2561). พฤติกรรมในการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภาวณิ กาญจนานา. (2554). *หลักการตลาด (Principles of Marketing)*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ที่อุป จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่: (Marketing Management) ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ : Diamond In Business World.
- วัฒนพงศ์ ใจวัฒน์. (2566). รายงานชี้ตลาด Food Delivery ในอาเซียนเติบโตเพียง 5% ในปีที่ผ่านมาอาจทำให้ธุรกิจนี้ถดถอยขึ้น. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://positioningmag.com/1415760>. [15 ธันวาคม 2566].
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). *Food Delivery ปี 2566*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FOOD-DELIVERY-CIS3423-FB-21-07-2023.aspx>. 15 ธันวาคม 2566].
- เสรี วงษ์มณฑา. (2548). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสารจำกัด.
- Bruin, J. (2006). *Newtest : command to compute new test*. UCLA Statistical Consulting Group [Online]. Source : <https://stats.oarc.ucla.edu/stata/ado/analysis/>. [15 December 2023].
- Chai, L. T., & Yat, D. N. C. (January 2019). “Online food delivery services: Making food delivery the new normal.” *Journal of Marketing Advances and Practices*. 1(1) : 62-77.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* 3rd ed. New York : John Wiley & Sons.
- Limna, P., Kraivanit, T., & Siripipatthanakul, S. (2023). “The growing trend of digital economy: A review article.” *International Journal of Computing Sciences Research*. [Online]. 7 : 1351-1361. Source : <https://www.stepacademic.net/ijcsr/article/view/347>. [17 December 2023].

- Li, C., Miroso, M., & Bremer, P. (2020). "Review of online food delivery platforms and their impacts on sustainability." **Sustainability**. 12(14) : 1-17.
- Nivornusit, R., Kraiwanit, T., & Limna, P. (2024). "Food delivery competition in the digital economy: Price war strategy in a developing country." **Digital Business**. [Online]. 4(1) : 1-13. Source : <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100076>. [4 July 2024]
- Novita, D., & Husna, N. (2020). "The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services." **TECHNOBIZ: International Journal of Business**. 3(2) : 40-42.
- Thetlek, R., et al. (2023). "The token economy in a developing country [Special issue]." **Journal of Governance & Regulation**. [Online]. 12(3) : 368-376. Source : <https://doi.org/10.22495/jgrv12i3siart18>. [24 December 2023].

พลังปัจจัยการผลิตกับวัฏจักรเศรษฐกิจ

Forces of Production Factors & Economic Cycle

เบญจวรรณรี โชติช่วงนิรันดร์^{1,*}Benchawanaree Chodchaungnirun^{1,*}

Received	12 March 2024
Revised	30 July 2024
Accepted	18 December 2024

บทคัดย่อ

บทความเรื่องพลังปัจจัยการผลิตกับวัฏจักรเศรษฐกิจนี้ เป็นบทความวิชาการเชิงปรัชญาที่ได้กลั่นกรองประมวลองค์ความรู้ทฤษฎีวัฏจักรเศรษฐกิจและทฤษฎีปัจจัยการผลิต เพื่ออธิบายเชื่อมโยงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการใช้ปัจจัยการผลิตในแต่ละช่วงของวัฏจักรเศรษฐกิจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการผลิตภายใต้สถานการณ์วัฏจักรเศรษฐกิจแต่ละช่วงของประเทศไทย สู่การสร้างองค์ความรู้สำหรับการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจในแต่ละช่วงของวัฏจักรเศรษฐกิจ ซึ่งพลังปัจจัยการผลิตในแต่ละช่วงของเศรษฐกิจนั้นมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ในระยะเศรษฐกิจเฟื่องฟู ปัจจัยการผลิตจะถูกใช้เพิ่มขึ้นอย่างมาก ในระยะเศรษฐกิจถดถอย ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ จะไม่ถูกใช้เพิ่มขึ้น ในระยะเศรษฐกิจตกต่ำ จะมีการลดการใช้ปัจจัยการผลิตลงจนถึงไม่ใช้เลย และในระยะเศรษฐกิจฟื้นตัว ปัจจัยการผลิตจะถูกกลับมาใช้อีกครั้ง ผู้เขียนได้เสนอแนะการใช้นโยบายเศรษฐกิจมหภาคสำหรับการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความสอดคล้องกับวัฏจักรเศรษฐกิจ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : พลังปัจจัยการผลิต, วัฏจักรเศรษฐกิจ, นโยบายเศรษฐกิจมหภาค

Abstract

The article entitled “Forces of Production Factors and Economic Cycle” is a philosophical academic article that was filtered the knowledge body of the economic cycle theory and the production factor theory to explain the correlation of the production factors at each stage of the economic cycle. The objective was to analyze the production factors under each economic cycle situation in Thailand which could create the knowledge body for the economic policy implementation in each economic cycle. However, the production factors varies across different

¹ ปรด. สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553. ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร, โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

¹ Ph.D., Economics, Ramkhamhaeng University, 2010. Assistant Professor, Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Social Sciences Ramkhamhaeng University

* Corresponding author, e-mail : dr.benchawanaree@gmail.com

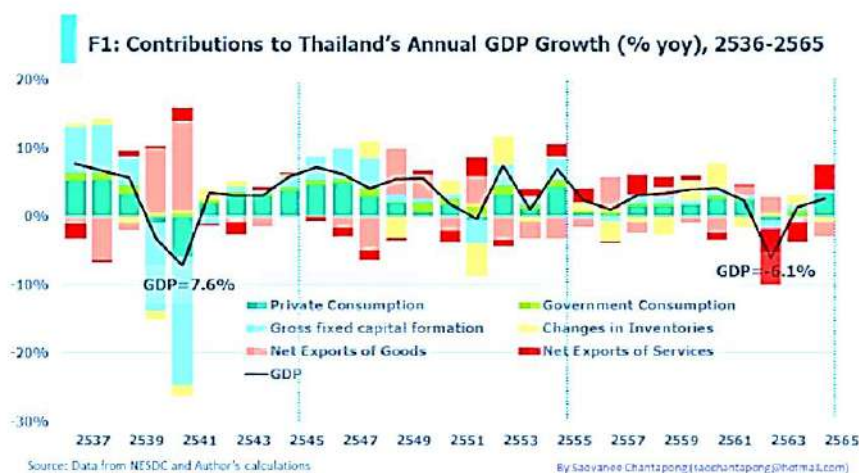
stages of the economic cycle. During periods of economic prosperity, the production factors are heavily utilized. In contrast, during the economic recession, the use of production factors significantly declines and sometimes even entirely ceases. However, during the economic recovery, the production factors are gradually reintroduced. The author also suggested the tailored - macroeconomic policy implementation, which were aligned with the economic cycle, to foster the sustainable economic growth in Thailand.

Keyword: Factors of production, Economic cycle, Macroeconomic policy

บทนำ

ในการใช้ปัจจัยการผลิตหรือทรัพยากรการผลิตนั้นมีลักษณะสัมพันธ์กับวัฏจักรเศรษฐกิจ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัฏจักรที่มีขึ้นมีลง การที่เศรษฐกิจเกิดวัฏจักรแต่ละช่วงนั้นส่งผลต่อสภาพปัจจัยการผลิต ทำให้สภาพปัจจัยการผลิตในแต่ละช่วงของเศรษฐกิจมีความแตกต่างกัน

ธรรมชาติของสภาวะทางเศรษฐกิจก็จะมีช่วงเจริญเติบโต ซึ่งถ้ามีปัจจัยเอื้อต่อการเจริญเติบโต ระบบเศรษฐกิจก็จะเติบโตไปได้เรื่อย ๆ แต่ถ้ามีปัจจัยทางลบ เช่น ราคาต้นทุนการผลิตแพงเกินไป ราคาข้าวของแพงเกินไป เกิดปัญหาทางการเงิน เกิดการตกใจตื่นตูมในค่าเงิน เศรษฐกิจที่กำลังเจริญเติบโตก็จะหยุดชะงักและเริ่มเข้าสู่การหดตัวหรือถดถอย และถ้าหากภาครัฐไม่สามารถแก้ปัญหาการหดตัวนี้ได้ เศรษฐกิจก็จะหดตัวไปเรื่อย ๆ ถดถอยไปเรื่อย ๆ จนเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในที่สุด เมื่อระบบเศรษฐกิจเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำแล้ว ก็จะทำให้เกิดปัญหามากมาย เช่น ภาคธุรกิจเกิดการขาดทุน เพราะขายของไม่ได้ คนไม่ใช้จ่าย เพราะเกิดความไม่เชื่อมั่นว่าตัวเองจะมีงานทำได้ตลอดไปหรือจะถูกให้ออกจากงานเพราะเศรษฐกิจไม่ดี เมื่อคนไม่ใช้จ่าย ภาคธุรกิจก็ขายของไม่ได้ ยิ่งขายของไม่ได้ก็ยิ่งขาดทุน ยิ่งขาดทุนก็ยิ่งปรับลดกิจการ ยิ่งลดการจ้างงาน จนในที่สุดต้องปิดกิจการ คนก็ตกงาน ไม่มีรายได้ เมื่อคนไม่มีรายได้ นักลงทุนก็ยิ่งไม่มาลงทุน ไม่มาทำการผลิตเพราะไม่รู้ว่าเมื่อผลิตแล้วจะมีคนมาซื้อหรือไม่ คนที่ตกงานอยู่ก็ไม่สามารถหางานใหม่ทำได้ เพราะไม่มีคนมาลงทุนมาจ้างงานใหม่



ภาพที่ 1 แสดงข้อมูลทางเศรษฐกิจของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2537- 2565

ที่มา: เสาวณีย์ จันทะพงษ์, (ออนไลน์. 2567).

จากข้อมูลดังภาพที่ 1 พบว่า เศรษฐกิจของประเทศไทยมีความผันผวนพอสมควร บางช่วงอัตราการเจริญเติบโตอยู่ในระดับสูงแต่บางช่วงก็ตกต่ำ โดยเฉพาะช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจประเทศไทยขยายตัวเฉลี่ยอยู่ในอัตราที่ต่ำ เมื่อเป็นเช่นนี้ ภาคธุรกิจก็มียาได้น้อยลง รายได้ประชาชาติของประเทศก็ต่ำลง เครื่องมือทางด้านภาษีต่าง ๆ ก็เก็บได้น้อยลง เพราะทั้งแรงงาน นายจ้างต่างก็ไม่มีรายได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพลังปัจจัยการผลิตที่อ่อนกำลัง ย่อมส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจเข้าสู่ภาวะถดถอย และหากปล่อยให้พลังปัจจัยการผลิตที่อ่อนกำลังลงอย่างต่อเนื่อง เศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยและตกต่ำได้ ดังนั้นรัฐจึงต้องแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ซึ่งเกิดจากการอ่อนกำลังลงของพลังปัจจัยการผลิต ด้วยมาตรการต่าง ๆ ซึ่งนโยบายหลักที่รัฐต้องดำเนินการคือ นโยบายทางด้านการคลัง เช่น มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการเพิ่มรายจ่ายภาครัฐ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจแก่นักลงทุนเอกชน เมื่อนักลงทุนเห็นรัฐนำเงินออกมาใช้จ่ายโดยเฉพาะการลงทุนภาครัฐ เอกชนก็จะเริ่มหันกลับมาพิจารณาและคาดการณ์ความเป็นไปได้ว่าเศรษฐกิจของประเทศจะเริ่มดีขึ้น นักลงทุนเอกชนก็เริ่มกลับเข้ามาลงทุน ธุรกิจที่เคยชะลอหรือปิดกิจการไปก็เริ่มกลับเข้ามาทำธุรกิจใหม่ นั่นคือพลังปัจจัยการผลิตมีกำลังเพิ่มขึ้น ผลคือ เศรษฐกิจของประเทศก็จะเริ่มฟื้นตัวขึ้น เข้าสู่วัฏจักรแห่งการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ และฟื้นตัวขึ้นเรื่อย ๆ จนในที่สุดเศรษฐกิจก็กลับมาเจริญเติบโตได้อีกครั้ง ซึ่งเป็นธรรมชาติของระบบเศรษฐกิจที่มีขึ้นมีลงหมุนเวียนไปเรื่อย ๆ ตามธรรมชาติของระบบเศรษฐกิจนี้ ดังนั้น หากผู้บริหารนโยบายเศรษฐกิจของประเทศสามารถทำความเข้าใจถึงอิทธิพลของพลังปัจจัยการผลิตในแต่ละช่วงวัฏจักรเศรษฐกิจ ย่อมเป็นผลดีต่อการตัดสินใจดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเศรษฐกิจของประเทศเข้าสู่ภาวะวิกฤติ และเพื่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผู้เขียนจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความนี้จะสามารถช่วยสร้างความชัดเจนต่อการตัดสินใจใช้นโยบายทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงของวัฏจักรเศรษฐกิจ เพื่อประเทศไทยจะสามารถพัฒนาจนเป็นประเทศที่เจริญรุ่งเรืองได้ในที่สุด

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจัยการผลิตในแต่ละช่วงวัฏจักรเศรษฐกิจของประเทศไทย

ขอบเขตของเนื้อหา

สำหรับบทความวิชาการนี้ จะยกทฤษฎีวัฏจักรเศรษฐกิจเป็นแกนหลัก แล้วทำการเชื่อมโยงการใช้ทฤษฎีปัจจัยการผลิตในแต่ละช่วงของวัฏจักรเศรษฐกิจ เพื่อสะท้อนให้เห็นสภาพการใช้ปัจจัยการผลิตในแต่ละสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ดังนี้ (Froyen and Low. 2001; Mankiw. 2021; Neva. 2016; Neva. 2023)

1. วัฏจักรเศรษฐกิจ (Economic cycle)

วัฏจักรเศรษฐกิจ คือ วงล้อแห่งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยการเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรเศรษฐกิจแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ระยะแห่งการเจริญรุ่งเรือง ซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งการเพิ่มทุน มีปริมาณหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก เกิดการใช้จ่ายด้านต่าง ๆ อย่างมาก ส่งผลให้ระดับราคาสินค้าในระบบเศรษฐกิจช่วงนี้มีระดับราคาที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้จะดันให้อัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ

ระยะที่ 2 ระยะแห่งการถดถอย เป็นระยะที่เมื่อเศรษฐกิจเข้าสู่ภาวะเจริญรุ่งเรืองสูงสุด ซึ่งสังเกตได้จากปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจสูงมากจนส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อสูงจนเกินระดับราคาสินค้าที่แท้จริง หรือกล่าวคือระดับราคาสินค้าที่แท้จริงมีมูลค่าลดลงเมื่อเทียบกับมูลค่าของเงินในขณะนั้น ส่งผลให้มีการชะลอการใช้จ่ายใช้สอยของภาคครัวเรือนและภาคการลงทุน ส่งผลให้ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจในช่วงนี้เริ่มหดตัวลง

ระยะที่ 3 ระยะแห่งการตกต่ำ เป็นระยะที่เมื่อภาคครัวเรือนมีการลดการใช้จ่ายลง มีการชะลอการลงทุน ส่งผลให้ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจลดลงเรื่อย ๆ จนกระทั่งระดับราคาสินค้าลดลง เข้าสู่สภาวะเงินฝืด

ระยะที่ 4 ระยะแห่งการฟื้นตัว เป็นระยะที่เมื่อเศรษฐกิจถึงจุดต่ำสุดของวงจรแล้ว เกิดการฟื้นการใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ส่งผลให้ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอีกครั้ง

2. ปัจจัยการผลิต (Factors of production)

หมายถึง ทรัพยากรการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งปัจจัยการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ มี 4 ประเภท ประกอบด้วย ที่ดิน แรงงาน ทุน (เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต) และความสามารถในการประกอบการ

ที่ดิน (Land) รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ที่อยู่ในที่ดินด้วย ได้แก่ แร่ธาตุ ป่าไม้ น้ำมัน แหล่งน้ำตามธรรมชาติ เป็นต้น ผลตอบแทนของที่ดินอยู่ในรูปของค่าเช่า (Rent)

แรงงาน (Labor) หมายถึงทักษะความรู้ความสามารถที่อยู่ในทรัพยากรมนุษย์ หรือที่นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่าทุนมนุษย์ (Human capital) ผลตอบแทนของแรงงานอยู่ในรูปของค่าจ้าง (Wage)

ทุน (Capital) แบ่งออกเป็นเงินทุน (Money capital) และสินทรัพย์ (Capital goods) ได้แก่ โรงงาน เครื่องจักร สินค้าคงคลัง โดยทั่วไป นักเศรษฐศาสตร์มักให้ความสำคัญกับสินทรัพย์มากกว่าเงินทุน เนื่องจากสินทรัพย์ก่อให้เกิดการผลิตขึ้นต่อไป นำมาซึ่งผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในระบบเศรษฐกิจ ผลตอบแทนของปัจจัยทุนอยู่ในรูปของดอกเบี้ย (Interest)

ความสามารถในการประกอบการ (Entrepreneurial ability or entrepreneurship) ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความสามารถที่อยู่ในตัวของผู้ประกอบการ ผลตอบแทนของความสามารถในการประกอบการอยู่ในรูปของกำไร (Profit)

หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการผลิต ได้แก่ รายได้ของแรงงาน เจ้าของที่ดินและเจ้าของทุน ซึ่งสะท้อนผ่านข้อมูลระดับการใช้จ่ายภาคครัวเรือน ความสามารถของผู้ประกอบการ การใช้ทุนและการใช้ที่ดิน ซึ่งสะท้อนผ่านระดับการใช้จ่ายภาคการลงทุน เชื่อมโยงกับภาวะความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย สะท้อนผ่านอัตราการเติบโตของ GDP เป็นรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 - พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลา 28 ปี

คำจำกัดความ/นิยามศัพท์

1. พลังปัจจัยการผลิต (Forces of production factors) หมายถึง สภาพการใช้ทรัพยากรการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งทรัพยากรการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ มี 4 ประเภทประกอบด้วย ที่ดิน แรงงาน ทุน (เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต) และความสามารถในการประกอบการ ซึ่งในบทความนี้จะใช้เฉพาะข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น ได้แก่ อัตราการว่างงาน ปริมาณระดับการใช้จ่ายเงินของภาคครัวเรือน (สะท้อนรายได้ของแรงงาน เจ้าของที่ดินและเจ้าของทุน) ปริมาณระดับการใช้จ่ายภาคการลงทุน (ความสามารถของผู้ประกอบการ การใช้ทุนและการใช้ที่ดิน)

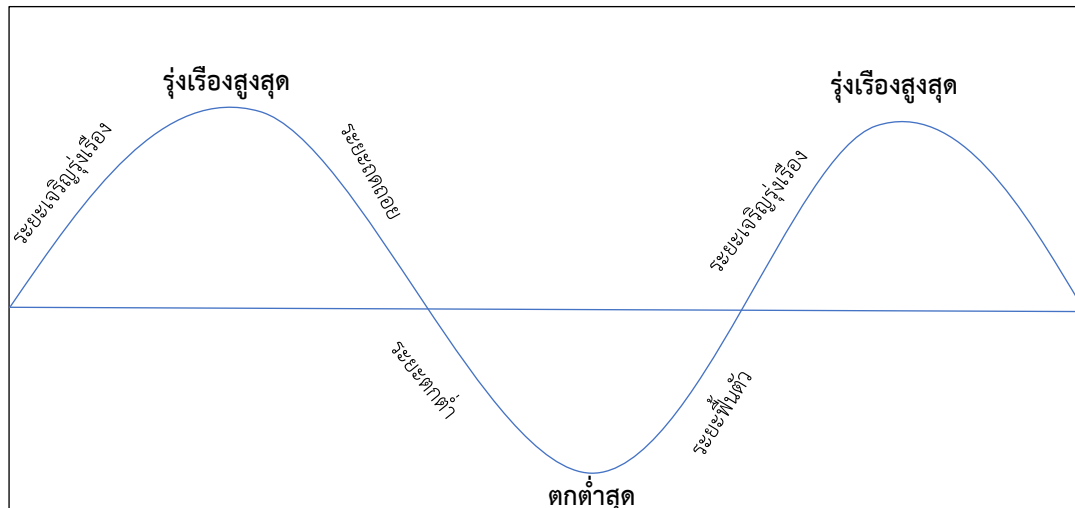
2. วัฏจักรเศรษฐกิจ (Economic cycle) คือ วงล้อแห่งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ มี 4 ระยะ คือ ระยะแห่งการเจริญรุ่งเรือง ระยะแห่งการถดถอย ระยะแห่งการตกต่ำ และระยะแห่งการฟื้นตัว

3. นโยบายเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic policy) หมายถึง นโยบายที่เกี่ยวกับการบริหารนโยบาย เศรษฐกิจระยะสั้น และระยะยาว โดยมุ่งเน้นบริหารปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ เพื่อสร้างระดับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

เนื้อเรื่อง

1. การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรเศรษฐกิจ

ธรรมชาติของเศรษฐกิจจะเกิดวงจรแห่งการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัฏจักร ซึ่งเรียกว่า วัฏจักรเศรษฐกิจ กล่าวคือเมื่อมีการสร้างระบบเศรษฐกิจมีปัจจัยทำให้ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น ก็จะมีการใช้ปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจก็จะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจเข้าสู่ภาวะแห่งการเจริญรุ่งเรือง จนกระทั่งเจริญรุ่งเรืองสูงสุด เศรษฐกิจก็จะเริ่มอืดตัว และมีการใช้ปัจจัยการผลิตลดลง ส่งผลให้ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจเริ่มลดลง เศรษฐกิจก็จะเริ่มเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย และจะถดถอยไปเรื่อย ๆ หากไม่มีมาตรการที่สร้างความมั่นใจทางเศรษฐกิจกลับมา เศรษฐกิจก็จะถดถอยลง ๆ จนกระทั่งเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งภาวะการณ์นี้เศรษฐกิจของประเทศจะติดลบ จนนำไปสู่การไม่ลงทุน ปิดกิจการและเลิกจ้าง และจะหลุดพ้นช่วงนี้ได้เมื่อภาครัฐบาลมีมาตรการที่สร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนให้กลับมา เมื่อนักลงทุนมีความเชื่อมั่นกลับมา ก็จะมีการเริ่มใช้ปัจจัยการผลิตใหม่อีกครั้ง ส่งผลให้เศรษฐกิจเข้าสู่ภาวะฟื้นตัว และเมื่อมีการใช้ปัจจัยการผลิตต่อไปเรื่อย ๆ เศรษฐกิจก็จะกลับมาเจริญรุ่งเรืองอีกครั้ง และจะหมุนเวียนเช่นนี้ ดังภาพที่ 2

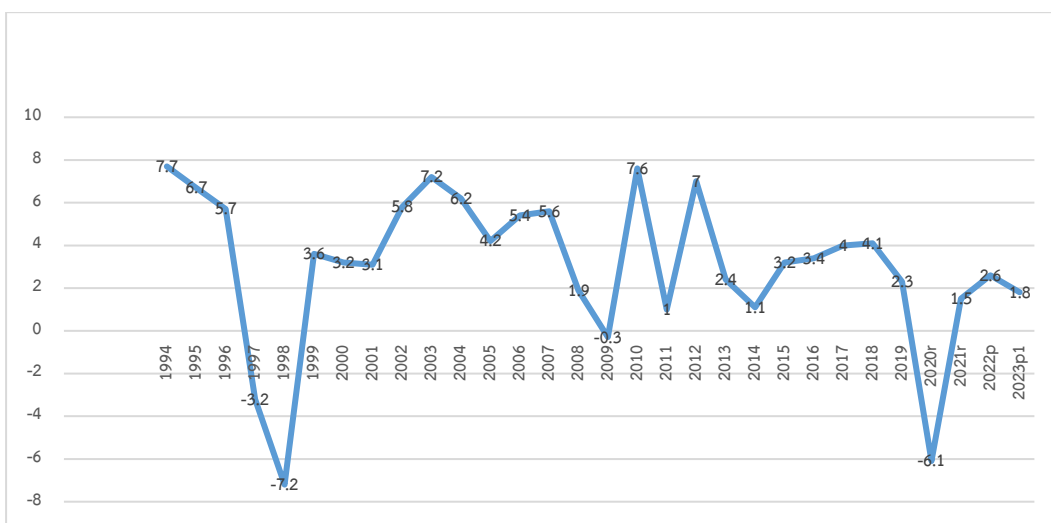


ภาพที่ 2 วัฏจักรเศรษฐกิจ

ที่มา : ผู้นิพนธ์, (2567).

1.1 ระยะที่ 1 ระยะแห่งการเจริญรุ่งเรือง (Growth)

ในระยะนี้เศรษฐกิจเฟื่องฟูอย่างมาก เกิดจากการขยายการลงทุนอย่างมาก มีการใช้ปัจจัยการผลิตอย่างมาก ทำให้ได้ผลผลิตจำนวนมาก ส่งผลให้มีเงินหมุนเวียนสะพัดมาก เนื่องจากปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ถูกใช้มากขึ้น มีการใช้ที่ดินมากขึ้น ส่งผลให้ราคาที่ดินแพงขึ้น มีการใช้แรงงานมากขึ้น ส่งผลให้แรงงานมีงานทำมากขึ้น ราคาจำก็จะปรับตัวสูงขึ้น มีการใช้ทุนในการผลิตมากขึ้น ส่งผลให้ปัจจัยทุนต่าง ๆ ถูกใช้มากขึ้น อาทิเครื่องจักรต่าง ๆ วัตถุดิบต่าง ๆ เมื่อเจ้าของปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มีผลตอบแทนที่ดีขึ้น ก็จะมีการใช้จ่ายเงินมากขึ้น เช่น เมื่อเจ้าของที่ดินได้รับค่าเช่า หรือได้ขายที่ดินในราคาที่แพงขึ้น ก็จะมีเงินมากขึ้น เมื่อมีเงินมากขึ้นก็จะนำเงินนั้นไปใช้จ่ายมากขึ้น หรือแรงงานเมื่อมีการจ้างงานมากขึ้น ก็จะทำให้แรงงานมีรายได้มากขึ้น เมื่อแรงงานมีรายได้ที่มากขึ้น ก็จะนำไปใช้จ่ายมากขึ้น ผลผลิตต่าง ๆ ก็เป็นที่ต้องการมากขึ้น ผู้ผลิตก็ขายได้มากขึ้น ยิ่งทำให้ได้กำไรมากขึ้น สำหรับประเทศไทย พบว่า สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของไทยที่สอดคล้องกับ ระยะแห่งการเจริญรุ่งเรืองนี้ คือ ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2545-2546 และช่วง พ.ศ. 2548-2550 หลังจาก ปี พ.ศ. 2550 ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยค่อนข้างไม่เสถียรภาพ เกิดภาวะการถดถอยของการเติบโตทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ มีความผันผวนทางเศรษฐกิจอย่างมาก เช่น ในปี พ.ศ. 2551-2556 ที่ เกิดความผันผวนทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง โดยในปี พ.ศ. 2551 GDP ตดลบ 0.3% ในปี พ.ศ.2552 GDP ทะยานขึ้นไป 7% แต่ในปีต่อมา ร่วงลงอย่างรุนแรง โดยเติบโต 1% ในปีต่อมา ทะยานขึ้นไปอีก และในปีต่อมาร่วงลง ดังภาพที่ 3

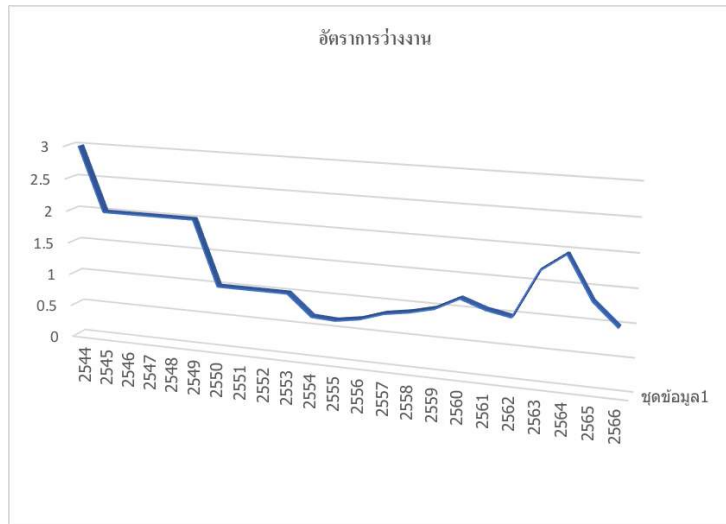


ภาพที่ 3 แสดงข้อมูลรายปีของ GDP ประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2538 - 2566

ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ออนไลน์. 2566)

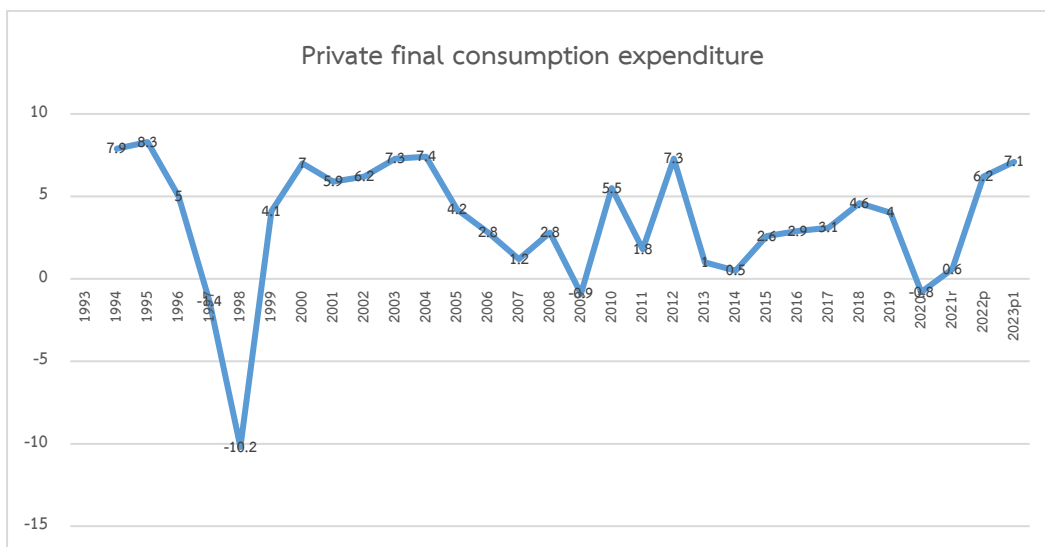
จากภาพที่ 3 จะพบว่า ระยะแห่งการเจริญรุ่งเรือง ตามวัฏจักรเศรษฐกิจ ของประเทศไทยจะอยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2545-2546 และช่วง พ.ศ. 2548-2550 ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวส่งผลให้ ระบบเศรษฐกิจทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคการผลิต ที่ผู้ผลิตขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้คล่องตัว ภาคปัจจัยการผลิต เจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของที่ดิน แรงงาน เจ้าของทุน ต่างมีรายได้ที่มากขึ้น เมื่อทุกคนมีรายได้ก็จะนำไปใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ การหมุนเวียนของเงินในระบบ

เศรษฐกิจนี้เองที่มีผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ยังมีเงินทุนเวียนมากเท่าไร เศรษฐกิจก็ยังเจริญเติบโตมากเท่านั้น แสดงให้เห็นถึง การเกิดพลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิต



ภาพที่ 4 แสดงข้อมูลอัตราการว่างงานรายปี ประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2544 – 2566

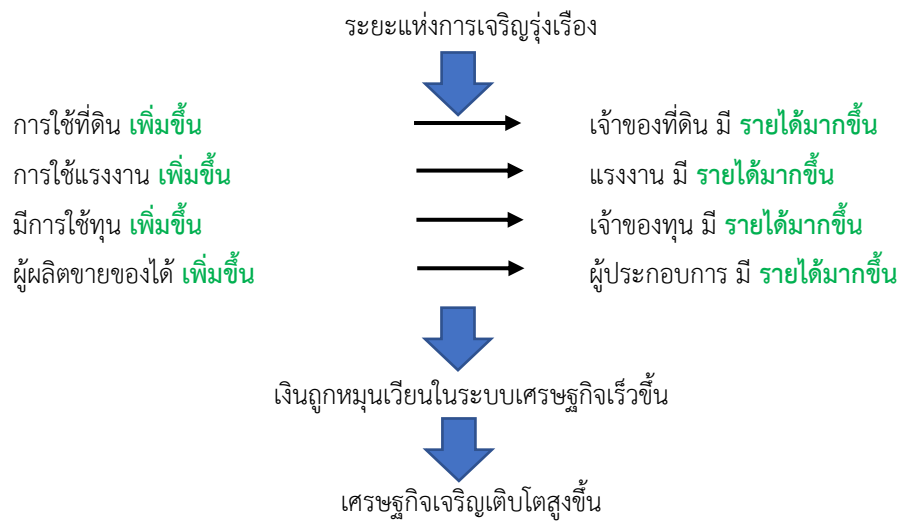
ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ออนไลน์. 2566)



ภาพที่ 5 แสดงข้อมูลอัตราการใช้จ่ายภาคครัวเรือนรายปี ประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2538 - 2566

ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ออนไลน์. 2566)

จากภาพที่ 4 และ 5 แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องในช่วงเศรษฐกิจเข้าสู่ภาวะแห่งความเจริญรุ่งเรือง โดยในช่วงเวลาดังกล่าว ระดับอัตราการว่างงานของไทยลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน นั้นแสดงให้เห็นว่าภาคแรงงานมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ภาคการใช้จ่ายภาคครัวเรือนมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง ในช่วงเวลาเดียวกันจึงสรุปได้ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ความสัมพันธ์ของระบบเศรษฐกิจในระยะที่ 1 ระยะแห่งการเจริญรุ่งเรือง (Growth)

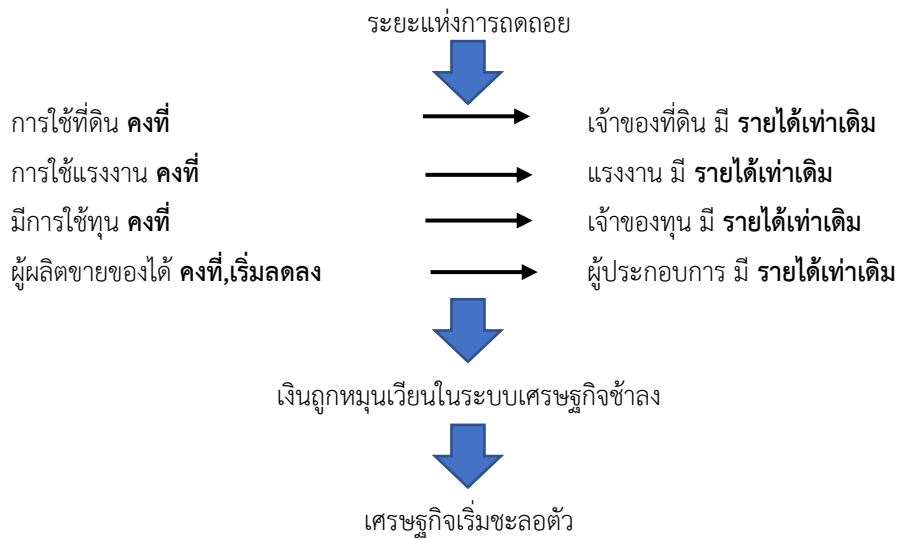
ที่มา : ผู้เขียน, (2567).

ในระยะนี้ เมื่อเศรษฐกิจเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ก็จะถึงจุดหนึ่งที่เรียกว่า “เจริญรุ่งเรืองสูงสุด (Peak)” ในจุดนี้เองที่ผู้ผลิตได้มีการใช้ปัจจัยการผลิตที่เต็มที ส่งผลให้ได้กำไรสูงสุด แต่ถ้าหากผู้ผลิตยังเพิ่มการผลิตอีกด้วยการใช้ปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ธุรกิจได้รับกำไรที่ลดลง ทำให้โดยรวมเศรษฐกิจจะเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงในระยะที่ 2

1.2 ระยะที่ 2 ระยะแห่งการถดถอย (Recession)

ในระยะนี้ เป็นผลต่อเนื่องมาจาก เมื่อเศรษฐกิจเข้าสู่ภาวะเจริญรุ่งเรืองสูงสุดแล้ว แต่ผู้ผลิตยังขยายการผลิต ยังเพิ่มการใช้ปัจจัยการผลิตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะอยู่ในจุดที่มีการผลิตอย่างเต็มที่แล้ว ผู้คนในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง เจ้าของปัจจัยการผลิต มีรายได้มากขึ้นมาก และมีการใช้จ่ายอย่างมากมาย เงินถูกหมุนในระบบเศรษฐกิจอย่างมาก ซึ่งมีผลให้ราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ปรับตัวสูงขึ้นด้วย และจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งผู้บริโภคเริ่มรู้สึกว่าราคาสินค้านั้นแพงเกินไป ก็จะมีการลดการบริโภคลง สินค้าและบริการต่าง ๆ เข้าสู่จุดอิ่มตัว ผู้บริโภคที่เคยซื้อใช้เริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค จากเคยซื้อ ก็ไม่ซื้อเหมือนเคย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีผลให้สินค้าและบริการที่ผลิตออกมาอย่างมาก เริ่มขายออกได้ช้าลง และลดลง ส่งผลให้การหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจหมุนช้าลงและลดลง

จากภาพที่ 3 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของไทยที่สอดคล้องกับ ระยะแห่งการถดถอย มี 3 ช่วง คือ ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2538-2539, ช่วง พ.ศ. 2551-2553 และ ช่วง พ.ศ. 2556-2557 จากข้อมูลพบว่า ในช่วงเวลาดังกล่าว อัตราการว่างงานค่อนข้างคงที่ ปริมาณการใช้จ่ายภาคครัวเรือนมีอัตราการขยายตัวลดลง ตามภาพที่ 4 และ 5 ตามลำดับ จึงสรุปได้ดังภาพที่ 7



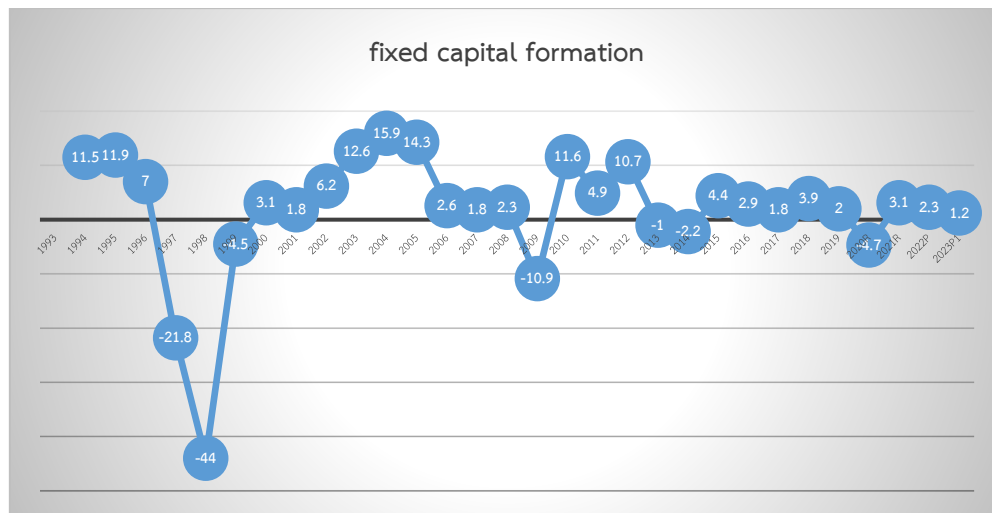
ภาพที่ 7 ความสัมพันธ์ของระบบเศรษฐกิจในระยะที่ 2 ระยะแห่งการถดถอย (Recession)

ที่มา : ผู้เขียน, (2567).

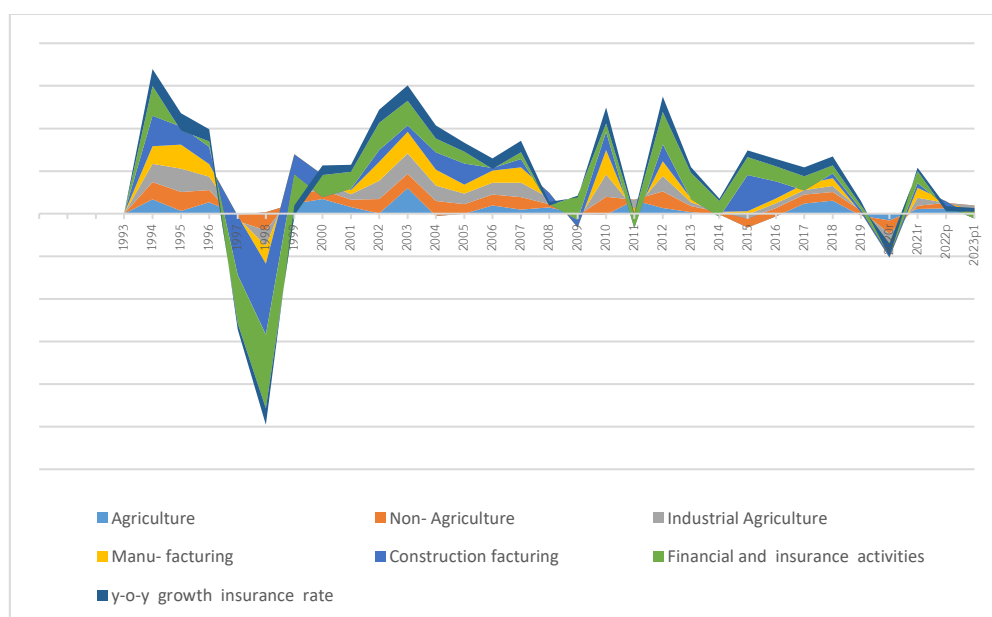
ในระยะธุรกิจถดถอยนี้ ส่งผลปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ไม่ถูกใช้เพิ่มขึ้นจากที่มีอยู่ แต่จะยังคงรักษาสภาพไว้ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ที่ดิน การใช้แรงงาน หรือการใช้ทุน ซึ่งส่งผลให้รายได้ของเจ้าของที่ดิน รายได้ของแรงงาน รายได้ของเจ้าของทุนไม่เพิ่มขึ้น อยู่เท่าเดิม แต่ในขณะที่ราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้ปรับตัวสูงขึ้นไปก่อนแล้ว ส่งผลให้การใช้จ่ายต่าง ๆ เริ่มลดลง ทำให้เงินในระบบเศรษฐกิจหมุนช้าลง และการหมุนของเงินในระบบเศรษฐกิจที่ช้าลงนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศที่จะชะลอตัวลง

1.3 ระยะที่ 3 ระยะแห่งการตกต่ำ (Depression)

ในระยะนี้ เป็นภาวะที่ต่อเนื่องมาจากระยะที่ 2 กล่าวคือ ถ้าหากเศรษฐกิจไม่ปรับตัวได้อย่างทันถ่วงทีต่อการถดถอยแล้ว จะส่งผลให้เศรษฐกิจหดตัวไปเรื่อย ๆ สินค้าและบริการที่ผลิตออกมาเป็นจำนวนมากไม่สามารถขายได้ ก็ต้องทำการลดราคา ถ้าลดราคาแล้วยังไม่มีคนซื้อ ก็ต้องลดราคาไปเรื่อย ๆ จนทำให้ขาดทุน เมื่อขาดทุนแล้วสถานการณ์ยังไม่ดีขึ้น คือคนก็ยังไม่ซื้อของไม่ใช้เงิน ก็ต้องพิจารณาปิดกิจการ หรือเลิกกิจการไป การใช้จ่ายใช้สอย สินค้าและบริการต่าง ๆ ก็ขายไม่ได้ เมื่อสินค้าบริการต่าง ๆ ขายไม่ได้ ผู้ผลิตก็ขาดทุน ธุรกิจก็อยู่ไม่ได้ เมื่อธุรกิจขายของไม่ออก สิ่งทีภาคธุรกิจทำก่อนอันดับแรก ๆ ก็คือ ปรับลดขนาดกิจการ นั่นคือ ทำการลดการทำงาน มีการเลิกจ้าง เมื่อแรงงานไม่มีงานทำ ก็เท่ากับว่าไม่มีรายได้ เมื่อไม่มีรายได้ ก็ไม่มีเงินไปใช้จ่ายใช้สอย เมื่อไม่มี จากภาพที่ 3 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของไทยที่สอดคล้องกับ ระยะแห่งการตกต่ำ มี 2 ช่วง คือ ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2541-2544 (1998-2001) และ ช่วงพ.ศ. 2562-2563 โดยพบว่าการขยายการลงทุนในช่วงเวลานี้ตกต่ำลงอย่างมาก โดยจากภาพที่ 8 พบว่าในปี พ.ศ. 2541 อัตราปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการลงทุนภาคเอกชนของไทยติดลบต่ำสุด ถึง 44%

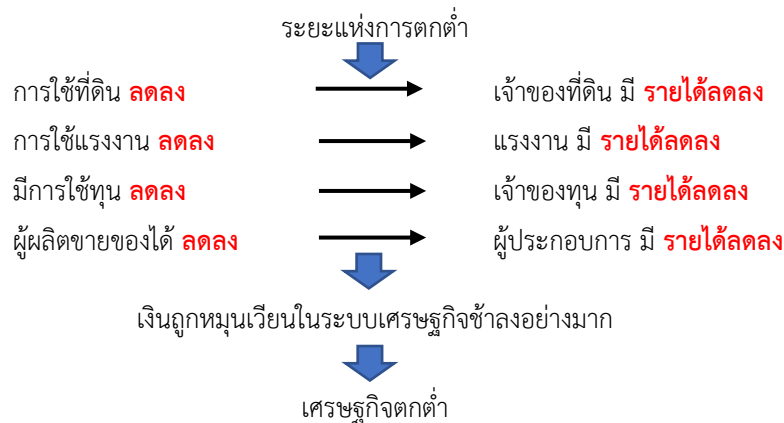


ภาพที่ 8 แสดงข้อมูลอัตราการใช้จ่ายภาคการลงทุนรายปี ประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2538 - 2566
ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, (ออนไลน์. 2566).



ภาพที่ 9 แสดงข้อมูลอัตราการใช้จ่ายภาคการลงทุนประเทศไทยรายสาขา ระหว่างปีพ.ศ. 2538 - 2566
ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ออนไลน์. 2566)

จากภาพที่ 9 พบว่า อัตราการขยายตัวของปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการลงทุนของไทยในช่วงระยะแห่งการตกต่ำนี้ ทั้งภาคการเกษตรกรรม และนอกภาคการเกษตรกรรม มีอัตราที่ตกต่ำลงอย่างชัดเจน โดยเฉพาะภาคการเงินและการก่อสร้าง จึงสรุปได้ดังภาพที่ 10



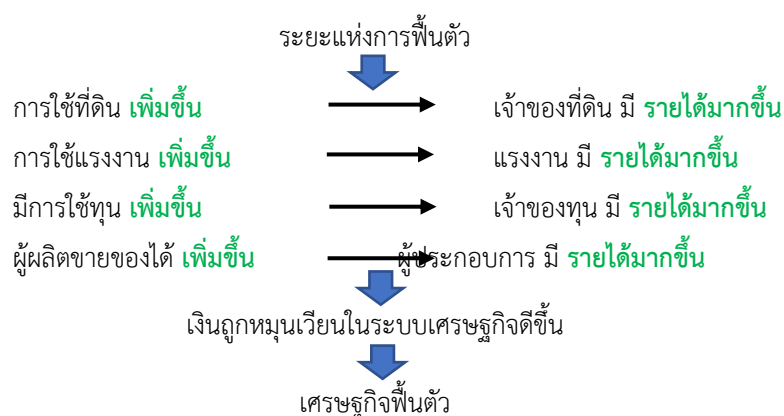
ภาพที่ 10 ความสัมพันธ์ของระบบเศรษฐกิจในระยะที่ 3 ระยะแห่งการตกต่ำ (Depression)

ที่มา : ผู้เขียน (2567)

ในระยะที่เศรษฐกิจตกต่ำนี้ ส่งผลให้กำไรของธุรกิจลดลงจนขาดทุน ทำให้ต้องลดการใช้ปัจจัยการผลิตจนถึงไม่ใช่เลย คือปิดกิจการ ทำให้เจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งหลาย ทั้งเจ้าของที่ดิน แรงงาน เจ้าของทุน มีรายได้ที่ลดลง เมื่อทุกภาคส่วนมีรายได้ที่ลดลง การใช้จ่ายใช้สอยก็ลดลง ส่งผลให้เงินในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ช้าลงอย่างมากจนเข้าขั้นฝืดเคือง ผลสุดท้ายคือเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำในที่สุด

1.4 ระยะที่ 4 ระยะแห่งการฟื้นตัว (Recovery)

ในระยะนี้ ก็ต่อเนื่องมาจากระยะตกต่ำ เมื่อเศรษฐกิจเข้าสู่สภาวะตกต่ำสุดแล้ว มีสถานการณ์คือภาคธุรกิจมีการปิดกิจการ เลิกกิจการ มีการเริ่มวางแผนทำธุรกิจใหม่ หรือปรับปรุงธุรกิจเก่าให้สามารถกลับมาสร้างรายได้อีกครั้ง จากความเชื่อมั่นการลงทุนที่กลับมาหลังจากภาครัฐได้ใช้นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ในช่วงเริ่มต้นอาจต้องสะสมปัญหาหนี้สินที่ค้างคา การปรับปรุงโครงสร้างการผลิต โครงสร้างธุรกิจ เมื่อสะสมปัญหาต่าง ๆ ได้เรียบร้อยแล้ว ก็จะเริ่มมีการลงทุนใหม่อีกครั้ง เมื่อมีการลงทุนใหม่ ก็หมายถึงมีการผลิตอีกครั้ง เมื่อมีการผลิตก็ต้องมีการใช้ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การใช้ที่ดิน การใช้แรงงาน การใช้ทุน ก็จะถูกใช้อีกครั้ง ดังภาพที่ 11



ภาพที่ 11 ความสัมพันธ์ของระบบเศรษฐกิจในระยะที่ 4 ระยะแห่งการฟื้นตัว (Recovery)

ที่มา : ผู้เขียน, (2567).

ในระยะที่เศรษฐกิจฟื้นตัวนี้ ก็จะเริ่มมีการใช้ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ทั้งการใช้ที่ดิน การใช้แรงงาน การใช้ทุน ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลให้รายได้ของเจ้าของที่ดิน รายได้ของแรงงาน รายได้ของเจ้าของทุน เพิ่มขึ้น แรงงานที่เคยตกงานก็มีงานทำ เมื่อมีงานทำก็จะมีรายได้ เมื่อมีรายได้ ก็มีการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น เงินก็จะถูกหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจอีกครั้ง ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศฟื้นตัว

เมื่อเงินในระบบเศรษฐกิจถูกหมุนอีกครั้ง ซึ่งเกิดจากการที่แรงงานกลับมามีงานทำ มีรายได้ เจ้าของที่ดินมีรายได้ เจ้าของทุนมีรายได้ เมื่อมีรายได้ก็มีการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เมื่อสินค้าและบริการขายได้ ผู้ผลิตก็จะทำการผลิตเพิ่มมากขึ้น เมื่อมีการผลิตมากขึ้นก็มีการใช้ปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น มีการจ้างแรงงานมากขึ้น มีการใช้ที่ดินมากขึ้น มีการใช้ทุนมากขึ้นไปอีก เมื่อแรงงานมีงานทำมากขึ้น ก็มีรายได้มากขึ้น เจ้าของที่ดินก็มีรายได้มากขึ้น เจ้าของทุนก็มีรายได้มากขึ้น ส่งผลให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นไปอีก สินค้าและบริการต่าง ๆ ก็ขายได้มากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจกลับมาเจริญเติบโตขึ้นอีกครั้ง ซึ่งก็จะเป็นเช่นนี้หมุนเวียนเป็นวัฏจักรที่ไม่รู้จบ

จากภาพที่ 3 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของไทยที่สอดคล้องกับ ระยะแห่งการฟื้นตัว มี 3 ช่วง คือ ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2544, ช่วงพ.ศ. 2558-2561 และช่วงพ.ศ. 2564-2565 โดยพบว่าประเทศไทยหลังจากเผชิญกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจตกต่ำ ก็สามารถฟื้นตัวได้พอสมควร แต่ยังไม่สามารถก้าวสู่ภาวะความเจริญรุ่งเรืองได้อีกครั้ง กล่าวคือ เมื่อเศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในระดับหนึ่งก็จะถดถอยลงอีก ซึ่งจะเห็นได้จากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ผ่านมา ระหว่างปี พ.ศ. 2558-2561 ประเทศไทยใช้เวลาในการฟื้นตัวถึง 4 ปี ต่อมาในปี พ.ศ. 2562-2563 ก็พบกับภาวะถดถอยและตกต่ำอีกครั้ง จนกระทั่งถึงในปัจจุบัน ที่สถานการณ์ยังคงอยู่ในภาวะเศรษฐกิจถดถอยและอาจเข้าสู่ภาวะตกต่ำได้อีกครั้งหนึ่ง

บทสรุป

การบริหารเศรษฐกิจมีทั้งการใช้นโยบายระยะสั้น และนโยบายระยะยาว ซึ่งภาครัฐต้องมีความเข้าใจเป้าหมายในการใช้นโยบายทั้งสองระยะนี้ ให้สอดคล้องกับวัฏจักรเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเป็นธรรมชาติอย่างไม่รู้อย่างนี้ ดังเช่นในระยะที่เศรษฐกิจเจริญรุ่งเรืองอยู่นั้น ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคการผลิต ที่ผู้ผลิตขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้คล่องตัว ภาคปัจจัยการผลิต เจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของที่ดิน แรงงาน เจ้าของทุน ต่างมีรายได้ที่มากขึ้น เมื่อทุกคนมีรายได้ก็จะนำไปใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ แต่การหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจนี้เองที่มีผลต่อเงินเฟ้อที่แฝงตัวอยู่ หากปล่อยให้ปริมาณเงินหมุนอย่างรวดเร็วมากขึ้นเรื่อย ๆ ย่อมส่งผลต่อความเสี่ยงให้เกิดปัญหาฟองสบู่ได้ ดังนั้นในช่วงนี้ภาครัฐก็ควรมีการควบคุมปริมาณเงินให้เหมาะสมด้วย แต่ในระยะที่เศรษฐกิจถดถอยตกต่ำ จนกระทั่งเข้าสู่ภาวะฟื้นตัว อาจต้องใช้นโยบายที่เน้นการกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนของปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ เพื่อให้มีการใช้ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลให้รายได้ของเจ้าของปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้มีการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจสามารถเติบโตต่อไปได้

โดยสรุปก็คือ ในการใช้นโยบายที่เน้นการกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนของปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจนั้นเป็นการใช้นโยบายระยะสั้น ที่มีเป้าหมายเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรการผลิต ทั้งที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ ถูกนำมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ ทรัพยากรการผลิตนี้ยังรวมไปถึง ความรู้และเทคโนโลยีที่มีอยู่ด้วยว่าจะนำมาใช้อย่างไรให้เกิดศักยภาพมากที่สุด

ส่วนเป้าหมายในการใช้นโยบายระยะยาว ก็เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรการผลิตดังกล่าว ซึ่งมีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดความเหมาะสมและเท่าเทียมกัน เป็นการรักษาเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง ซึ่งหมายรวมถึงการกระจายผลประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรการผลิตนี้ไปให้มากที่สุด

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์เชื่อมโยงทฤษฎีการใช้ปัจจัยการผลิตภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ตามวงล้อแห่งการเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรเศรษฐกิจ จึงทำให้ทราบและตระหนักว่า การบริหารนโยบายทางเศรษฐกิจมหภาคนั้นมีความสำคัญอย่างมาก โดยผู้ที่บริหารนโยบายเศรษฐกิจมหภาคได้นั้นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มหภาคอย่างลึกซึ้ง จึงจะสามารถเข้าใจและเชื่อมโยงองค์ความรู้เศรษฐกิจมหภาคเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบได้ เนื่องจากการตัดสินใจใช้นโยบายเศรษฐกิจมหภาคในแต่ละสถานการณ์ทางเศรษฐกิจนั้นมีเป้าหมายที่แตกต่างกันและได้ผลที่แตกต่างกัน ดังนั้นหากขาดความเข้าใจที่แท้จริงก็จะส่งผลกระทบต่อพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศให้แย่ลงหรือไม่เกิดการพัฒนา ซึ่งส่งผลไปยังศักยภาพการใช้ปัจจัยการผลิตของประเทศซึ่งมีผลโดยตรงต่อระดับ GDP ของประเทศ

การจัดการทรัพยากรการผลิตด้วยนโยบายเศรษฐกิจระยะสั้นนั้น จะส่งผลให้เกิดการใช้ปัจจัยการผลิตอย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งมีผลให้ผลผลิตของชาติเพิ่มขึ้น โดยที่ไม่มีต้นทุนค่าเสียโอกาสเพิ่มขึ้น จะทำให้ประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยหากมีการเพิ่มศักยภาพการผลิตให้เพิ่มขึ้นเต็ม 100% ย่อมส่งผลให้ ระดับ GDP ของประเทศสูงขึ้นอย่างมาก แต่ในปัจจุบันศักยภาพการใช้ปัจจัยการผลิตของประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำที่ประมาณ 35-50% เท่านั้น

สาเหตุที่ทำให้การใช้ปัจจัยทุนและแรงงานไม่เต็มที่อาจเนื่องมาจาก (สุชาติ ธาดาธำรงเวช. 2549; สุชาติ ธาดาธำรงเวช. 2551)

1. การขาดความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจ ทำให้มีการลงทุนที่น้อยกว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตราการเพิ่มปัจจัยทุนที่น้อย ทำให้ความสามารถในการสร้างผลผลิตน้อยลงตามไปด้วย ความโปร่งใสตรงไปตรงมา จะทำให้การลงทุนเพิ่มขึ้น ทั้งจากภายในและภายนอก ปัจจัยการผลิตด้านแรงงานก็จะได้ทำงานกับเครื่องมือเครื่องจักรมากขึ้น ผลผลิตก็จะมากขึ้น รายได้มากขึ้น เศรษฐกิจก็จะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

2. การตั้งกลไกราคา การกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าเกินไป ทำให้ผลผลิตที่ได้มีราคาสูงในสายตาผู้ซื้อต่างชาติ ทำให้ไม่สามารถขายสินค้าได้ผล ซึ่งก็คือ ส่งออกได้น้อย ทำให้ผลิตได้น้อย เมื่อผลิตได้น้อยก็ใช้ปัจจัยการผลิตน้อย แรงงานทำงานน้อยลง มีรายได้น้อย การบริโภคก็น้อยตามไปด้วย เช่นนี้ก็เท่ากับว่ามีการใช้ปัจจัยการผลิตทุนและแรงงานไม่เต็มศักยภาพนั่นเอง

3. การใช้นโยบายการเงินภายในประเทศที่เข้มงวดเกินไป มีปริมาณเงินท้องถิ่นในระบบเศรษฐกิจน้อยกว่าที่ควรจะเป็น ทำให้เกิดการแย่งเงินกันในอัตราดอกเบี้ยที่สูงเกินไป เป็นผลให้ต้นทุนกู้ยืมสูงกว่าที่ควรจะเป็น ทำให้กิจกรรมทั้งด้านการลงทุนและการบริโภคน้อยกว่าที่ควรจะเป็น ส่งผลให้มีการผลิตน้อยลง

ดังนั้นภาครัฐจึงควรใช้นโยบายเศรษฐกิจระยะสั้นเพื่อการจัดการทรัพยากรการผลิตให้เกิดศักยภาพ ดังนี้

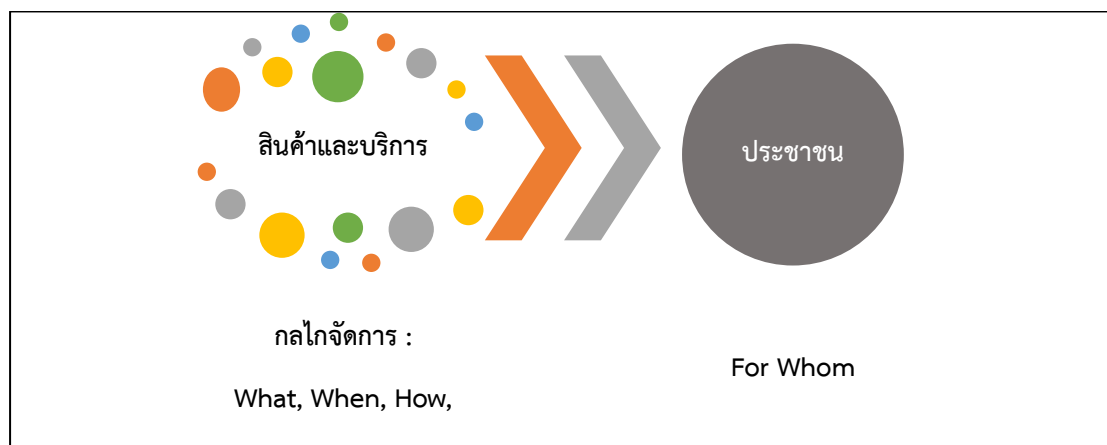
1. นโยบายการคลัง ประกอบด้วย 1) การเพิ่มรายจ่ายภาครัฐ ในส่วนที่เป็นรายจ่ายเพื่อการลงทุน 2) การลดอัตราภาษี ทั้งภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม 3) การส่งเสริมการส่งออก ด้วยมาตรการปรับอัตราแลกเปลี่ยนให้ค่าเงินบาทอ่อนลง 4) การส่งเสริมการลงทุนในประเทศ และ 5) การสร้างความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ

2. นโยบายการเงิน ประกอบด้วย 1) การลดอัตราดอกเบี้ย 2) การซื้อพันธบัตรรัฐบาล และ 3) มาตรการผ่อนปรนการให้สินเชื่อ

3. นโยบายดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ โดยการใช้นโยบายค่าเงินอ่อน

สำหรับการบริหารทรัพยากรการผลิตในระยะยาว ต้องอาศัยการใช้นโยบายเศรษฐกิจระยะยาว เพื่อเป้าหมายให้เกิดการใช้ปัจจัยการผลิตให้เหมาะสมและเกิดความเท่าเทียม ภายใต้ข้อจำกัดที่ว่าทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด แต่ความต้องการของมนุษย์ไม่มีสิ้นสุด เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้เกิดความมั่นคงอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น โจทย์ที่สำคัญของการใช้นโยบายเศรษฐกิจระยะยาวในการจัดการทรัพยากรการผลิต ก็คือ จะทำอย่างไรให้เกิดการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัด มาผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งมีหลักการคือ ต้องใช้ปัจจัยการผลิตบนฐานของความรู้และเทคโนโลยี ที่ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ทำงานอย่างเต็มที่มีศักยภาพ โดยมีกลไกการจัดการที่ว่า ปัจจัยการผลิตเหล่านั้นจะผลิตสินค้าและบริการอะไร (What) เมื่อไร (When) อย่างไร (How) และเพื่อใคร (For whom) เพื่อตอบสนองต่อสังคม ซึ่งสุดท้ายต้องตอบสนองต่อผลประโยชน์โดยรวมของประชาชน นั่นคือ การสร้างความกินดีอยู่ดีให้แก่ประชาชน ดังปรากฏในภาพที่ 12



ภาพที่ 12 การจัดการทรัพยากรการผลิตระยะยาว

ที่มา : ผู้เขียน, (2567).

นอกจากนี้ยังพบว่าผลการวิเคราะห์บทความนี้มี ความสอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับผลของนโยบายการเงินนโยบายการคลังและดุลการชำระเงินต่อระบบเศรษฐกิจประเทศไทย โดย เบญจวรรณ จันทระ (2553) ที่ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของไทยผ่าน แบบจำลอง IS –LM –BP ของประเทศไทย ซึ่งได้ผลวิจัยดังนี้

ช่วงสถานการณ์ก่อนเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ (เศรษฐกิจเจริญรุ่งเรืองสูงสุด) มีค่า MPC และ MPI เป็น 0.181445 และ 4582.279 ตามลำดับ ช่วงสถานการณ์เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ (เศรษฐกิจตกต่ำ) มีค่า MPC และ MPI เป็น 0.190486 และ 1620.6632 ตามลำดับ และช่วงสถานการณ์หลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ (เศรษฐกิจฟื้นตัว) มีค่า MPC และ MPI เป็น 0.120138 และ 2668.808 ตามลำดับ ซึ่งจะสังเกตเห็นว่า ค่า MPC และ MPI ในช่วงเศรษฐกิจ

เจริญรุ่งเรืองนั้น มีค่าอยู่ในระดับสูง กล่าวคือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ตลอดถึงการใช้ปัจจัยการผลิตส่งผลให้เศรษฐกิจมีอัตราการเจริญเติบโต นั่นหมายถึง “เกิดพลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิต หรือ Forces of Production Factors” แต่ในช่วงแห่งการถดถอยและ เศรษฐกิจตกต่ำ รวมถึงช่วงการฟื้นตัวนั้น ค่า MPC และ MPI อยู่ในระดับที่ต่ำ กล่าวคือ พลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับต่ำ

จากบทความนี้ชี้ให้เห็นว่า พลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิต มีผลต่อภาวะทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลต่อการเกิดวัฏจักรเศรษฐกิจ กล่าวคือ หากพลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิตมีกำลังอ่อนตัวลง จะส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจที่จะมีอัตราการเติบโตที่ลดลงและถดถอยลง เมื่อพลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิตอ่อนกำลังลงอย่างต่อเนื่อง เศรษฐกิจก็จะเข้าสู่ภาวะถดถอย และภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการเข้าสู่วัฏจักรแห่งเศรษฐกิจ แต่เมื่อเราทราบอย่างแน่ชัดแล้วว่า การเกิดวัฏจักรเศรษฐกิจนั้น มาจากกำลังของพลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิตนี้เอง เมื่อเป็นเช่นนั้น เราจึงสามารถบริหารนโยบายเศรษฐกิจในระยะสั้น เช่น มาตรการกระตุ้นทางเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพและเพิ่มพลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิตให้มีกำลังสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และใช้นโยบายเศรษฐกิจระยะยาว เช่น นโยบายอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม หรือ การใช้กฎหมายระบบภาษีที่เป็นธรรม เพื่อรักษาระดับพลังแห่งการใช้ปัจจัยการผลิตไม่ให้อ่อนกำลังลง หากทำเช่นนั้นได้ ก็จะสามารถหลุดพ้นจากวงจรของการเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรเศรษฐกิจ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจได้ในที่สุด

รายการอ้างอิง

- เบญจวรรณ จันทระ. (2553). ผลของนโยบายการเงินนโยบายการคลังและดุลการชำระเงินต่อระบบเศรษฐกิจประเทศไทย. คุุณินพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุชาติ ธาดาธำรงเวช. (2549). ทฤษฎีหลักกว่าด้วยการบริหารนโยบายเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มิ่งมิตร.
- _____. (2551). 2020 ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : เอ อาร์อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน.
- เสาวณีย์ จันทะพงษ์. (2567). เจาะลึกการเติบโตเศรษฐกิจไทย ในรอบ 30 ปี : ความจริง ความหวัง และความพยายาม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://thaipublica.org/2024/03/source-of-gdp-growth>. [11 มกราคม 2567].
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). รายได้ประชาชาติของประเทศไทย พ.ศ. 2566. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=ni_page. [4 มกราคม 2567].
- Froyen, R. T. & Low, L. (2001). *Macroeconomics An Asian Perspective*. Singapore: Pearson Education Asia Pte Ltd.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of microeconomics*. 9 th ed. Mason Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Neva, G. (2016). *Principles of Macroeconomics*. University of Minnesota: Libraries Publishing.
- _____. (2023). *Macroeconomics in Context*. 4th edition. United State of American: Routledge Taylor & amp; Francis Group.

คำแนะนำสำหรับการจัดทำต้นฉบับบทความ

เพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

(Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU)

*** ผู้ส่งต้นฉบับบทความจะต้องเป็นเจ้าของบทความหรือผู้รับผิดชอบความเท่านี้ และมีการระบุข้อมูลที่สามารถติดต่อประสานงานเพื่อปรับปรุงแก้ไข แจ้งผล และอื่น ๆ ได้ตลอด กระบวนการพิจารณาการตีพิมพ์ จึงขอสงวนสิทธิ์ในการไม่รับตีพิมพ์บทความ หากไม่ได้รับการติดต่อ เบื้องต้นจากเจ้าของต้นฉบับบทความ และต้องปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ลงนามไว้ในแบบฟอร์ม เพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์บทความอย่างเคร่งครัด ***

นโยบายและวัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU) เป็นวารสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยได้มีการจัดทำในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) โดยเน้นสาขา ดังนี้

1. สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี
2. สาขาการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. สาขาการท่องเที่ยว นันทนาการ และการจัดการโรงแรม
4. สาขาเศรษฐศาสตร์ เศรษฐมิติ และการเงิน
5. สาขาการสื่อสาร

ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร

1. **บทความวิจัย (Research Article)** เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัย หรืองานเขียนที่นำข้อมูลมาจากรายงานการวิจัยมาประมวล หรือสรุปออกมาเป็นองค์ความรู้ในรูปแบบที่นำเสนอให้ผู้อ่านเข้าใจประเด็นต่าง ๆ

2. **บทความวิชาการ (Academic Article)** เป็นบทความวิเคราะห์ วิจัย นำเสนอแนวคิดใหม่หรือองค์ความรู้ใหม่

3. **บทความปริทัศน์ (Review Article)** เป็นบทความที่เขียนขึ้นจากการทบทวนเอกสารวิชาการ ทั้ง ทางด้านทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับที่กำหนดไว้ โดยมีการทบทวนวรรณกรรมค้นคว้า รวบรวม ข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากแหล่งต่างๆ และนำมาประมวลเรียบเรียงในรูปแบบบทความ

4. การวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นบทความวิพากษ์หนังสือถึงข้อดีและข้อบกพร่องอย่างละเอียด เพื่อชี้ให้เห็นคุณค่าของหนังสือเล่มนั้น พร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขให้ดีขึ้นเป็นการวิจารณ์เพื่อสร้างสรรค์

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีกำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

การจัดทำต้นฉบับบทความ และจัดเตรียมรูปแบบ : วารสารฯ จะรับต้นฉบับบทความที่ดำเนินการตามที่กำหนดพร้อมจัดรูปแบบถูกต้อง สมบูรณ์ เรียบร้อย ตาราง ชัดเจนเรียบร้อยแล้วเท่านั้น

ต้นฉบับ : ต้องพิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด (Microsoft word) บนกระดาษขาว A4 หน้าเดียว (1 คอลัมน์) ให้ตั้งค่าน้ำกระดาษ ดังนี้ บน (top) 3.81 เซนติเมตร ล่าง (bottom) 2.54 เซนติเมตร ซ้าย (left) 3.81 เซนติเมตร และขวา (right) 2.54 เซนติเมตร พิมพ์เว้นวรรคหรือช่องว่าง 1 เคาะ และระยะห่างบรรทัด 1 พ้อยท์

ความยาว : บทความรวมรูปภาพ ตาราง และอื่น ๆ ทั้งฉบับ จะต้องอยู่ระหว่าง 10-15 หน้า กระดาษพิมพ์ ขนาด A4 ที่มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง เหมาะสม โดยจะทำการตรวจสอบต้นฉบับบทความไฟล์ Word จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการดำเนินงานวารสารฯ เท่านั้น สำหรับรูปภาพประกอบจะต้องส่งไฟล์รูปภาพจริงที่ชัดเจนเพิ่มเติมมาพร้อมกับต้นฉบับบทความ

ส่วนประกอบหลักที่ต้องมีในต้นฉบับ

1. บทความวิจัย

1.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

1.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่ง
สังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ
TH Sarabun New ขนาด 12

1.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย ประโยชน์
ที่ได้รับการทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดในการวิจัย วิธีดำเนินงานวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล
ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New
ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและ
ภาษาอังกฤษ

1.5 บทคัดย่อ : ถูกต้องตามหลักภาษา โดยกำหนดจำนวนคำของ ABSTRACT อยู่ระหว่าง
200-250 คำเท่านั้น

1.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา
“TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

1.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New
ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

1.7.1 บทนำ มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง กล่าวถึงปัญหาของการวิจัย
หรือช่องว่างของการวิจัยโดยใช้วิธีการอ้างอิงในการเขียนในประโยคที่สำคัญ และข้อความหรือประโยค
ที่ไม่ได้เกิดจากความคิด ความรู้ของผู้พิมพ์เองทุกรายการ และถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

1.7.2 วัตถุประสงค์การวิจัย มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง และเป็น
สิ่งที่ผู้พิมพ์มีความสนใจในการศึกษา

1.7.3 ประโยชน์ที่ได้รับ ระบุองค์ความรู้/ข้อเท็จจริง/ปรากฏการณ์และพฤติกรรม/
การทำนาย ที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการใหม่ ๆ ทั้งในด้านทฤษฎี วิชาการ และ
การปฏิบัติ รวมทั้งระบุหน่วยงาน และกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์

1.7.4 การทบทวนวรรณกรรม ระบุวิธีการเขียนและสรุปภาพรวมของ
แนวคิด/ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของเรื่องศึกษาอย่างเป็นระบบ มีความทันสมัย สอดคล้องกับ
บริบท ตัวแปร และเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย

1.7.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย เขียนภาพที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย
ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดในการวิจัย

1.7.6 วิธีการดำเนินการวิจัย จะต้องนำเสนอเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย
ที่ผู้แต่ง/ผู้พิมพ์ เลือกมาใช้ในการวิจัย โดยระบุองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประชากร

และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติ การรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ถ้ามี) และอื่น ๆ

1.7.7 ผลการวิจัย มีการแสดงผลในรูปแบบตาราง ภาพ กราฟ คำสัมภาษณ์ ฯลฯ โดยมีการบรรยายผลการวิจัยได้ตาราง รูปภาพ กราฟ คำสัมภาษณ์ ฯลฯ ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

1.7.8 อภิปรายผล มีการอภิปรายผลที่แสดงเหตุผลสนับสนุนหรือขัดแย้งกับผลการวิจัย ทฤษฎี แนวคิด หลักการในอดีตที่ผ่านมา (ไม่เกิน 7 ปี)

1.7.9 ข้อเสนอแนะ ระบุข้อเสนอแนะ 2 หัวข้อ คือข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1.7.10 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) สามารถระบุแหล่งทุน ปิงงบประมาณที่ได้รับทุน และหน่วยงานหรือผู้มีคุณูปการต่องานวิจัย

1.7.11 การอ้างอิง รายการอ้างอิงในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการและมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

2. บทความวิชาการ

2.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

2.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้น จะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

2.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ วัตถุประสงค์ ขอบเขตของเนื้อหา คำจำกัดความ/นิยามศัพท์ เนื้อเรื่อง บทสรุป องค์ความรู้ใหม่ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และรายการอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.5 บทคัดย่อ : ควรระบุว่าบทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์อะไร สรุปให้สั้นกะทัดรัดไม่เกิน 300-350 คำเท่านั้น

2.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

2.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

2.7.1 บทนำ ควรอธิบายว่าเรื่องที่ศึกษามีความสำคัญอย่างไร

2.7.2 วัตถุประสงค์ ควรอธิบายว่าบทความมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

2.7.3 ขอบเขตของเนื้อหา ควรชี้แจงเนื้อหาจะประกอบ/ครอบคลุมด้วยเรื่องอะไรบ้าง

2.7.4 คำจำกัดความ/นิยามศัพท์ ควรให้คำจำกัดความสำคัญของเนื้อหาเชิงปฏิบัติการ

2.7.5 เนื้อเรื่อง ควรแบ่งย่อยออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 อธิบายพื้นฐานความรู้แก่ผู้อ่านในเรื่องที่จะกล่าวถึง ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล ได้แย้งข้อเท็จจริง ใช้เหตุผล หลักฐานเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน ส่วนที่ 3 เสนอความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อประเด็นที่นำเสนอ

2.7.6 บทสรุป เป็นการเก็บประเด็นการเขียนบทความสั้น ๆ หรืออาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมามีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรืออาจตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้งท้ายเพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านสืบหาความรู้ หรือพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป เพื่อเป็นการสรุปความคิดของผู้นิพนธ์ต่อเรื่องที่เขียน

2.7.7 องค์ความรู้ใหม่ เป็นการนำเสนอผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากผลการวิจัยหรือผลจากการสืบค้น สามารถนำเสนอในรูปแบบของความเรียง หรือภาพโมเดล (แบบจำลอง) พร้อมคำอธิบายที่กระชับ เข้าใจได้ง่าย

2.7.8 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

2.7.9 เอกสารอ้างอิง รายการอ้างอิงในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการ และมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

3. บทความปริทรรศน์

3.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

3.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

3.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ เนื้อเรื่อง บทสรุปและข้อเสนอแนะ และรายการอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.5 บทคัดย่อ : เนื้อหาควรประกอบด้วยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ ข้อสรุปของผลการดำเนินงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ และข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์ อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น

3.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

3.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

3.7.1 บทนำ เนื้อหาเป็นการเกริ่นนำเกี่ยวกับหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับบทความ โดยระบุความเป็นมาความสำคัญของประเด็นที่จะนำเสนอในบทความ และวัตถุประสงค์หรือประเด็นที่จะนำเสนอในบทความ

3.7.2 เนื้อเรื่อง ควรครอบคลุมสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์หรือประเด็นที่กล่าวไว้ในบทนำ มีการทบทวนงานวิจัย จัดลำดับงานวิจัย โดยนำข้อค้นพบของแต่ละเรื่องมากล่าวโดยสังเขป จำนวนงานวิจัยขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้พิมพ์ และไม่ควรแยกเป็นหัวข้อย่อยมากเกินไป

3.7.3 บทสรุปและข้อเสนอแนะ สรุปภาพรวมของบทความพอสังเขปที่เสนอให้เห็นภาพรวมของบทความ มีการเสนอที่เน้นข้อค้นพบสำคัญ ที่นำไปสู่การเสนอแนวทางการนำไปประยุกต์ใช้

4. บทความวิจารณ์หนังสือ

4.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

4.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้พิมพ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้พิมพ์ท่านอื่น ผู้พิมพ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้พิมพ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

4.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ เนื้อเรื่อง บทวิจารณ์ บทสรุป และรายการอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4.5 บทคัดย่อ : เนื้อหาควรประกอบด้วยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ ข้อสรุปของผลการดำเนินงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ และข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์ อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น

4.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

4.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

4.7.1 บทนำ เนื้อหาเป็นการเกริ่นนำเกี่ยวกับหนังสือที่จะทำการวิจารณ์ ได้แก่ รายละเอียดของหนังสือที่จะทำการวิจารณ์ เช่น ชื่อหนังสือ ผู้เขียน จำนวนหน้า ปีที่พิมพ์ ครั้งที่พิมพ์ สถานที่พิมพ์ เนื้อหาโดยย่อของหนังสือ และประเด็นที่จะทำการวิจารณ์

4.7.2 เนื้อเรื่อง หัวข้อย่อยขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้เขียน เช่น เนื้อหาโดยย่อของหนังสือ ข้อเสนอหลัก ประเด็นอภิปราย การวิจารณ์ความคิด เป็นต้น

4.7.3 บทวิจารณ์ เนื้อหาเป็นการกล่าวถึงผลการดำเนินงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์

4.7.4 บทสรุป สรุปภาพรวมของบทความพอสังเขป

4.7.5 รายการอ้างอิง ในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการและมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

รูปแบบการนำบทความลงตีพิมพ์ลงในวารสาร

ต้นฉบับบทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสาร *.docx ของ Microsoft Word Version 2010 หรือมากกว่า หากต้นฉบับประกอบด้วยภาพ ตาราง หรือสมการ ให้ส่งแยกจากไฟล์เอกสารในรูปแบบไฟล์ภาพ สกุล *.PDF*.JPG*.GIF หรือ *.bmp ความยาวของต้นฉบับต้องไม่เกิน 10-15 หน้า (รวมบทคัดย่อ ภาพ ตารางและเอกสารอ้างอิง)

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไข จะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ โดยการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ได้จะคำนึงถึงความหลากหลายและความเหมาะสม

เกณฑ์การประเมินบทความ

วารสารมีกระบวนการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิก่อนตีพิมพ์ โดยบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่บทความทุกเรื่องจะผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านตรงตามสาขาวิชา และความเชี่ยวชาญ ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed) ทั้งนี้ บทความจากผู้นิพนธ์ภายในจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มข้นในการประเมินคุณภาพบทความ ก่อนออกตีพิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณะ ซึ่งจำแนกเป็นสรุปผลการพิจารณา 4 ระดับ ดังนี้

81-100 คะแนน	แก้ไขน้อยก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่
61-80 คะแนน	แก้ไขปานกลางก่อนตีพิมพ์เผยแพร่
41-60 คะแนน	แก้ไขมากโดยให้แก้ไขใหม่และส่งประเมินอีกครั้ง
1-40 คะแนน	ไม่เหมาะสมที่จะตีพิมพ์เผยแพร่

ต้องมีคะแนนรวมตั้งแต่ 61 คะแนนขึ้นไป จึงจะเข้าสู่กระบวนการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

การติดต่อสอบถามในการจัดส่งบทความ

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาคาร 22 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ : 0-4400-9009 ต่อ 2215

Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>

E-mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th

รูปแบบการเขียนอ้างอิงในบทความของวารสารตามรูปแบบ APA Style

1. การอ้างอิงในบทความ

การอ้างอิง : ต้องระบุชื่อ นามสกุล ปี และเลขหน้ากำกับทุกรายการ และมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

การเขียนเนื้อหา (Text) ที่มีคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ควรแปลเป็นภาษาไทยให้มากที่สุด ในกรณีที่คำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นคำเฉพาะที่แปลไม่ได้หรือแปลแล้วไม่ได้ความหมายชัดเจน ให้ทับศัพท์ได้ และควรใช้ภาษาที่ผู้อื่นเข้าใจง่าย ชัดเจน หากใช้คำย่อต้องเขียนคำเต็มไว้ครั้งแรกก่อน และแสดงตัวเลขในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย ทศนิยมไม่เกิน 3 ตำแหน่ง ในบทความทั้งฉบับ ตัวอย่างเช่น 0.0, 0.00 ,0.000 (กรณี .0, .00, .000, .0000 ให้ใส่ 0.0, 0.00, 0.000)

ตารางและภาพประกอบ (Table and Figure) ควรเป็นภาพชัดเจนและมีคำบรรยายใต้รูป/ภาพ ชัดชัดกระชับ โดยระบุที่มาของตารางหรือรูปภาพประกอบ และให้อธิบายผลได้ตารางหรือภาพทุกครั้ง เช่น

(รูปภาพ)

ภาพที่ 1 ผ้าไทยวน

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564 ณ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

จากภาพ 1

(รูปภาพ)

ภาพที่ 1 แบบจำลองกระบวนการ Balance Scorecard ของ Kaplan และ Norton

ที่มา : Kaplan & David P. Norton, 1996 p. 11.

(รูปภาพ)

Figure 1 Architectural Structure of Borobudur.

Source : Photographed on 15th April 2017 at Magelang, Yogyakarta, Indonesia

การนำเสนอตาราง ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการนำเสนอตารางในบทความ

ที่มา : เอกรัตน์ เอกศาสตร์, 2022, หน้า 201.

จากตาราง 1 พบว่า

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการเข้าร่วมผลิตข้าวเกษตรอินทรีย์

* $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.001$

จากตาราง 5 พบว่า

รูปแบบและการเขียนเอกสารอ้างอิงในเนื้อหา การอ้างอิงท้ายบทความ และการอธิบายเพิ่มเติม และการอ้างอิงเอกสารได้ตารางและภาพ โดยให้เป็นไปตามการอ้างอิงแบบ APA 8th Edition (2021) ตัวอย่างเช่น

2. การเขียนการอ้างอิง ในส่วนของเนื้อหาของบทความ

2.1 รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา

(ผู้แต่ง./ปีที่พิมพ์./เลขหน้าที่อ้างอิง)

ตัวอย่าง

ผู้แต่งชาวไทย :

(ปรียาวดี ผลอนก. 2556 : 21-22)

(ปรีชา สุวรรณทัต. 2554 : คำนำ)

ผู้แต่งชาวต่างประเทศ :

(Samuelson. 1985 : 101)

(Musgrave. 1989 : 79)

ผู้แต่งมีฐานันดรศักดิ์ บรรดาศักดิ์ สมณศักดิ์ :

(ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล. 2550 : 25)

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี. 2550 : 12)

ผู้แต่ง 2 คน :

(นิฐิตา เบญจมสุทิน และนงนุช พันธกิจไพบูลย์. 2547 : 36)

(Colander and Gamber. 2002 : 88)

ผู้แต่ง 3 คน :

(ธารง อุดมไพจิตรกุล, ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และบัณฑิต ผังนิรันดร์. 2543 : 101)

(Jackson, Court and Elliot. 1993 : 27)

ผู้แต่งมากกว่า 3 คน :

(ชูศรี มณีพุกษ์ และคณะ. 2553 : 68)

(Lipsey, et al. 1990 : 22)

ผู้แต่งที่เป็นสถาบันหรือหน่วยงาน :

(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2549 : 89)

(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550 : 37)

หนังสือที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง แต่มีผู้รวบรวมหรือบรรณาธิการ :

(เอกรัตน์ เอกศาสตร์, บรรณาธิการ. 2556 : 8)

หนังสือหรือวัสดุอ้างอิงไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้ลงชื่อเรื่องหรือชื่อบทความ :

(พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. 2546 : 999)

(พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545. 2545 : 22)

หนังสือแปล :

(จุฬามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์, ผู้แปล. 2553 : 84)

(เบต โรบิน และปาร์กิ้น ไมเคิล. 2553 : 84)

สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ :

(มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วีดีทัศน์. 2542)

(กรมการข้าว. ออนไลน์. 2556)

การสื่อสารระหว่างบุคคล :

(สุรัตน์ หงษ์ไทย. สัมภาษณ์. 14 กุมภาพันธ์ 2557)

การอ้างอิงในเนื้อหาที่ต้องการแสดงที่มาของภาพ :

ที่มา : วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2550 : 20.

ที่มา : Mankiw. 1997 : 21.

การอ้างอิงในเนื้อหาที่ต้องการแสดงที่มาของตาราง :

ที่มา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. ออนไลน์. 2557.

ที่มา : สรชัย พิศาลบุตร. 2551 : 110.

3. การเขียนอ้างอิงท้ายบทความ**3.1 หนังสือ :**

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.// ครั้งที่พิมพ์.// สถานที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง**ผู้แต่งคนเดียว :**

กฤษฎา สังขมณี. (2552). การเงินและการธนาคาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เรืองแสงการพิมพ์ (2002) จำกัด.

ผู้แต่ง 2 คน หรือ 3 คน :

นิฐิตา เบญจมสุทิน และนางนุช พันธกิจไพบูลย์. (2547). เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ.

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้แต่งมากกว่า 3 คน :

ชูศรี มณีพุกษ์ และคณะ. (2553). หลักเศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผู้แต่งที่เป็นหน่วยงาน หรือสถาบัน :

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2547). หลัก

เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. ขอนแก่น : บริษัท เพ็ญพรินตัง จำกัด.

หนังสือที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง หรือผู้รับผิดชอบ :

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2546). กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.

3.2 หนังสือแปล

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่อง.// แปลโดย/ชื่อผู้แปล.// สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

เบต โรบิน และปาร์กิ้น ไมเคิล. (2553). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค ฉบับมาตรฐาน แปลโดย จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.

3.3 บทความในหนังสือ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// “ชื่อบทความ”.// ในชื่อบรรณาธิการหรือผู้รวบรวม.// ชื่อหนังสือ.// เลขหน้า.// สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2537). “การสร้างองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาประเทศไทยด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม”. ในวิจารณ์ พานิช, **บทบาทของการวิจัย : การท้าทายของทศวรรษใหม่**. 23-116. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

3.4 บทความในวารสาร

ผู้เขียนบทความ.// (วัน เดือน ปี).// “ชื่อบทความ.”// ชื่อวารสาร.// ปีที่(ฉบับที่)/: เลขหน้าที่อ้างอิง.

ตัวอย่าง

ศศิธร ธัญลักษณ์นันท์ และรุ่งโรจน์ พงศ์กิจวิthur. (กันยายน 2548). “ผลการเรียนรู้จากโครงการชุดวิชาการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.” **วารสารราชพฤกษ์**. 4(1) : 55-63.

3.5 บทความในหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียนบทความ.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ” .// ชื่อหนังสือพิมพ์.// เลขหน้า.

ตัวอย่าง

นิติภูมิ นวรัตน์. (9 ธันวาคม 2540). “คำทำนายของจอห์น ไนซ์บิตต์”. ไทยรัฐ. หน้า 2.

3.6 วิทยานิพนธ์

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อวิทยานิพนธ์.// ระดับวิทยานิพนธ์/สาขาวิชา/คณะ/
มหาวิทยาลัย

ตัวอย่าง

พัชชยา ทรงเสียงไชย. (2550). ความเจริญเติบโตของภาคเกษตรกับผลผลิตภาพการผลิต
ของภาคเกษตรไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์
เกษตร) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

3.7 เอกสารราชการ/เอกสารพิเศษ

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// “ชื่อเรื่อง” .// ชื่อเอกสาร.// หมายเลขฉบับ.// เลขหน้า.

ตัวอย่าง

กระทรวงศึกษาธิการ. (27 กันยายน 2542). “ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการ
แบ่งส่วนราชการในสถาบันราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา
พ.ศ. 2542” ราชกิจจานุเบกษา. ฉบับประกาศทั่วไป. เล่ม 116 ตอนพิเศษ
79 ง (12 ตุลาคม 2542) หน้า 21-22.

3.8 การสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์.// ตำแหน่ง (ถ้ามี).// สัมภาษณ์.// วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์.

ตัวอย่าง

ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง. คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. สัมภาษณ์.
22 เมษายน 2557.

3.9 อ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ

กรณีระบุรายละเอียดของเอกสารปฐมภูมิก่อน แล้วจึงระบุเอกสารทุติยภูมิค้นรายการ
ด้วยข้อความว่า “อ้างถึงใน” หรือ “Cited in”

ตัวอย่าง

ธงชัย สันติวงษ์. (2530). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช. อ้างถึง
ใน รุ่ง แก้วแดง. (2540). **รีเอนจิเนียริงระบบราชการไทย ภาค 2**. พิมพ์ครั้งที่
ที่ 3. กรุงเทพฯ : มติชน.

กรณีระบุรายการของเอกสารทุติยภูมิก่อน แล้วจึงระบุเอกสารปฐมภูมิ คำนวณการด้วย
ข้อความว่า “อ้างจาก” หรือ Citing

ตัวอย่าง

รุ่ง แก้วแดง. (2540). **รีเอนจิเนียริงระบบราชการไทย ภาค 2**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :
มติชน. อ้างจาก ธงชัย สันติวงษ์. (2530). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช.

3.10 โสตทัศนวัสดุ

ชื่อผู้จัดทำ.// (ปีที่เผยแพร่).// **ชื่อเรื่อง**.// (ระบุประเภทของโสตทัศนวัสดุด้วย).//
สถานที่ผลิต/หน่วยงานที่เผยแพร่.

ตัวอย่าง

สำนักวิจัยและบริการวิชาการ. (2546). **วิดีโอ การบรรยายพิเศษทาง
วิชาการเรื่อง “การฝึกอบรม การจัดทำข้อเสนอการวิจัยทาง
การศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”**. นครราชสีมา : ฝ่าย
ส่งเสริมและเผยแพร่การวิจัย สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.

3.11 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.1.1 บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์

ผู้แต่ง.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ.”// ชื่อวารสาร.// [ประเภทของสื่อ].// ปีที่
(ฉบับที่).// : เลขหน้าหรือความยาวของเนื้อเรื่อง.// แหล่งที่มา.// ชื่อ
แหล่งข้อมูล/ [วัน เดือน ปี ที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

ศิริพร เลิศยิ่งยศ. (มกราคม-เมษายน 2556). “โครงการจัดทำแผนชุมชน
ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบมีส่วนร่วมของคนในหมู่บ้านโคก
แฝก ตำบลขามทะเลสอ อำเภอขามทะเลสอ จังหวัด
นครราชสีมา.” **วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร**. [ออนไลน์].
22 (1) : 93-106. แหล่งที่มา : **ผดพลาต! การอ้างอิงไฮเปอร์
ลิงก์ไม่ถูกต้อง**. [30 เมษายน 2557].

3.1.2 บทความในหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้แต่ง.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ.”// ชื่อหนังสือพิมพ์.// [ประเภทของสื่อ].// เลขหน้าหรือความยาวของเนื้อเรื่อง.// แหล่งที่มา.:/ ชื่อแหล่งข้อมูล/ [วัน เดือน ปี ที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

บันลือศักดิ์ ปุสสะรังสี. (24 - 26 เมษายน พ.ศ. 2557). “จิ้นกับเศรษฐกิจ ฟองสบู่.” ฐานเศรษฐกิจ. [ออนไลน์]. 7 ย่อหน้า. แหล่งที่มา : http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=225229:2014-04-01-09-47-16&catid=189:2009-09-02-02-47-37&Itemid=542. [27 เมษายน 2557].

3.3.3 ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้ส่ง/(ที่อยู่ทางอีเมล).// (วัน เดือน ปี).// เรื่องที่ส่ง.// ผู้รับหรือE-mail to/ ชื่อผู้รับ (ที่อยู่ทางอีเมล)

ตัวอย่าง

พัชริน ดำรงกิตติกุล (Pacharin@trf.or.th). (24 เมษายน 2557). หลักสูตร นักวิชาการเพื่อสังคม. ผู้รับ เอกรัตน์ เอกศาสตร์ (ekarat10@yahoo.com).

3.3.4 แผ่นดิสเก็ต และซีดี-รอม

ผู้ผลิต.// (ปีที่ผลิต).// ชื่อเรื่อง.// [ประเภทของสื่อ].// สถานที่ผลิต.:/ ชื่อแหล่งผลิต.

ตัวอย่าง

ศุภชัย ยาวะประภาษ และปิยากร หวังมหาพร. (2555). นโยบายสาธารณะ ระดับท้องถิ่นไทย. [ซีดี-รอม]. กรุงเทพฯ : บริษัท จุลทอง จำกัด.

3.3.5 บทความ/สาระสังเขปออนไลน์

ผู้ผลิต.//(ปีที่ผลิต).//ชื่อเรื่อง.//[ประเภทของสื่อ].//แหล่งที่มา:/ชื่อ
แหล่งข้อมูล/[วันเดือนปีที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

สุรชาติ บำรุงสุข. (2556). **ทวิ์ปราชสาทหิน : ชวนเทียว ไม่ชวนทะเลาะ**.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.etatjournal.com/web/menu-download-zone/menu-dl-etatjournal/593-dl-tatjournal-22557>. [1 เมษายน 2557].



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กองบรรณาธิการ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
อาคาร 22 คณะวิทยาการจัดการ 340 ถนนสุนทรารายณ์ ตำบลในเมือง
อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000
โทรศัพท์ : 044-009-009 ต่อ 2215
Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>
E-Mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th