



คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Journal of Liberal Arts and Management Science
Kasetsart University

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2567

Vol.11
No.1

January - June 2024





วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัย ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ให้แก่บัณฑิต ในระดับบัณฑิตศึกษาคณาจารย์ นักวิจัย โดยมีขอบเขตรอบคลุมสาขาที่เกี่ยวข้องกับด้านศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้แก่ การบัญชี การเงิน การบริหาร การจัดการ การตลาด เศรษฐศาสตร์ การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์ การกีฬาและสหวิทยาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เจ้าของ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่ปรึกษา รองอธิการบดีวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก ท่านนิมิตกุลชัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรชกร	มหาวิทยาลัยนครพนม
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทเวตา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.โกวิทย์ พิมพวง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการดำเนินการประจำฉบับ

รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิธิ การสมดี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นติศกดิ์ ดอกจันทร์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันยารัตน์ สุขะวิธกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธุ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์สุวคนธ์ สมไพรพิทักษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวณิชชา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล อริยอากาศมล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์สุริยา ไตรยราช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรไพรริน อุปปิง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสสรดา พิชญาวีรนาถ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วารีศรี	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงนภา สุขะหุต	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ฝ่ายประสานงานและจัดการวารสาร

นางสาวชนิษฐา กิจปัญจทรัพย์

กำหนดการเผยแพร่	ปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน)
	ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน
	ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่ เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถานที่ติดต่อ กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
59/6 หมู่ 1 ถนน วปรอ.366 ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
โทรศัพท์ 042-725039 โทรสาร 042-725040
E-mail: id.journaloflams@gmail.com
Website: <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/jlams>

1. บทความวิจัย บทความวิชาการ ตลอดจนผลงานทางวิชาการทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน โดยประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดลักษณะ double blind review ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นที่สุด
2. ข้อความ และข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน กองบรรณาธิการและคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วย และมิใช่ความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการและคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
3. กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา
4. ลิขสิทธิ์บทความเป็นของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการและของผู้เขียนซึ่งได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนก่อน

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มุ่งมั่นที่จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังนั้น กองบรรณาธิการจึงให้ความสำคัญกับการเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งผ่านการคัดเลือกและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชาของบทความนั้น ๆ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการและสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้แก่นักวิจัย อาจารย์ นิสิตนักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจใช้ผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง

วารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2567) ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 9 เรื่อง ดังนี้ 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 2) คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของลูกค้า: หลักฐานเชิงประจักษ์จากองค์กรผลิตกระแสไฟฟ้าในประเทศจีน 3) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 4) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ 5) กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือเป็นศูนย์การเรียนรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย 6) ความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษา ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ 7) ความสุขทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย: การประยุกต์ใช้แนวทางการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักรเพื่อลดข้อจำกัดของข้อมูล 8) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลดีเด่นในประเทศไทย 9) ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กองบรรณาธิการ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความจะเป็นประโยชน์ต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ของนักวิจัย นักวิชาการและผู้อ่านทุกท่าน และมีส่วนร่วมในการต่อยอดความคิดแก้ไขปัญหาหรือต่อยอดการผลิตนวัตกรรมใหม่ ๆ สู่อุตสาหกรรมและสังคมไทยเพิ่มมากขึ้น

กองบรรณาธิการขอขอบคุณสำหรับการสนับสนุนด้วยดีเสมอมาจากทั้งผู้เขียนบทความและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ช่วยพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อความสมบูรณ์ของบทความ รวมถึงผู้อ่านทุกท่านที่ได้ติดตามวารสารมาโดยตลอด กองบรรณาธิการจะพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการวิชาการอย่างต่อเนื่อง และยินดีรับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย/บทความวิชาการ	หน้า
ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 <i>ภาวาม ดานะ ปัทมา สุริยกุล ณ อยุธยา และ จาริตา หินเฮาว์</i>	(1-19)
คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของลูกค้า: หลักฐานเชิงประจักษ์ จากองค์กรผลิตกระแสไฟฟ้าในประเทศไทย <i>อ้วน เฉิง ปีย์วรา พานิชวิทิตกุล และ จณัญญา วงศ์เสนา จงศิริ</i>	(20-35)
รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ บรรษัทภิบาลกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย <i>ปิยาภิศศักดิ์ เจียรสุคนธ์</i>	(36-56)
ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินต่อความเชื่อมั่นของ ผู้โดยสารในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ <i>นิสากร สุวรรณสิงห์ เนตร์ศิริ เรืองอริยภักดิ์ ศุภโชค สุทธิโชติ วราภรณ์ เสรียมจิตต์ พิมพ์ณดา พิพัฒน์เดชาวัชร ปภาดา มิตรยัม กิจติญาพร ไชยมงคล และ แพรว นิลพร้อม</i>	(57-71)
กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือเป็นศูนย์การเรียนรู้ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย <i>ไทยโรจน์ พวงมณี มาริษา ภิรมย์แทน เดอ เบลล์ และ อรทัย จิตไธสง</i>	(72-89)
ความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักรู้ต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษา ของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ <i>ปาริฉัตร บุญมา และ ทิชากร เกษรบัว</i>	(90-109)
ความสุขทางเศรษฐกิจศาสตร์จากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย: การประยุกต์ใช้แนวทางการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักรเพื่อลดข้อจำกัดของข้อมูล <i>รณกร กิติพชรเดชาธร ณัฐพล สิวีสพันธ์ และ พัชรี ผาสุข</i>	(110-128)

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย/บทความวิชาการ	หน้า
โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลดีเด่นในประเทศไทย <i>เพ็ญสิริ ภูวรกิจ ยุพาภรณ์ ชัยเสนา และ สุกัญญา ดวงอุปมา</i>	(129-141)
ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ <i>ยุพาภรณ์ ชัยเสนา เพ็ญสิริ ภูวรกิจ กัลยรัศม์ ทิณรัตน์ วไลพร พลอยวิเลิศ และ วนิตา บุญโฉม</i>	(142-153)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการป้องกันโรคโควิด 19

FACTORS AFFECTING TO THAI TOURIST DECISION MAKING OF THE MILLENNIAL AFTER THE RELAXATION OF PREVENTIVE MEASURES FOR COVID 19

ภางาม ดานะ¹ ปัทมา สุริยกุล ณ ออยุธยา^{2*} และ จาริตา หินเธาว์²

Phangam Dana¹ Pattama Suriyakul Na Ayudhya^{2*} and Jarita Hinthao²

(Received: June 14, 2023; Revised: September 29, 2023; Accepted: January 9, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูด และกระบวนการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว (2) ปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (3) ปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล 385 คน รวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยผลักดันโดยรวมนั้นอยู่ในระดับสูง (2) ปัจจัยดึงดูดโดยรวมนั้นอยู่ในระดับสูง (3) กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับสูง (4) ปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 คือ ตัวแปรด้านความต้องการด้านสังคม ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ ความต้องการด้านร่างกาย และความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม และ (5) ปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 คือ ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น ผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การกำหนดราคาทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล

คำสำคัญ: ปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูด กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มมิลเลนเนียล

¹ นิสิตปริญญาโท คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Graduate student, Faculty of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Assistant Professor, Faculty of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University

* Corresponding author, e-mail: Pattama.s@ku.th

Abstract

This research aims to study (1) Push factors pull factors and decision process (2) Push factors affecting to Thai tourist decision making (3) Pull factors affecting to Thai tourist decision making of the Millennial after the relaxation of preventive measures for COVID 19. The methodology is quantitative research, online questionnaires distributed to 385 sample millennials. Data were analyzed with descriptive statistics (percentage mean standard deviation), and multiple regression. The results showed that (1) The level of opinion on the push factor were at the high level (2) The level of opinion on the pull factor were at the high level (3) The level of opinion on the push decision process were at the high level (4) Push factors affecting Thai tourist decision making of the Millennial after the relaxation of preventive measures for COVID 19 with statistical significance at the 0.01 level include Social Need Novelty Needs Physiological Need and Culture Needs and (5) Pull factors affecting Thai tourist decision making of the Millennial after the relaxation of preventive measures for COVID 19 with statistical significance at the 0.01 level include Product Price and Place. As a result, the tourism department should prioritize of design and develop the tourism product, set the suitable price of tourism and create the variables of the channel of distribution (place) for motivate the traveling of the millennial.

Keywords: Push factor, Pull factor, Decision making on traveling, The millennial

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับการเดินทาง การติดต่อธุรกิจการค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ และเกี่ยวกับเทคโนโลยี ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการขยายตัวเป็นอย่างมาก ในช่วงปลายเดือนธันวาคม ปี 2562 มีรายงานผู้ป่วยที่มีอาการปอดอักเสบ เกิดจากเชื้อจุลินทรีย์ที่ไม่ทราบชื่อ ปรากฏขึ้นที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน และต่อมาเชื้อไวรัสนี้ถูกระบุว่าเป็นไวรัสที่ก่อเชื้อ และได้ทำการตั้งชื่อชั่วคราวว่า ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (Lu et al., 2020). การระบาดของโรคอุบัติใหม่โควิด 19 แพร่ระบาดไปทั่วโลก (Pandemic) มีจำนวนผู้ติดเชื้อสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ผลกระทบจากโรครุนแรงถึงขั้นเสียชีวิต ส่งผลให้รัฐบาลของแต่ละประเทศออกมาตรการควบคุมการระบาดของโรค เช่น การกำหนดมาตรการเว้นระยะห่าง (Social Distancing) มาตรการห้ามเคลื่อนย้ายประชากร (Lockdown) ทำให้การเดินทางหยุดชะงัก ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ผู้คนต้องทำงานจากที่บ้าน (Work from home) ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการทั่วโลกได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก

จากรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2563 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสะสม 6.70 ล้านคน หดตัวร้อยละ 83.21 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศสะสม 90.56 ล้านคน-ครั้ง หดตัวร้อยละ 47.58 มีรายได้สะสมจากการท่องเที่ยว 0.48 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 55.40 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ซึ่งเป็นผลกระทบจากการเกิดการระบาดของโรค

โควิด 19 รัฐบาลจึงได้ออกมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้เกิดการจับจ่ายใช้สอย และมีเงินหมุนเวียนในประเทศ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โดยรัฐบาลสนับสนุนค่าโรงแรมที่พัก ตัวเครื่องบิน ค่าอาหาร ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ในอัตราร้อยละ 40 ประชาชนชำระเองร้อยละ 60 เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบหนัก และยังไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางเข้ามาในประเทศได้ แต่ในขณะเดียวกันการกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยของคนในประเทศของทางรัฐบาล นอกเหนือจากงบประมาณในส่วนของรัฐบาลแล้ว ยังต้องอาศัยกำลังทรัพย์ของประชาชนในการออกมาใช้จ่ายด้วย และหากพิจารณาแล้วกลุ่มคนที่มีเพียงพอมีกำลังทรัพย์เหลืออยู่จากช่วงวิกฤตโควิด 19 คือ กลุ่มคนวัยทำงานที่ยังมีรายได้ประจำ และเมื่อพิจารณาช่วงอายุจะตรงกับคนกลุ่มมิลเลนเนียล ดังนั้น คนกลุ่มวัยทำงานจึงถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการช่วยฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นี้

กลุ่มมิลเลนเนียล หรือกลุ่มเจนเอชเอ็นวาย คือคนที่เกิดในปี พ.ศ. 2525 ถึง พ.ศ. 2547 หรือ ค.ศ. 1982-2004 (Strauss & Howe, 1991) ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2565 มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนวัยเรียน วัยทำงาน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญที่ขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบัน (Ketter, 2021) ในประเทศไทย ข้อมูล ณ เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 มีประชากรทั้งหมดประมาณ 66 ล้านคน มีประชากรกลุ่มมิลเลนเนียล จำนวน 20,993,232 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2565) หรือคิดเป็น 1 ใน 3 ของประชากรทั้งประเทศ คนกลุ่มนี้เติบโตในช่วงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เช่น การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างไร้ขีดจำกัด ทั้งในชีวิตประจำวันและทางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นช่วงของการพัฒนาด้านคมนาคมขนส่ง ทำให้การเดินทางมีความสะดวกมากขึ้น (Liu et al., 2019) สำหรับกลุ่มมิลเลนเนียลการสร้างประสบการณ์ชีวิต และใช้ชีวิตให้มีความสุขถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีความกระตือรือร้นสูงที่จะเดินทางท่องเที่ยว เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ อีกทั้งเสาะแสวงหาเสรีภาพและความยืดหยุ่นในการท่องเที่ยว และมองว่าการเดินทางคือโอกาสที่จะได้สำรวจโลกและค้นหาตัวเอง (Ketter, 2021) จากการสำรวจเทรนด์การใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในปี 2018 คนกลุ่มมิลเลนเนียลในสหรัฐอเมริกา ใช้เงินจำนวน 6,800 ดอลลาร์สหรัฐไปกับการเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุด และมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นอีกในอนาคต (Vicki, 2017) สำหรับในประเทศไทย จากงานวิจัยในอดีตของ วนิดา เลิศพิพัฒน์นันท์ (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย Gen Y มีพฤติกรรมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ชอบการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ เดินทางท่องเที่ยวปีละ 1-3 ครั้ง ผู้ร่วมเดินทางเป็นคนในครอบครัว จำนวน 1-3 คน นิยมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งแบบ 3 วัน 2 คืน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งประมาณคนละ 1,000 - 3,000 บาท เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยรถยนต์ และสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

จากปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงของบริบทการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อันส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวหยุดชะงักและความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลต่อการกระบวนกรตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 เพื่อทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระบวนกรตัดสินใจและเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวสามารถดึงดูด จูงใจ ตอบสนองความต้องการ และกระตุ้นการเดินทางในช่วงภายหลังจากการผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยผลกีดกัน ปัจจัยดึงดูด และกระบวนการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19
2. เพื่อศึกษาปัจจัยผลกีดกันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19
3. เพื่อศึกษาปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจผลกีดกันและดึงดูดในการท่องเที่ยว

Dann (1977) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว โดยมีการจำแนกแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แรงจูงใจปัจจัยผลกีดกัน และแรงจูงใจปัจจัยดึงดูด

ปัจจัยผลกีดกัน คือ สิ่งที่อยู่ภายในตัวนักท่องเที่ยว อาจจะอยู่ในรูปแบบของวัตถุประสงค์ ความปรารถนา หรือปัญหาต่าง ๆ ภายในจิตใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่จูงใจให้เขาต้องเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแก้ไข หรือจัดการกับปัญหานั้น ๆ เช่น ความต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมเดิม ๆ ความคิดถึง ความต้องการแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ เป็นต้น

ปัจจัยดึงดูด คือ สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ทะเล แสงแดด ซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามากพอที่จะตอบสนองวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

Dann (1977) อ้างโดย นรพล เกตุทัต (2557) กล่าวว่า ปัจจัยผลกีดกันด้านการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่อยู่ภายในตัวบุคคลและส่งผลกระทบต่อคนเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยความต้องการ 5 ข้อ ดังนี้

1. ความต้องการตอบสนองทางด้านร่างกาย (Physiological Need) เช่น ความต้องการพักผ่อน ความต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมเดิม ๆ ที่พบเจอในทุก ๆ วัน
2. ความต้องการด้านสังคม (Social Need) เช่น ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น ต้องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีภายในครอบครัว
3. ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม (Culture Needs) เช่น ความต้องการพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ ความต้องการพบปะ เรียนรู้ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น ในที่ที่เดินทางไปท่องเที่ยว
4. ความต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง (Esteem Need) เช่น ความต้องการเป็นที่ชื่นชม ยกย่อง นับถือจากการได้เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม
5. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ (Novelty Needs) เช่น การเดินทางเพื่อศึกษาเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ ในสถานที่ใหม่ ๆ ซึ่งมีความแตกต่างจากสถานที่เดิมที่เป็นถิ่นพำนักของตน เช่น การศึกษาต่อในต่างประเทศ เป็นต้น

โดยปัจจัยผลกีดกันทางการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นก่อน จากนั้นปัจจัยดึงดูดจะเกิดขึ้นตาม กล่าวคือ บุคคลต้องเกิดความต้องการจากภายในก่อน แล้วปัจจัยภายนอกจึงจะดึงดูดให้ไปท่องเที่ยว เช่น บุคคลเกิดการเหนื่อยล้าจากการทำงาน การเบื่อหน่ายสภาพแวดล้อมเดิม ๆ จะส่งผลให้เกิดความต้องการอยากจะทำท่องเที่ยว จากนั้นตัวนักท่องเที่ยวจึงจะแสวงหาและตัดสินใจ

เดินทางไปยังสถานที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ โดยอาจจะพิจารณาจากความน่าสนใจ และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยว

Kusumaningrum and Wachyuni (2020) ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มทางการท่องเที่ยวภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากประเภทของนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการเดินทาง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ชาวอินโดนีเซีย จำนวน 100 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี หรือเรียกว่ากลุ่มมิลเลนเนียล มีความตั้งใจที่จะเดินทางหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 มีจุดหมายปลายทางคือการเดินทางภายในประเทศ โดยสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ระยะเวลาในการเดินทาง 1-4 วัน โดยนักท่องเที่ยวประเภทนักท่องเที่ยวทัศนอาจร ให้ความสนใจเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ไม่เคยไป นักท่องเที่ยวประเภทนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเกี่ยวกับการเดินทางไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติและปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบอิสระให้ความสนใจเกี่ยวกับการไปท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นแบบหมู่คณะให้ความสนใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวคือ ความต้องการด้านร่างกาย การต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ (Physical on physiological motivation) ความต้องการสร้างความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิดตัว เช่น เพื่อน หรือคนรัก (Interpersonal motivation) ความต้องการแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ (Fantasy motivation) ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม (Cultural motivation) และความต้องการเติมเต็ม ต้องการความภาคภูมิใจตนเอง (Social motivation)

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ Dann (1997) และผลการวิจัยด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของ Kusumaningrum and Wachyuni (2020) มาปรับใช้เป็นปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยว (Push Factors) สำหรับบริบทการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 ในส่วนของปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวมีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนดตัวแปรปัจจัยดึงดูดที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยในอดีตของ วรากร คำปลิว, บังอร ฉัตรรุ่งเรือง, และ ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ (2559) ได้นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7P's เป็นตัวแปรปัจจัยดึงดูด ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ในงานวิจัยของ Prihatin and Syahnur (2020) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) เป็นตัวแปรปัจจัย ส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในเมืองมาเก๊า และมิงงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในบริบทของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Hasan and Islam (2020) ศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา คูมิลล่า สาธารณรัฐประชาชนบังกลาเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 5 ปัจจัยมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว (Product) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว (Physical evidence) ปัจจัยด้านราคาการท่องเที่ยว (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านบุคลากร (People) แต่ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมโปรโมชั่น (Promotion) และกระบวนการทางการท่องเที่ยว (Process) ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรปัจจัยดึงดูดที่มี

อิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19

ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

สิรินี ว่องวิไลรัตน์ (2560) ได้อธิบายความหมายของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ไว้ว่ามียอดประกอบ ดังนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่จะเสนอขายให้กับผู้บริโภค บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม เช่น ความสะอาด ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น (2) ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งราคามีความเชื่อมโยงกับกระบวนการให้บริการ การตั้งราคาต้องมีความสอดคล้องกับอำนาจการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งราคาที่ใช้จ่ายมีส่วนตัดสินใจเลือกใช้บริการ (3) สถานที่ (Place) หมายถึง สถานที่ตั้งของสถานที่ให้บริการ หรือหมายถึง การจัดสถานที่ในการให้บริการที่ได้รับความสะดวกสบายในการรับบริการ หรือการส่งมอบสู่ลูกค้า และเวลาในการส่งมอบ (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าตอบสนองต่อสินค้าและบริการ เช่น การตระหนักและรู้จักตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้และตัดสินใจซื้อ และซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้า ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน และการตลาดทางตรง (5) บุคลากรผู้ให้บริการ (People) เป็นบุคคลทั้งหมดในองค์กร ที่มีส่วนร่วมในการผลิตและส่งมอบสินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภค (6) กระบวนการในการให้บริการ (Process) เป็นกระบวนการในการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า ตั้งแต่เริ่มการเริ่มให้บริการจนถึงสิ้นสุดกระบวนการให้บริการ โดยส่วนนี้จะต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการส่งมอบ และคุณภาพต่าง ๆ ของสินค้าและบริการ และ (7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ลูกค้ามองเห็น เช่น ตกแต่งสถานที่ ความสะอาด อุปกรณ์เครื่องมือที่ช่วยในการให้บริการ การแต่งกายของพนักงานต้อนรับ เป็นต้น

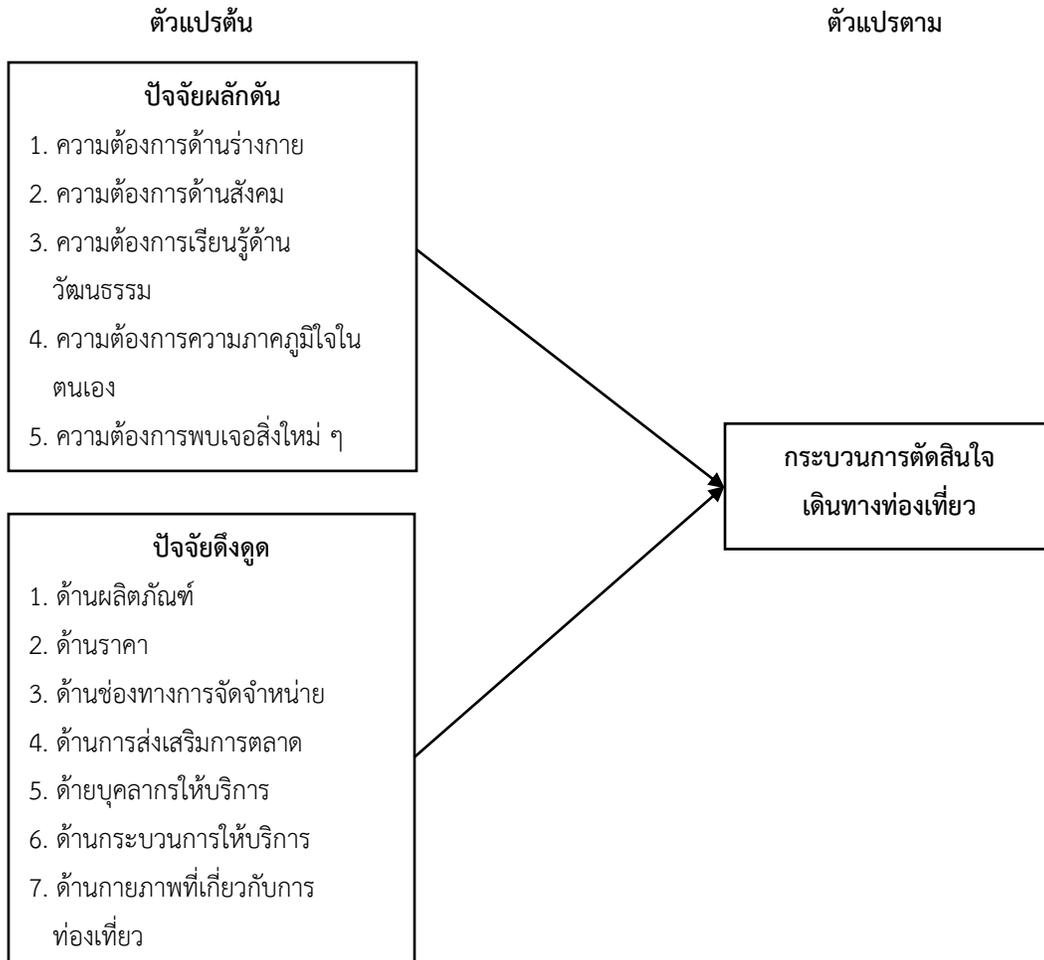
ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

Kotler (2002) ได้อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่า เป็นกระบวนการตัดสินใจที่มี 5 ขั้นตอน เริ่มจาก (1) การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) คือ การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการ หรือรับรู้ปัญหา ความต้องการนี้ถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายในบุคคล เมื่อความต้องการภายในเหล่านี้มีมากขึ้นจะเกิดเป็นแรงผลักดัน และบุคคลจะเริ่มเรียนรู้ว่าจะต้องควบคุม หรือตอบสนองสิ่งเหล่านี้อย่างไร เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจของตน (2) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคอาจมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่ตนสนใจหรือสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ ความต้องการนั้นอาจเพิ่มมากขึ้นจากสิ่งเร้าต่าง ๆ โดยการหาข้อมูลของผู้บริโภคมักมีหลายแหล่งข้อมูล ได้แก่ แหล่งข้อมูลส่วนบุคคล แหล่งข้อมูลทางการค้า แหล่งข้อมูลสาธารณะ แหล่งข้อมูลประสบการณ์ แหล่งทดลอง เมื่อผู้บริโภคมีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนสนใจมากพอ ก็จะนำไปสู่ขั้นที่ (3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะประเมินเปรียบเทียบ วิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์จากข้อมูลที่ได้แสวงหามา เพื่อทำการตัดสินใจเลือกสิ่งที่เหมาะสม และนำไปสู่ขั้นที่ (4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตนสนใจ แต่การตัดสินใจซื้ออาจมี 2 ปัจจัยหลัก ที่เป็นตัวกำหนดการซื้อได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติของบุคคลรอบข้าง และปัจจัยด้านสถานการณ์ที่ไม่คาดฝัน (5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังการซื้อผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคอาจเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

ขึ้นอยู่กับสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผลิตภัณฑ์ที่มีให้แก่ผู้บริโภค หากผลิตภัณฑ์นั้นต่ำกว่าความคาดหวังก็จะนำมาซึ่งความไม่พึงพอใจของผู้บริโภค แต่ถ้าผลิตภัณฑ์เกินความคาดหวังหรือเป็นไปตามความคาดหวังก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การบ่งชี้ถึงปัญหา หรือการตระหนักถึงความจำเป็น (problem identification/ felt need) ปัจจัยที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ “ความจำเป็น” เป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ความจำเป็นจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดช่องว่างระหว่างสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีอยู่แล้ว กับสิ่งที่เขาต้องการ ซึ่งช่องว่างดังกล่าว เรียกว่า “ความพร่องของความจำเป็น (need deficiencies)” เมื่อนักท่องเที่ยวตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องเดินทางท่องเที่ยว ความจำเป็นจะกลายเป็น “ความต้องการ” โดยในขั้นตอนนี้ นักท่องเที่ยวจะกำหนดถึงความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงขึ้น เพื่อมาตอบสนองความจำเป็นที่เกิดขึ้น และความต้องการนี้เองได้กระตุ้นเร้า หรือ “จูงใจ” ให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (2) การค้นหาข้อมูลและการประเมินข้อมูล (information search and evaluation) เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวพยายามค้นหาข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวให้มากที่สุด และทำการประเมินข้อมูลนั้น ๆ สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวต้องค้นหาและประเมินข้อมูล ได้แก่ นักท่องเที่ยวมักจะรู้สึกถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการเดินทางท่องเที่ยว หรือการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ก่อนที่จะทำการซื้อ จึงต้องพยายามลดความเสี่ยงนั้น โดยการหาข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือให้มากที่สุด ซึ่งการค้นหาและประเมินข้อมูลก่อนการเดินทางนั้นเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้สืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล แหล่งข้อมูลทางการค้า หรือแหล่งข้อมูลที่เป็นธุรกิจทางการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ หรือสมาคมทางการท่องเที่ยว จากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเอง และหนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว (3) การตัดสินใจซื้อ หรือการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (purchase or travel decision) เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกตัวเลือกทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่สุดกับสถานการณ์และปัจจัยต่าง ๆ ของตนเอง ตลอดจนเชื่อว่าตัวเลือกนั้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่เป็นผลมาจากการประเมินข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกต่าง ๆ ออกไป จนเหลือเพียงตัวเลือกเดียวเท่านั้น (4) การได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว (travel experience) เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวได้ทำการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวจริง ๆ ช่วงเวลาของขั้นตอนนี้จะเริ่มนับตั้งแต่เมื่อนักท่องเที่ยวออกเดินทางจาก “จุดเริ่มต้นของการเดินทาง (departure point or origin)” จนกระทั่งเขาได้เดินทางมาถึง “จุดสิ้นสุดของการเดินทาง” (5) การประเมินผลประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้รับ (experience evaluation) การเดินทางของนักท่องเที่ยวจะสิ้นสุดลง เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาถึง “จุดสิ้นสุดของการเดินทาง” ซึ่งก็คือจุดที่นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการทางการท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้ายจนเสร็จสิ้นกระบวนการแล้ว นักท่องเที่ยวจะประเมินผลประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้รับ โดยผลของการประเมินอาจจะแตกต่างกันไป เช่น ประเมินในลักษณะของประโยชน์ หรือผลที่ได้รับ เช่น ความสนุกสนาน การได้รับความรู้ใหม่ ๆ หรือการได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีจากธุรกิจนำเที่ยว หรืออาจจะประเมินในรูปแบบของความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคตหรือไม่ นอกจากนี้ยังประเมินในรูปของความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิด และตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล เป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2525 – พ.ศ. 2547 (อายุ 18 – 40 ปี ในปี พ.ศ. 2565) ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วงการผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ใช้คำถามคัดกรองเพื่อเป็นการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวอย่างโดยวิธีการไม่ใช่ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้สูตรของ Cochran (1997) โดยกำหนดสัดส่วนประชากร 0.5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

4.2 การสร้างและพัฒนาคุณภาพเครื่องมือ

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยสร้างขึ้นจากทฤษฎีจากกรอบแนวคิด โดยวิธีการสร้างตารางเปรียบเทียบระหว่าง ตัวแปร นิยามศัพท์ และรายการข้อคำถาม และทำการเสนอผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความถูกต้อง และปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วยส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยผลักดันด้านการท่องเที่ยว เป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 11 ข้อ ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยดึงดูดด้านการท่องเที่ยว เป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 22 ข้อ ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจในการท่องเที่ยว เป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 13 ข้อ และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ และมีคำถามคัดกรอง 2 ข้อ ดังนี้

(1) ท่านเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2525 ถึง พ.ศ. 2547 (หรือมีอายุระหว่าง 18 ถึง 40 ปี) ใช่หรือไม่

() ใช่

() ไม่ใช่ (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

(2) ท่านเคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วงปี 2565 หรือไม่

() เคย

() ไม่เคย (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

เมื่อแบบสอบถามผ่านการตรวจโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try out) โดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด จากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล จากนั้นทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Analysis) โดยการทดสอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้ไม่ต่ำกว่า 0.6 (Hair et al., 2010) ซึ่งพบว่า ค่าความเชื่อมั่นได้ค่าระหว่าง 0.847-0.963 ผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Variable	Cronbach's alpha
Push Factors	.847
Pull Factors	.963
Decision Process	.876

จากนั้นทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Google forms โดยการส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางสื่อ Social media เช่น Facebook Line และ Youtube โดยการส่งลิงค์แบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง และการโพสต์ผ่านกระดานสนทนาในกลุ่มท่องเที่ยว และโพสต์ในกระดานสนทนาของผู้วิจัยเอง เมื่อมีผู้ตอบแบบสอบถามครบตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของแบบสอบถาม และทำการบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

4.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยผลึกตัน ปัจจัยดึงดูด และกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบความสัมพันธ์ด้านปัจจัยผลึกตันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และทดสอบความสัมพันธ์ด้านปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.2 มีช่วงอายุระหว่าง 26-33 ปี ร้อยละ 54.3 มีภูมิลำเนาอยู่ที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 44.4 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 90.9 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.2

ผลการวิจัยปัจจัยผลึก ปัจจัยดึงดูด และกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว การทดสอบสมมติฐานประเด็นปัจจัยผลึกตันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และการทดสอบสมมติฐานประเด็นปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังการผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19

ตารางที่ 2 ระดับความสำคัญของปัจจัยผลึกตันที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็นความคิดเห็นด้านปัจจัยผลึกตัน	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความต้องการด้านร่างกาย	4.07	.574	สำคัญมาก
2. ความต้องการด้านสังคม	3.88	.776	สำคัญมาก
3. ความต้องการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม	3.78	.845	สำคัญมาก
4. ความต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง	3.61	.922	สำคัญมาก
5. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ	4.18	.688	สำคัญมาก
ภาพรวมประเด็นความคิดเห็นด้านปัจจัยผลึกตัน	3.92	.487	สำคัญมาก

ผลการวิจัย พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยผลึกตันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) และเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่าทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ ($\bar{X} = 4.18$) ความต้องการด้าน

ร่างกาย ($\bar{X} = 4.07$) ความต้องการด้านสังคม ($\bar{X} = 3.88$) ความต้องการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.78$) ความต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ระดับความสำคัญของปัจจัยดึงดูด	\bar{X}	S.D	การแปลผล
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.17	.522	สำคัญมาก
2. ปัจจัยด้านราคา (Price)	4.16	.648	สำคัญมาก
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.86	.745	สำคัญมาก
4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.95	.988	สำคัญมาก
5. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)	4.07	.635	สำคัญมาก
6. ปัจจัยด้านกายภาพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Physical Evidence)	4.15	.668	สำคัญมาก
7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.16	.651	สำคัญมาก
ภาพรวมระดับความสำคัญของปัจจัยดึงดูด	4.08	.497	สำคัญมาก

ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยดึงดูดรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยดึงดูดทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมา 2 อันดับเท่ากัน คือ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{X} = 4.16$) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.16$) ปัจจัยด้านกายภาพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.15$) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.07$) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.95$) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นด้านกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็นความคิดเห็นด้านกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. ท่านเกิดความต้องการท่องเที่ยวเมื่อรู้สึกเหนื่อยล้า เครียด หรือต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจในการดำเนินชีวิต	4.30	0.728	สูงที่สุด
2. ท่านเกิดความต้องการท่องเที่ยว เมื่อพบเห็นการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือการรีวิวประสบการณ์ท่องเที่ยว ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ	4.09	0.824	สูง
3. ท่านแสวงหาข้อมูลก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	4.15	0.777	สูง
4. ท่านแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลที่ท่านเชื่อถือ	3.90	0.799	สูง
5. ท่านแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ เช่น สื่อด้านการท่องเที่ยว องค์กรจัดอันดับเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	3.85	0.898	สูง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็นด้านกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D	แปลผล
6. ท่านแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวโดยตรง เช่น เว็บไซต์ หรือสอบถามจากพนักงานโดยตรง	4.03	0.838	สูง
7. ท่านมีการเปรียบเทียบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	4.19	0.781	สูง
8. ท่านมีการกำหนดมาตรฐาน จัดเตรียมข้อมูล และกำหนดคุณค่าที่จะได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	4.05	0.832	สูง
9. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในสถานที่ที่ตอบสนองความต้องการของท่านได้	4.24	0.770	สูงที่สุด
10. ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เมื่อมีการจัดโปรโมชั่นทางการท่องเที่ยว	3.91	0.899	สูง
11. ท่านมีความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวที่ท่านเลือก	4.18	0.764	สูง
12. ท่านจะบอกต่อความประทับใจ หรือแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยว และแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยว	4.06	0.821	สูง
13. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ	4.11	0.821	สูง
ภาพรวมความคิดเห็นด้านกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	4.08	0.456	สูง

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นความคิดเห็นด้านกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.08$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุดจำนวน 2 ข้อ เรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ท่านเกิดความต้องการท่องเที่ยวเมื่อรู้สึกเหนื่อยล้า เครียด หรือต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจในการดำเนินชีวิต ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมา ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในสถานที่ที่ตอบสนองความต้องการของท่านได้ ($\bar{X} = 4.24$)

สมมติฐานที่ 1 (H₁): ปัจจัยผลักดัน ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม มิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ด้านปัจจัยผลักดัน

Push Factors	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std.Error	Beta		
Constant	1.978	.179		11.035	<.001*
Physiological Need	.160	.039	.202	4.108	<.001*
Social Need	.136	.028	.231	4.891	<.001*
Culture Needs	.083	.027	.153	3.033	.003*
Esteem Need	.008	.025	.017	.341	.733
Novelty Needs	.139	.030	.209	4.616	<.001*

R = .537, R² = .288, AdjR² = .279, F = 30.698, p < .001*

ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังการผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 ด้วยตัวแปรปัจจัย ผลักดัน ด้านความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการด้านสังคม ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม ความต้องการความภาคภูมิใจ ในตนเอง ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ พบว่า ตัวแปรปัจจัยผลักดัน ด้านความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการด้านสังคม ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ สามารถร่วมพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถร่วมพยากรณ์ได้ร้อยละ 28.8 ($R^2 = 0.288$) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พหุคูณ เท่ากับ 0.537 จึงยอมรับสมมติฐานบางส่วน สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มาเขียนสมการกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว = $1.978 + 0.160$ ความต้องการด้านร่างกาย + 0.139 ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ + 0.136 ความต้องการด้านสังคม + 0.083 ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม

สมมติฐานที่ 2 (H₂): ปัจจัยดึงดูด ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังการผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ด้านปัจจัยดึงดูด (7P's)

Pull Factors	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std.Error	Beta		
Constant	1.373	.151		9.114	<.001*
Product	.333	.048	.381	6.943	<.001*
Price	.139	.036	.198	3.892	<.001*
Place	.056	.021	.122	2.688	.008*
Promotion	.062	.032	.102	1.970	.050
People	.007	.036	.010	.200	.842
Process	.034	.036	.048	.938	.349
Physical Evidence	.026	.038	.039	.702	.483

$R = .689, R^2 = .475, AdjR^2 = .465, F = 48.505, p < .001^*$

จากตาราง การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังการผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 ด้วยตัวแปรปัจจัยดึงดูด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกายภาพที่เกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถร่วม พยากรณ์กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถร่วมพยากรณ์ได้ร้อยละ

47.5 ($R^2 = 0.475$) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.689 จึงยอมรับสมมติฐานบางส่วน สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มาเขียนสมการถดถอยการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ ดังนี้

ถดถอยการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว = 1.373 + 0.333 ผลិតภัณฑ์ + 0.139 ราคา + 0.056 ช่องทางการจัดจำหน่าย

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยผลักดันของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ รองลงมาคือ ความต้องการด้านร่างกาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธศักดิ์ กำจร และ จินณพัช ปทุมพร (2565) ศึกษาเรื่องแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยววิถีเมืองของกลุ่มมิลเลนเนียลในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวของกลุ่มมิลเลนเนียล มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยผลักดันด้าน ต้องการประสบการณ์/ เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) ที่พบว่าปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y คือ ปัจจัยผลักดันด้านความต้องการของร่างกายและจิตใจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรวงรักษ์ จารุสมบัติ (2565) ที่พบว่าพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มเจนเออร์แซนวาย ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เหตุผลหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การพักผ่อน

ปัจจัยดึงดูดของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนียา กิตติภาคย์พุทธ, ทัตษกร ศรีสุข, และ อศนีย์ ณ น่าน (2563) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยพร ศุภนิมิตวิเศษกุล และ ขวลิย์ ณ ถลาง (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยวภายใต้ โควิด 19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์สูงสุด ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์ และ เสรี วงษ์มณฑา (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีภาพรวมในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ สถาพร เกียรติพิริยะ และ วิหิตา นาคสุข (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงาน พบว่าคนวัยทำงานท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ทศนียา กิตติภาคย์พุทธ, ทัตษกร ศรีสุข, และ อศนีย์ ณ น่าน (2563) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง พบว่าการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ กัญญารัตน์ บุญนำ (2565) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ กรณีศึกษา คนเจนเนอร์เรชั่น Y พบว่าการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงความต้องการในการตัดสินใจท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อนมากที่สุด

ปัจจัยผลักดัน ด้านความต้องการด้านร่างกาย ด้านความต้องการด้านสังคม ด้านความต้องการด้านวัฒนธรรม และด้านความต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Potti, Nair, and George (2023) ศึกษาเรื่องปัจจัยผลักและปัจจัยดึงในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภายใต้บริบทการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 กรณีศึกษา รัฐเกรละ ประเทศอินเดีย พบว่าปัจจัยผลักดันที่นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวคือ การต้องการใช้เงินไปเพื่อประสบการณ์ทางธรรมชาติและ วัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ นิमित ชื่นสั้น (2562) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาถนนวัฒนธรรม กรณีศึกษาถนนวัฒนธรรมหลายใหญ่ จังหวัดภูเก็ต พบว่าองค์ประกอบของแรงจูงใจหลัก ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย การเติมเต็มความต้องการส่วนตัว การแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ และการหลีกเลี่ยงความจำเจ สอดคล้องกับ สิริธัญญา ชาติเผือก และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ สอดคล้องกับ ฉัตรชัย อินทสังข์ และดุขฎิ เทียมเทศ บุญมาทรงสูง (2562) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงชุมชนกลุ่มมิลเลนเนียล: กรณีของบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวคือ พักผ่อนหย่อนใจและแสวงหาความรู้ และเหตุผลของการท่องเที่ยวคือ เพื่อหาประสบการณ์

ปัจจัยดึงดูด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Prihatin and Syahnur (2020) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในเมืองมากัสซาร์ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับ สิริธัญญา ชาติเผือก และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับ ทินกร สุมิพันธ์ และ กิตติ แก้วเขียว (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วยประสมการตลาด และอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สอดคล้องกับ Hasan and Islam (2020) ศึกษาเรื่องผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา คูมิลลา สาธารณรัฐประชาชนบังกลาเทศ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 5 ปัจจัยมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว (Product) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว (Physical evidence) ปัจจัยด้านราคาการท่องเที่ยว (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านบุคลากร (People)

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. จากการศึกษาประเด็นที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังจากผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 ดังนี้

1.1 ปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความต้องการด้านสังคม นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสำคัญกับประเด็นการเดินทางเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และคนรอบข้าง เนื่องจากงานวิจัยนี้ได้ทำการวิจัยในช่วงสถานการณ์การผ่อนปรนมาตรการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างอิสระมาเป็นเวลานาน อาจส่งผลทำให้มีการพบปะกับบุคคลอื่นน้อย อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีนิสัยที่ชอบสร้างประสบการณ์ชีวิต ชอบเข้าสังคม ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เน้นการทำกิจกรรมร่วมกัน ระหว่างนักท่องเที่ยวกับครอบครัวที่เดินทางมาร่วมกัน หรือการทำกิจกรรมร่วมกันของพนักงานผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นการกระตุ้นให้เกิดการทำกิจกรรมทางสังคม ภายใต้อามาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และมีการรักษาความสะอาดตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข และหากเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 คลี่คลาย ภาครัฐและเอกชนควรมีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เป็นการรวมตัว พบปะกันของคนหมู่มาก เพื่อเป็นการกระตุ้นปัจจัยด้านความต้องการทางสังคม เช่น การจัดงานเทศกาลดนตรี การจัดคอนเสิร์ต การจัดงานประเพณีสืบสานวัฒนธรรม เป็นต้น

1.2 ปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสำคัญกับประเด็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นเพื่อเป็นการดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อีกทั้งควรมีการปรับรูปแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของการท่องเที่ยวแบบวิถีใหม่ (New normal) เช่น การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบ Virtual tourism เพื่อให้ตอบสนองกับรูปแบบชีวิตของคนกลุ่มมิลเลนเนียล ที่ชอบความสะดวก รวดเร็ว ชื่นชอบการใช้เทคโนโลยีเชื่อมต่อกันแบบไร้ขีดจำกัด และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 อีกทั้งภาครัฐและเอกชนควรส่งเสริมให้มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นการรักษาเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวไว้ เช่น การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรักษาความสะอาด รักษาสิ่งแวดล้อม การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. จากการศึกษาประเด็นปัจจัยผลักดันที่นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านความต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง และปัจจัยดึงดูดที่นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด

2.1 ด้านการต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลมีระดับความคิดเห็นในประเด็น การเดินทางเพื่อได้รับการยกย่องนับถือน้อยที่สุด ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น การสร้าง Story Telling ให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการบอกเล่าเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน กิจกรรมการนั่งรถรางชม

เมือง หรือ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวหรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น การจัดกิจกรรมเส้นทางคาราวะ พระ สักการะพญานาคริมฝั่งน้ำโขง เป็นต้น

2.2 ด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลมีระดับความคิดเห็นในประเด็นการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวผ่านการออกบูธกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์ มีความชำนาญการใช้เทคโนโลยี ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านการออกบูธจึงมีความสำคัญน้อย อีกทั้งในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ผู้คนเลี่ยงการเดินทาง การร่วมกิจกรรม และปรับมาใช้บริการในรูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ภาครัฐและเอกชนควรปรับรูปแบบการประชาสัมพันธ์มาเป็นรูปแบบออนไลน์ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะจะทำให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย เช่น การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวผ่านการโฆษณาในสื่อโซเชียลมีเดีย ประเภทต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube เป็นต้น อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับเรื่องการจัดให้มีพนักงานบริการให้ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ประสานงานได้รวดเร็ว และเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยหลักด้านอื่น ๆ ร่วมด้วย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านความเชื่อ ศาสนา เป็นต้น
2. ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจมีการปรับเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่าง จากงานวิจัยที่เน้นเฉพาะกลุ่มมิลเลนเนียล เป็นกลุ่มคนทุกช่วงอายุ หรือ Generation อื่น เพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. ในส่วนของการศึกษาปัจจัยดึงดูดควรมีการปรับเปลี่ยนปัจจัยตามความเหมาะสมของสถานการณ์ เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม เป็นต้น

8. เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวเดือนธันวาคม 2563*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2565, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20210217155048.pdf
- กัญญารัตน์ บุญนำ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรอบเกาะรัตนโกสินทร์ กรณีศึกษาคนเจนเอเรชั่น Y. *วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย*, 16(2), 44-59. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ssajournal/article/view/257567>
- ฉัตรชัย อินทสังข์ และ ดุษฎี เทียมเทศ บุญมาทรงสูง. (2562). การศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงชุมชนกลุ่มมิลเลนเนียล: กรณีของบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 6(1), 1-12. <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam/article/view/3060>
- ชัยพร ศุภนิมิตวิเศษกุล และ ขวลิย์ ณ ถลาง. (2565). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว ภายใต้วิกฤติโควิด19. *วารสารร่วมพฤษ์ มหาวิทยาลัยเกริก*, 40(2), 69-88. <https://romphruekj.krirk.ac.th/docs/romphruek-journal-ปีที่-40-ฉบับที่-2>
- ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์ และ เสรี วงษ์มณฑา. (2562). ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(1), 16-27.

- ทัศนียา กิตติภักย์พฤทธ์, ทัศขจร ศรีสุข, และ อัครนิษฐ์ ฌ น่าน. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(3), 72-84. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/254841>
- ทินกร สุมิพันธ์ และ กิตติ แก้วเขียว. (2563). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารการบริหารและจัดการ*, 10(2), 1-13.
- นรพล เกตุทัต. (2557). *แรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิมิต ชูนสั้น. (2562). การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาถมนวนวัฒนธรรม กรณีศึกษาถมนวนวัฒนธรรมหลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 39(2), 16-31. https://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/journal_book.php?journal_id=59
- พุทธศักดิ์ กำจร และ จินณพัช ปทุมพร. (2565). แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยววิถีเมืองของกลุ่มมิลเลนเนียลในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 6(1), 68-93. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/view/249097>
- รวีวรรณ โปรงรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2561). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(ฉบับพิเศษ), 134-149. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/129537>
- วรากร คำปลิว, บังอร ฉัตรรุ่งเรือง, และ ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. *พัฒนศาสตร์*, 12(2), 139-148. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/99007>
- สถาพร เกียรติพิริยะ และ วิทิตา นาคสุข. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงาน. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม*, 7(12), 178-196. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/249105>
- สรวงรักษ์ จารุสมบัติ. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019* (การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2565). *สถิติประชากร*. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2565, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>
- สิริญาชาติเผือก และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 134-153. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/241054>
- สิรินี ว่องวิไลรัตน์. (2560). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2565, จาก https://online.northern.ac.th/moodle/pluginfile.php/16269/mod_resource/content/2/พฤติกรรมผู้บริโภค.pdf

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New York: Pearson.
- Hasan, M. M., & Islam, M. F. (2020). The Effect of Marketing Mix (7Ps') on Tourists' satisfaction: A study on Cumilla. *The Cost and Management*, 48(2), 30-40.
- Ketter, E. (2020). Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 192-196. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0106>
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management Millenium Edition* (10th ed.). United States of America: Pearson.
- Kusumaningrum, D. A., & Wachyuni, S. S. (2020). The shifting trends in travelling after the COVID 19 pandemic. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 7(2), 31-40. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2020.724>
- Liu, Z., Zhu, L., Roberts, R., & Tong, W. (2019). Toward Clinical Implementation of Next-Generation Sequencing-Based Genetic Testing in Rare Diseases: Where Are We?. *Trends Genet*, 35(11), 852-867.
<https://doi.org/10.1016/j.tig.2019.08.006>
- Lu, R., Zhao, X., Li, J., Niu, P., Yang, B., Wu, H., ... & Tan, W. (2020). Genomic characterisation and epidemiology of 2019 novel coronavirus: implications for virus origins and receptor binding. *The lancet*, 395(10224), 565-574. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30251-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30251-8)
- Potti, A. M., Nair, V. K., & George, B. (2023). Re-Examining the Push-Pull Model in Tourists' Destination Selection: COVID-19 in the Context of Kerala, India. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 16(2), 173-189. <https://academica.turistica.si/index.php/AT-TIJ/article/view/453>
- Prihatin, E., & Syahnur, M. H. (2020). Marketing Mix Practice Theory on Tourism Decision Makingin Makassar City. *IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 25(7), 38-42.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584-2069*. New York: Quill.
- Vicki, G. (2017). *Travel Research: 2018 Travel Trends*. Retrived 25 August 2022, from <https://www.aarp.org/pri/topics/social-leisure/travel/2018-travel-trends>

คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของลูกค้า: หลักฐานเชิงประจักษ์ จากองค์กรผลิตกระแสไฟฟ้าในประเทศจีน

SERVICE QUALITY, CORPORATE IMAGE, AND CUSTOMER SATISFACTION: EMPIRICAL EVIDENCE FROM POWER SUPPLY ENTERPRISE IN CHINA

อี้ฝาน เฉิง¹ ปีย์วรา ปานิตวิทิดกุล^{2*} และ จณัญญา วงศ์เสนา จงศิริ³

Yifan Cheng¹ Peevara Parnitvitidkun^{2*} and Chananya Wongsena Jongsiri³

(Received: March 18, 2024; Revised: June 6, 2024; Accepted: June 23, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรต่อความพึงพอใจของลูกค้าขององค์กรผลิตกระแสไฟฟ้า คุณภาพการบริการประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ คุณภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองของพนักงาน ความไว้วางใจ และความเอาใจใส่จากพนักงาน ตัวอย่างในการศึกษานี้รวบรวมผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ลูกค้า 380 รายของบริษัทพลังงานไฟฟ้าของกัวโจวมณฑลในจีนเป็นกลุ่มตัวอย่าง การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบความพึงพอใจของผู้บริโภค ภาพลักษณ์องค์กร และคุณภาพการบริการ การค้นพบประการแรก พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งปัจจัยของคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ คุณภาพทางกายภาพ การตอบสนองของพนักงานและความเอาใจใส่จากพนักงาน ในขณะที่ความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือไม่มีผลกระทบ การค้นพบประการที่สอง พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยสรุป การศึกษานี้เน้นถึงความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการในภาคบริการไฟฟ้า ซึ่งสามารถเสนอกรอบการทำงานสำหรับผู้จัดการบริษัทในการพัฒนาแนวทางแก้ไขปัญหาความพึงพอใจของลูกค้า ผู้จัดการควรปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Graduate student, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Lecturer, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Assistant Professor, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University

* Corresponding author, e-mail: peevara.p@sru.ac.th

Abstract

This study is designed to analyze the effects of service quality and corporate image on customer satisfaction within a power supply enterprise in China. The focus is on five components: service quality, tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The sample for this study was drawn from online questionnaires, with 380 customers of Guizhou's electric power companies in the Chinese province participating. The study employs multiple regression analysis and quantitative research methods to explore customer satisfaction, corporate image, and service quality. The first key finding underscores the positive effects of service quality on customer satisfaction. Tangibles, responsiveness, and empathy emerge as the significant factors influencing customer satisfaction, while assurance and reliability show no discernible impact. The second key finding highlights the positive influence of corporate image on customer satisfaction. In conclusion, this study underscores the pivotal role of corporate image and service quality in the electricity service sector. The researchers can suggest that company executives prioritize enhancing service quality to project a positive corporate image, boost customer satisfaction, and gain a competitive edge in the market.

Keywords: Service Quality, Corporate image, Customer satisfaction

1. Introduction

The increasingly fierce competition in the power market requires power enterprises to make more outstanding efforts to optimize the business environment and improve service levels to comply with market development, and then steadily gain a foothold in the entire power market and gain the recognition of consumers. The economic benefits of electric power enterprises are increasingly closely related to the level of marketing management, shaping an excellent corporate image, building a good business environment, taking quality electric power products and services as the basis of enterprise development, better serving consumers, and promoting the long-term stable development of enterprises.

Service quality is judged by the difference between the expected value of the service and the actual perceived value of the service before and after the consumer receives the service (Song, Ruan, & Park, 2019). Therefore, understanding customers' value needs and service perceptions is conducive to the reform and development of enterprises, optimizing the use of their resources, and maximizing efficiency. Corporate image is a composite psychological impression of how the public perceives a company. The corporate image constantly changes in line with the company's situation, media coverage, and performance (Giovanis, Zondiros, & Tomaras, 2014). In most cases, reputable companies have a unique philosophy and an accumulated reputation for their products. In addition, the quality of their services has left them with many loyal and regular customers (Molae et al., 2014). Therefore, improving service quality and enhancing corporate image have been the new trends in corporate reform.

China's energy market-oriented system is becoming more and more perfect. The power reform has further promoted the reform of the energy system of power enterprises by establishing an effective market competition system to improve the efficiency of the energy system and, at the same time, enhance the competitiveness of the power industry (Abhyankar et al., 2020). Power enterprises are also trying to improve the quality of their services and corporate image. With the increasingly fierce market competition, the service industry's marketing concept in the new era has become market-oriented and customer-focused (Erkin & Muborak, 2022). Energy is closely linked to the lives of the country's people, and as an energy company, it has long shifted from being a monopoly in the past to a service industry. In addition to their social responsibilities, power companies are responsible for making a profit. Therefore, improving their competitiveness by increasing customer satisfaction is a necessary way to change the business situation of power companies.

Currently, marketing thinking in the power industry is gradually changing from management marketing to service marketing (Cao et al., 2022). As a result, the business environment has become an essential part of the indicator system for power companies. For this reason, Chinese power companies have vigorously implemented reforms in electricity services, optimizing the business environment of power companies and improving customer experience in several ways, such as compressing the length of time for electricity services, streamlining and optimizing application documents, and reducing customer investment costs. This paper mainly studies the impact of service quality and corporate image on customer satisfaction.

2. Objective

This study investigates the effect of service quality and corporate image on customer satisfaction of a Power Supply Enterprise in People's Republic of China.

3. Literature review

1. Service quality

Service quality is defined as the level of consumer expectations to meet the sum of the unique attributes contained in customer service expectations. The service quality name is a mixture of two words: service and quality. Service refers to the essential features of a particular service, while quality refers to using a mainly user-based approach. Service quality, together with quality, refers to the value of service (Ali et al., 2021). Service quality is a comparison of customer expectations of service and company performance. It is influenced by the price paid compared to the perceived value of the goods or services (Law, Zhang, & Gow, 2022). To measure the gap between customer experience and expectations, the SERVQUAL model can serve as an important tool (Sumi & Kabir, 2021). Many studies have used the SERVQUAL model to measure the relationship between service quality and customer

satisfaction (Law, Zhang, & Gow, 2022). Berry, Zeithaml, and Parasuraman (1985) conducted an in-depth analysis of four essential service industries and classified the service quality factors into five elements: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy as the SERVQUAL service quality model. With the widespread application of the SERVQUAL model, the definition of variable correlation is changing. The tangible dimension of service quality is the tangibility of the service provided, which includes the enterprise's material equipment and physical facilities, physical environmental conditions, and materials used for communication (Fida et al., 2020). The reliability dimension affirms the ability to deliver services promptly, accurately, and trusted. To solve the problem of long queues and waiting periods (Sumi & Kabir, 2021). The responsiveness dimension refers to the ability to respond quickly and solve problems or queries immediately. Providing services and information to customers when needed is also called responsiveness (Yang & Jun, 2002). The fourth dimension of service quality is empathy, defined by Berry, Zeithaml, and Parasuraman (1985) as the company's ability through its employees to provide due care to the customers, address their individual and personal concerns, and understand their needs. The last dimension is the assurance dimension, which demonstrates giving security and safety to the customers to lessen their worries and anxieties concerning the services offered to them. In other words, it is the assurance that they will receive positive benefits by availing of the services based on their desires without negative implications. The SERVQUAL scale has achieved reliability and validity in various areas (e.g., banking, credit cards, long-distance calls, repairs, and maintenance), and applying the SERVQUAL scale to other service areas is possible. Some scholars have also proposed new service quality models, such as the SERVPERF model proposed by Cronin and Taylor (1992). Based on the literature review, this study developed service quality dimensions using the SERVQUAL model, including tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Furthermore, the sub-dimensions of the multidimensional and hierarchical model were adapted to the nature of Guizhou's electricity enterprises. These five components of the SERVQUAL model form a multidimensional and hierarchical model.

2. Corporate image

The corporate image refers to consumers' subjective perception of company representatives-their overall impression of the company's products, services, and participation in public welfare activities. It is defined as the customer's subjective perception of the brand or company that provides the product or service (Song, Ruan, & Park, 2019). Corporate identity has a practical and emotional component, where the practical component is linked to the tangible dimension (Arshad, Zahra, & Draz, 2016). A positive corporate image and satisfied customers lead to positive behavioral outcomes such as positive word of mouth and the intention to revisit the service provider (Hussain, 2016). Corporate image is mainly divided into two dimensions, namely corporate capability image and corporate value image. Dacin and Brown (2006) later added to the company's image, arguing that the relationship between the company and its internal employees and suppliers also affects its image. In his follow-up research, Carroll (2016) divided

the definition of corporate social responsibility into economic responsibility, legal responsibility, moral responsibility, and charitable responsibility. In marketing, corporate image is essential to enhancing competitiveness and developing differentiation strategies. Corporate image can be used as a corporate advantage to gain more market share (Ni et al., 2020). Therefore, companies should actively adopt strategies to enhance a positive corporate image and thus reduce dissatisfied customers (Liat et al., 2017).

3. Customer satisfaction

Customer satisfaction is defined as the substantial degree of comparison of customer expectations after receiving a product or service and is a quantitative evaluation method of customer satisfaction (Jiang & Zhang, 2016). In most industries, all companies pursue customer satisfaction as much as possible. It is considered the focus of the company's industry competition to obtain more consumers (Goodman, 2019). In order to explore the mechanism and origin of consumer satisfaction and provide solutions and ideas to solve these problems, scholars have launched the exploration of the satisfaction model. There are five different models: the perception performance model, the need satisfaction model, the customer consumption, the experience comparison model, and the fairness model. The American scholar proposed the expectation inconsistency model, which believes that before customers buy a product or service, they will first have expectations based on their cognition and then compare them with their actual perception.

Based on the research of these scholars, we can assume that service quality and corporate image positively impact customer satisfaction. According to relevant studies, Law, Zhang, and Gow (2022) studied the factors that affect airline service quality and customer satisfaction. Four hundred questionnaires were distributed to airline passengers in Laos in the public areas of departure and arrival at the Vatai International Airport. Dam and Dam (2021) found that service quality positively affects brand image, customer satisfaction, and loyalty. The brand image also has a positive impact on loyalty and satisfaction. Alam et al. (2019) studied the effects of service quality and corporate image on customer satisfaction. The results showed that both variables significantly positively affected exhibitor satisfaction. Alam and Noor (2020) studied results that showed that supermarket loyalty was significantly influenced by service quality and corporate image. This study hypothesis is shown in Figure 1. Therefore, Hypothesis: The service quality, corporate image positively affects customer satisfaction.

Conceptual Framework

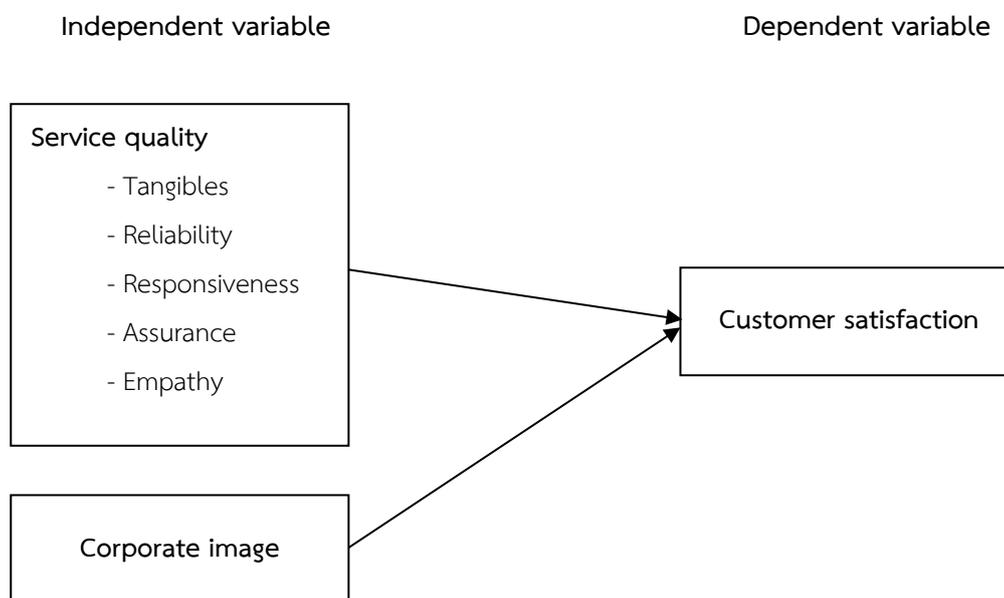


Figure 1 Conceptual framework of this study

4. Research Methodology

1. Population and sample of the study

According to the Bulletin of the Seventh National Population Census of Guizhou Province, in 2020, Guizhou Province had a total population of 38.56 million and 13.72 million households. Since the power supply area of Guizhou Power Supply Company is all of Guizhou and all households in Guizhou are the company's customers, the total number of research subjects is about 13.72 million. The average population per family household is 2.81 persons (People's Government of Guizhou Province, 2022). The population of the study was customers of the power supply company located in China. To make the data representative, our sample collection selects people in households who have financial responsibility or transactions with China's Power Supply enterprise.

This research sample is representative of a household that volunteered as research participants. The sample was selected based on stratified sampling in the survey sample size in Guiyang City, Liupanshui City, Zunyi City, Anshun City, Bijie City, Tongren City, Qianxinan Prefecture, Qiandongnan Prefecture, and Qiannanzhou Prefecture. The ratio of observations to variables is 10-20: 1, which has also been suggested, meaning that 10 observations are made for each observation (Hair et al., 2010). To calculate the sample size in this study, the questionnaire with 38 items (questions) would require 380 respondents.

2. Measurements

The study was designed as quantitative research. Self-administered online and offline questionnaires were employed as instruments for this study. This questionnaire, partially adapted from theory and based on past literature, was segmented into four variables. Questionnaires were used as research tools to collect primary data from the study sample.

This questionnaire was composed of three parts. First, the part of the personal information of participants is single-choice questions such as gender, age, education, family number, monthly income level, and regional income level. Next, the part of the indication of service quality (24 items) is adapted from Hossain, Jahan, and Kim (2023), Naik, Gantasala, and Prabhakar (2010), Alam and Noor (2020), Özkan et al. (2019), and Ni et al. (2020), corporate image (7 items) is adapted from Omoregie et al. (2019), Özkan et al. (2019) and Hossain, Jahan, and Kim (2023), customer satisfaction (7 items) is adapted from Hossain, Jahan, and Kim (2023), Özkan et al. (2019), Yilmaz & Ari (2017) and Omoregie et al. (2019). Lastly, there is the part of other participant feedback, comments, or suggestions about China's power supply enterprise. Questions asked respondents to rate their extent of satisfaction using a five-point Likert scale ranging from 1 = very dissatisfied to 5 = very satisfied. All sections are measured using the Five-Point Likert Scale.

The questionnaire was developed using the Rovinelli and Hambleton (1976) formula to calculate IOC values. Experts' total scores were used to determine IOC values, with 0.5 and higher being chosen. Consequently, the suggestions and comments were used to modify the questionnaire. In the initial questionnaire survey, we put forward 39 questions for the respondents to answer, but after the IOC check by 3 experts, those with scores lower than 0.5 are marked as rejected in interpretation and will be deleted from the final questionnaire to be released. Finally, there were 38 questions with IOC values greater than 0.5, and one had an IOC value of less than 0.5. In the end, 38 questions will be put forward, making the questionnaire more reasonable.

This study uses the reverse translation technique to translate the questionnaire and verify that the questions conveyed the correct information. This study infers the quality of the translation by comparing the source language version (English version) with the reverse translated version (Chinese version backward translation to English) (Brislin, 1970). After the questionnaire was submitted to the expert committee for evaluation and agreement, the ethical research methodology was approved through submission to the ethics committee.

3. Data collection

This paper uses equal proportional and stratified sampling to collect participant data. Stratified sampling techniques are sampling methods that divide heterogeneous populations into homogeneous populations based on geographic area, gender, or other characteristics (Creswell, 2021). Primary data is collected by sending questionnaires to various locations in Guizhou Province. The researcher distributes the link and QR code for the online questionnaires to participants. To ensure validity, all questionnaires

must be checked for content upon receipt of customer feedback. Data was collected by distributing questionnaires to key customers in all Power Supply Company regions, and the data collection period lasted 2 months. Valid data contributing to the research topic was obtained by reviewing the returned questionnaires and screening out invalid, irrelevant questionnaires.

4. Data analysis

The quality of the research instrument has to be verified. The reliability coefficient of this research will use Cronbach's alpha coefficient method. Cronbach's alpha coefficient measures the internal consistency or reliability of a set of survey items (Cronbach, 1951). To test the internal consistency of this questionnaire by Cronbach's value, Hair et al. (2010) suggested that the cutoff point to estimate the reliability of one construct is 0.70. In this study, Cronbach's alpha coefficient value was 0.94, which is acceptable.

5. Results

This paper uses equal proportional and stratified sampling to collect participant data. Primary data is collected by sending questionnaires. The data collection period lasted 2 months; the researcher will check the returned questionnaires for online surveys.

The study is based on the different places of belonging of the respondents within Guizhou Province, which were collected from respondents within other regions, among which Guiyang City accounted for 12.63%, Zunyi City accounted for 17.89%, Liupanshui City accounted for 8.16%, Anshun City accounted for 6.84%, Bijie City accounted for 17.63%, Tongren City accounted for 8.95%, Qianxinanzhou City accounted for 7.89%, and Qiandongnan City Prefecture and Qiannan City prefecture both accounted for 10%. The samples are roughly collected according to the required sample size of each region in Guizhou Province.

In Table 1, the final sample consisted of 380 employees. Among them, 50.3% are females and 49.7% are males. Most of the respondents in this study are in the age groups of 21-30 and 31-40. Among them, 65.5% are aged 21-30, and 27.9% are aged 31-40. Most respondents have a high level of education, including 78.9% of respondents with a bachelor's degree. More than half of them, 53.4%, had 4 - 6 members in their family, and income was 5001-8000 yuan for 54.5%.

Table 1 Participants' information (n = 380)

Participants' Information		Frequency	Percent
Gender	Male	189	49.70%
	Female	191	50.30%
Age	Under 20 years old	8	2.10%
	21-30 years old	249	65.50%
	31-40 years old	106	27.90%
	Above 41 years old	17	4.50%

Table 1 (Cont.)

Participants' Information		Frequency	Percent
Education	Lower high school	24	6.30%
	High school	24	6.30%
	Bachelor's degree	300	78.90%
	Bachelor's degree above	32	8.40%
Family member	1-3 persons	144	37.90%
	4-6 persons	203	53.40%
	7 above persons	33	8.70%
Incomes	Less than 2,000 yuan	13	3.40%
	2,001-5,000 yuan	62	16.30%
	5,001-8,000 yuan	207	54.50%
	More than 8,001 yuan	98	25.80%

This study presents the descriptive statistics and correlation matrix of all constructs. The correlation coefficients of each main variable are ranked from 0.47 to 0.73. The average tangibles are 4.21, reliability is 4.19, responsiveness is 4.22, assurance is 4.07, empathy is 4.10, corporate image is 4.16, and customer satisfaction is 4.15. The mean is between 4.07 and 4.22. Pearson's correlation matrix indicates that all variables are positively correlated. The correlation results show that all variables are linearly related and consistent with the theory, as shown in Table 2.

Table 2 Results of Pearson's correlations and descriptive statistics

Variables	T	Rel	Res	A	E	CI	CS
Tangibles (T)	1.00						
Reliability (Rel)	0.61**	1.00					
Responsiveness (Res)	0.53**	0.60**	1.00				
Assurance (A)	0.55**	0.47**	0.54**	1.00			
Empathy (E)	0.55**	0.49**	0.58**	0.64**	1.00		
Corporate Image (CI)	0.59**	0.55**	0.57**	0.56**	0.67**	1.00	
Customer Satisfaction (CS)	0.60**	0.55**	0.60**	0.59**	0.68**	0.73**	1.00
Mean	4.21	4.19	4.22	4.07	4.10	4.16	4.15
S.D.	0.54	0.51	0.49	0.59	0.53	0.51	0.52

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

Multiple regression analysis was used to test this study. Hair et al. (2010) recommended that the variance inflation factors (VIF) range from 1.97 to 2.36, which is lower than 10. The VIF result indicates that the remaining predicted variables in the multiple regression model might contain all variables with undetected multicollinearity and independent variables. The following service quality is divided into five dimensions to analyze the regression model.

In Table 3, the overall results illustrate the impact of service quality and corporate image on customer satisfaction: the value of adjusted R squared is 65.10%. The hypothesis was supported. In addition, the results of the study show that the three factors of service quality (including tangibles (B = 0.15, p-value = 0.01), responsiveness (B = 0.21, p-value = 0.00), and empathy (B = 0.26, p-value = 0.00) and corporate image (B = 0.39, p-value = 0.00) have a significant effect on customer satisfaction. The results confirm that reliability (B = 0.09, p-value = 0.13) and assurance (B = 0.12, p-value = 0.07) had no significant impact on customer satisfaction.

In general, the coefficient of this model indicates that tangibles, responsiveness, empathy, and corporate image significantly impact the customer satisfaction score without an obvious collinearity problem. As a result, the standardized regression equation between the dimensions of service quality and customer satisfaction can be derived as:

$$Y_{CS} = 1.00 + 0.15X_T + 0.21X_{Res} + 0.26X_E + 0.39X_{CI}$$

Table 3 Results of multiple regression analysis

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant value)	1.00	1.11		0.90	0.37	
Tangibles(T)	0.15	0.06	0.11	2.60	0.01	2.05
Reliability (Rel)	0.09	0.06	0.07	1.53	0.13	1.97
Responsiveness (Res)	0.21	0.06	0.14	3.32	0.00	2.01
Assurance (A)	0.12	0.07	0.08	1.81	0.07	1.99
Empathy (E)	0.26	0.06	0.19	4.08	0.00	2.36
Corporate Image (CI)	0.39	0.05	0.39	8.35	0.00	2.28

R = 0.810, R squared = 0.656, Adjusted R squared = 0.651, F = 117.438

Note: Dependent variable: Customer Satisfaction (CS).

6. Conclusion and Discussion

In summary, this study explores the impact of service quality and corporate image on customer satisfaction in a power supply enterprise in China. In this study, 380 customers of the power supply enterprise in China were the samples. This study employs regression to test the research relationships. The study results show that the three factors of service quality (including tangibles, responsiveness, and empathy) and corporate image significantly affect customer satisfaction. Moreover, reliability and assurance have no significant effect on customer satisfaction. This study highlights the importance of service quality in the service industry and the importance of corporate image to enterprises that significantly impact customer satisfaction in the electricity market. The evidence from this study shows that the quality of service is an essential factor in service evaluation, and the tangible facilities of the business site, rapid demand response-ability, and empathy are all necessary means to improve customer satisfaction. At the same time, establishing and maintaining an excellent corporate image can improve the satisfaction level of customers with the enterprise.

This study highlights five critical dimensions of service quality usage. It provides empirical evidence on the impact of service quality on customer satisfaction and empirical evidence on the potential impact of corporate image on customer satisfaction. The result of tangibles indicates that electric utilities in the state are equipped with high-quality service equipment and infrastructure, which enhances the image of the company's external services, thereby increasing customer satisfaction. This result is consistent with (Giovanis, Zondiros, & Tomaras, 2014), which showed that the factor of tangibility has a significant impact on the quality of customer functioning of broadband services, which in turn affects broadband service satisfaction.

The results of reliability and assurance indicated that the assurance of electric power companies in Guizhou does not significantly affect customer satisfaction, although it enhances corporate reliability. This is consistent with the results of Chou, Kohsuwan, and Thanabordeekij (2019), who studied the impact of corporate image, service quality, trust, and perceived value on customer satisfaction and loyalty in China in Thai healthcare services. This study showed that customer satisfaction is positively related to tangible, responsive, and empathetic elements of service quality, and consumer satisfaction comes from the physical facilities, equipment, and service personnel of the healthcare organization, as well as the willingness to quickly help customers and services, and care and personal services. The study of Fida et al. (2020) also showed that reliability and assurance impact customer satisfaction less in the banking sector. However, both variables could not be ignored in the banking sector.

The results of responsiveness show that responding quickly to customers' needs can significantly increase customers' perception of good service attitude, which in turn affects the level of customers' satisfaction with the quality of service. It is almost consistent with the results of Fida et al. (2020) in their study on the effect of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in Islamic banks in

the Sultanate of Oman. The researcher stated that due to the significant relationship between responsiveness and customer satisfaction in banks, the biggest priority of the respondents' banks should be empathy and responsiveness. The result is also supported by the study of Giovanis, Zondiros, and Tomaras (2014).

The results of empathy show that understanding the customer's needs and paying attention to maximizing the benefits for the customer has a significant positive impact on influencing customer satisfaction. It is one of the five dimensions that can give a more substantial advantage. This result is consistent with Giovanis, Zondiros, and Tomaras (2014), where empathy is the highest priority among the researcher's results. This means that empathy would be the priority of the investigator bank customers.

The overall results indicate that customers tend to give higher satisfaction to positive service quality. Power supply enterprises' tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy content satisfy customers' needs. The study shows that the service quality and image of the organizers have a significant positive correlation with the satisfaction of the exhibitors, which is basically in line with the results of our study. Yilmaz and Ari (2017) found the same result for Turkey's high-speed rail service sector. This result is also in line with the findings of Saut and Song (2022), where the researcher's results showed that the quality of airport services, including facilities, check-in procedures, service escape, security, and ambiance, have a significant positive impact on satisfaction. Therefore, it can be inferred that the higher the quality of services provided by the airport, the higher the satisfaction of passengers with airport services.

The results of the corporate image indicated that power companies improve their corporate image by increasing social value, social contribution, and trust, which affects customer satisfaction. In line with Omoregie et al.'s (2019) study, the researcher showed that corporate image positively and significantly affects customer satisfaction. This implies that the corporate image of retail banks affects customer satisfaction. The study also showed that corporate image influences customer trust and satisfaction.

7. Suggestions

1. Academic implication

The study answered the hypothesis of the research question by showing how electric utilities in Guizhou utilize improved service quality and corporate image to influence customer satisfaction. Meanwhile, the research process of this study may be used for electric utilities in other countries, especially those which are still developing. The goal is to combine the research of most electric utilities to create hypotheses and gather an understanding of their current situation. To better meet the needs of their customers and get better satisfaction scores, companies take initiatives to reform around the needs of their customers, especially in developing countries like China, which has a large and diverse

population. Firms' Vital reform initiatives help them evolve iteratively and significantly improve their service levels. Finally, the development of frameworks can help researchers, academics, and others to assess them in different contexts and geographical areas.

2. Business implication

Based on the study's results, these studies can help the power industry reduce some unnecessary marketing or management investments. Understanding user needs is crucial for decision-makers to enhance service quality, corporate image, and customer satisfaction, implementing gain and risk prevention measures for businesses. Therefore, service quality and corporate image affect customer satisfaction, gain measures, and risk prevention measures.

8. References

- Abhyankar, N., Lin, J., Liu, X., & Sifuentes, F. (2020). Economic and environmental benefits of market-based power-system reform in China: A case study of the Southern grid system. *Resources, Conservation and Recycling*, 153, 104558. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104558>
- Alam, M. M. D., & Noor, N. A. M. (2020). The relationship between service quality, corporate image, and customer loyalty of Generation Y: An application of SOR paradigm in the context of superstores in Bangladesh. *Sage Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020924405>
- Alam, M. S., Atif, M., Chien-Chi, C., & Soytaş, U. (2019). Does corporate R&D investment affect firm environmental performance? Evidence from G-6 countries. *Energy Economics*, 78, 401-411. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2018.11.031>
- Ali, B. J., Saleh, P. F., Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021). Impact of service quality on the customer satisfaction: Case study at online meeting platforms. *International Journal of Engineering, Business and Management*. 5(2), 65-77. <https://dx.doi.org/10.22161/ijebm.5.2.6>
- Arshad, T., Zahra, R., & Draz, U. (2016). Impact of customer satisfaction on image, trust, loyalty and the customer switching behavior in conventional and Islamic banking: evidence from Pakistan. *American Journal of Business and Society*, 1(3), 154-165.
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1985). Quality counts in services, too. *Business horizons*, 28(3), 44-52. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(85\)90008-4](https://doi.org/10.1016/0007-6813(85)90008-4)
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of cross-cultural psychology*, 1(3), 185-216. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/135910457000100301>
- Cao, S., Han, X., Zhao, Q., Xu, J., & Mu, R. (2022). Marketing Strategy of Distribution Network of Power Supply Company. In *Innovative Computing: Proceedings of the 4th International Conference on Innovative Computing (IC 2021)* (p. 109-116). Singapore.

- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility, 1*, 1-8.
- Chou, S. K., Kohsuwan, P., & Thanabordeekij, P. (2019). The Impact of Corporate Image, Service Quality, Trust, and Perceived Value on Chinese Customer Satisfaction and Loyalty: Medical Services in Thailand. *Human Behavior, Development Society, 20*(3). 41-51.
- Creswell, J. W. (2021). A concise introduction to mixed methods research (2nd ed.). London: SAGE publications.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika, 16*(3), 297-334.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing, 56*(3), 55-68.
- Dacin, P. A., & Brown, T. J. (2006). Corporate branding, identity, and customer response. *Journal of the Academy of Marketing Science, 34*(2), 95-98.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics Business, 8*(3), 585-593.
- Erkin, G., & Muborak, R. (2022). Modern marketing concept. *Web of Scientist: International Scientific Research Journal, 3*(8), 60-66.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open, 10*(2), 2158244020919517. <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Giovanis, A. N., Zondiros, D., & Tomaras, P. (2014). The Antecedents of Customer Loyalty for Broadband Services: The Role of Service Quality, Emotional Satisfaction and Corporate Image. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 148*, 236-244. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.039>
- Goodman, J. A. (2019). Strategic customer service: Managing the customer experience to increase positive word of mouth, build loyalty, and maximize profits (2nd ed.). United States of America: Amacom.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New Jersey: Pearson.
- Hossain, M. A., Jahan, N., & Kim, M. (2023). A multidimensional and hierarchical model of banking services and behavioral intentions of customers. *International Journal of Emerging Markets, 18*(4), 845-867. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2020-0831>
- Hussain, R. (2016). The mediating role of customer satisfaction: evidence from the airline industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 28*(2). <https://doi.org/10.1108/APJML-01-2015-0001>
- Jiang, H., & Zhang, Y. (2016). An investigation of service quality, customer satisfaction and loyalty in China's airline market. *Journal of Air Transport Management, 57*, 80-88. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.07.008>

- Law, C. C., Zhang, Y., & Gow, J. (2022). Airline service quality, customer satisfaction, and repurchase Intention: Laotian air passengers' perspective. *Case Studies on Transport Policy*, 10(2), 741-750. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2022.02.002>
- Liat, C. B., Mansori, S., Chuan, G. C., & Imrie, B. C. (2017). Hotel service recovery and service quality: Influences of corporate image and generational differences in the relationship between customer satisfaction and loyalty. *Journal of Global Marketing*, 30(1), 42-51. <https://doi.org/10.1080/08911762.2016.1262932>
- Molae, F., Manjiri, H., Khazaei, A., & Samiey, E. (2014). Evaluation of customer perceptions of ethical reputation and its Impact on customer satisfaction. *Arth prabandh: A Journal of Economics and Management*, 3, 22-28.
- Naik, C. K., Gantasala, S. B., & Prabhakar, G. V. (2010). SERVQUAL, customer satisfaction and behavioural intentions in retailing. *European Journal of Social Sciences*, 17(2), 200-213.
- Ni, A., Zhang, C., Hu, Y., Lu, W., & Li, H. (2020). Influence mechanism of the corporate image on passenger satisfaction with public transport in China. *Transport Policy*, 94, 54-65. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2020.04.014>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Omoriegbe, O. K., Addae, J. A., Coffie, S., Ampong, G. O. A., & Ofori, K. S. (2019). Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 37(3), 798-820. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2018-0099>
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2019). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 384-405. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>
- People's Government of Guizhou Province. (2022). *Announcement of the Seventh Population Census of Guizhou Province*. Retrieved 13 May 2023, from http://drc.guizhou.gov.cn/xxgk/sqjs/gzsq/202203/t20220314_72955205.html
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. In *the Annual Meeting of the American Educational Research Association 60th [Symposium]*. San Francisco, California.
- Saut, M., & Song, V. (2022). Influences of airport service quality, satisfaction, and image on behavioral intention towards destination visit. *Urban, Planning Transport Research*, 10(1), 82-109. <https://doi.org/10.1080/21650020.2022.2054857>
- Song, H., Ruan, W., & Park, Y. (2019). Effects of service quality, corporate image, and customer trust on the corporate reputation of airlines. *Sustainability*, 11(12), 3302. <https://doi.org/10.3390/su11123302>

- Sumi, R. S., & Kabir, G. (2021). Satisfaction of e-learners with electronic learning service quality using the servqual model. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, Complexity*, 7(4), 227. <https://doi.org/10.3390/joitmc7040227>
- Yang, Z., & Jun, M. (2002). Consumer perception of e-service quality: from internet purchaser and non-purchaser perspectives. *Journal of Business strategies*, 19(1), 19-42.
- Yilmaz, V., & Ari, E. (2017). The effects of service quality, image, and customer satisfaction on customer complaints and loyalty in high-speed rail service in Turkey: a proposal of the structural equation model. *Transportmetrica A: Transport Science*, 13(1), 67-90. <https://doi.org/10.1080/23249935.2016.1209255>

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ
บรรษัทภิบาลกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
THE CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND
GOVERNANCE (ESG) DISCLOSURE AND FIRM VALUE OF COMPANIES LISTED
ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

ปิยาภิศกดิ์ เจียรสุคนธ์^{1*}

Piyaphisak Jaeresukon^{1*}

(Received: March 19, 2024; Revised: June 6, 2024; Accepted: June 23, 2024)

บทคัดย่อ

ภายใต้แนวโน้มการลงทุนอย่างยั่งยืน และการให้ความสำคัญกับคะแนนการเปิดเผยข้อมูลที่มากขึ้น การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) กับมูลค่ากิจการจากหลักฐานเชิงประจักษ์ และวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคะแนนการเปิดเผยข้อมูลกับมูลค่ากิจการ โดยใช้ข้อมูลงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนที่ถูกประเมินความยั่งยืนขององค์กรในระดับสากล ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2566 จำนวน 203 กลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอ้างอิง ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคะแนนการเปิดเผยข้อมูล ESG กับมูลค่ากิจการที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ใน “ระดับดี” และพบว่ามูลค่ากิจการและต้นทุนเงินทุนได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากคะแนนการเปิดเผยข้อมูล ESG อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่มูลค่ากิจการได้รับอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบจากคะแนนการเปิดเผยข้อมูล ESG โดยมีต้นทุนเงินทุนเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผลวิจัยสะท้อนถึงความไม่สอดคล้องระหว่างนโยบายด้านความยั่งยืนกับการเพิ่มความมั่นคงของกิจการและมีความเป็นไปได้ว่าการเปิดเผยข้อมูล ESG มีแนวโน้มที่จะใช้ต้นทุนเงินทุนสูงหากขาดความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ที่ชัดเจนสำหรับการตัดสินใจมีส่วนร่วมกับธุรกิจของนักลงทุน หรือข้อมูลที่เปิดเผยใช้ประโยชน์ได้น้อยอาจส่งผลกระทบต่อการสร้างผลกำไรที่ไม่ดีเท่าที่ควร

คำสำคัญ: ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล คะแนนการเปิดเผยข้อมูล มูลค่ากิจการ

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

Lecturer, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhonphanom University

* Corresponding author, e-mail: Rsu_18@hotmail.com

Abstract

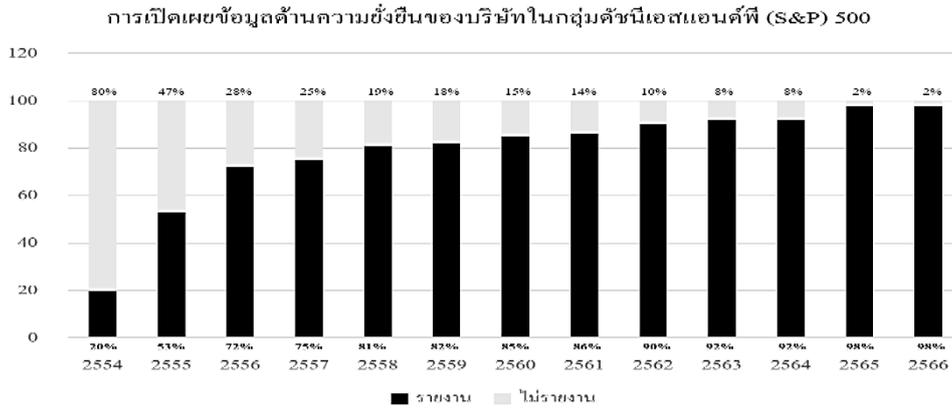
The recent trend focus on sustainable investment has emphasized the growing significance of ESG (Environment, Social, and Governance) disclosure. This has led to examining its impact on a firm's value. This research aims to: 1) Empirically assess the harmoniousness of the structural relation model of the causal relationship model between ESG disclosure scores and firm value. 2) Analyze the direct, indirect, and total effects of factors within the model. Data from the financial statements of 29 publicly listed companies, as evaluated in The Sustainability Yearbook from 2017 to 2023, were used (total samples = 203). Descriptive and inferential statistical analyzes were conducted. The findings reveal that the causal relationship model between ESG disclosure scores and firm value exhibits a good empirical fit. Firm value and cost of capital demonstrate a statistically significant ($p < 0.01$) positive direct influence from ESG disclosure scores. Furthermore, ESG disclosure scores negatively indirectly affect firm value through the cost of capital, acting as a partial mediator. These findings imply a potential conflict between sustainable policies and wealth creation. The high cost of capital related to ESG disclosure may be due to a lack of a clear approach to engaging investors or limited transparency in information, which can lead to suboptimal profitability.

Keywords: ESG Information, Disclosure Scores, Firm Value

1. บทนำ

การลงทุนอย่างยั่งยืนมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในแง่ของการเปิดเผยข้อมูลและคุณค่า การเปิดเผยข้อมูล โดยผลสำรวจของ Governance & Accountability Institute (2023) พบว่า บริษัทในกลุ่มดัชนีเอสแอนด์พี (S&P 500) มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนจากเดิมร้อยละ 20 ในปี 2554 เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในปี 2566 อยู่ที่ร้อยละ 98 (ภาพที่ 1) โดยการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วแสดงให้เห็นว่าการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมได้รับความสนใจจากนักลงทุนมากขึ้น ผู้วิจัยใช้ Google Search Volume Index (SVI) เพื่อค้นหาความนิยมของคำที่ใช้ในการค้นหาในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พบว่า ระดับความสนใจของการค้นหา ESG จากทั่วโลกมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (ภาพที่ 2) เมื่อเจาะลึกลงไปตามภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีระดับความสนใจของการค้นหา ESG มากที่สุด (62%) รองลงมาฟิลิปปินส์กับมาเลเซีย (37%) กัมพูชา (25%) และอินโดนีเซีย (12%) ในขณะที่ประเทศไทยกับเวียดนามน้อยกว่า (1%) แสดงให้เห็นได้ว่าระดับความสนใจในเรื่อง ESG ของประเทศไทยยังไม่เป็นที่เผยแพร่เท่าที่ควร (ภาพที่ 3)

ดังนั้น การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารผลการดำเนินงานในมุมมองเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างครบถ้วน แม้ว่าการเปิดเผยข้อมูลในประเทศไทยจะยังเป็นในรูปแบบการสมัครใจไม่มีกฎหมายบังคับที่ต้องทำการเปิดเผยข้อมูลเพราะ การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ESG ส่งผลทำให้ธุรกิจต้องมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Alareeni & Hamdan, 2020; Barbaric, 2021; Middha & Doshi, 2019; Wong et al., 2021) การที่ธุรกิจต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้ต้นทุนเงินทุนของธุรกิจทั้งในส่วนด้านหนี้สินและด้านส่วนผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นทำให้กำไรของกิจการลดลง



ภาพที่ 1 สัดส่วนการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนของบริษัทในกลุ่มดัชนีเอสแอนด์พี (S&P) 500
 ที่มา: Governance & Accountability Institute (2023)



ภาพที่ 2 ระดับความสนใจของการค้นหา “ESG” ทั่วโลก
 ที่มา: ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจาก Google Search Volume Index (SVI)



ภาพที่ 3 ระดับความสนใจของการค้นหา “ESG” แยกตามภูมิภาค
 ที่มา: ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจาก Google Search Volume Index (SVI)

งานวิจัยของ Atan et al. (2018), Berntsson (2019) และ Ramirez et al. (2022) พบว่า การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้าน ESG ในระดับสูงอาจส่งผลทำให้ธุรกิจต้องมีต้นทุนในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นหรืออาจต้องจัดสรรจำนวนเงินบางส่วนจากการดำเนินงานหลักเพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้าน ESG ส่งผลทำให้กำไรของธุรกิจลดลงและมูลค่าการย่อมลดลงไปในทิศทางเดียว เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Magnanelli and Izzo (2017) พบว่า คะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินของกิจการที่ถูกจัดอันดับดัชนีดาวโจนส์ (DJSI) เพิ่มขึ้น Balatbat, Siew, and Carmichael (2012) พบว่าการวัดผลคะแนนที่เกี่ยวข้องกับ ESG อาจไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงหลักการปฏิบัติที่แต่ละบริษัทเลือกกิจกรรมด้าน ESG เพราะบางกิจกรรมอาจไม่ได้เพิ่มคุณค่าหรือมูลค่าให้แก่ธุรกิจแต่กลับกลายเป็นภาระที่ธุรกิจต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเลือกกิจกรรม อย่างไรก็ตามงานวิจัยได้แย้งว่าหากบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG มากเท่าไรจะทำให้ต้นทุนเงินทุนของกิจการทั้งในส่วนหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้นลดลง ทำให้กำไรเพิ่มขึ้น มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน (Alareeni & Hamdan, 2020; Attig et al., 2013; Atan et al., 2018; Friede, Busch, & Bassen, 2015; Flammer, 2015; Lu, Wang, & Lee, 2013; Ng & Rezaee, 2015; Ramirez et al., 2022; Shad et al., 2020; Wong et al., 2021) ตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) ของ Freeman (1984) เชื่อว่า การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียจะนำไปสู่การสร้างผลการดำเนินงานที่ดี ธุรกิจไม่ควรจะรายงานเฉพาะข้อมูลเชิงปริมาณแต่ต้องมีการรายงานข้อมูลเชิงคุณภาพในประเด็นที่สังคมกำลังให้ความสนใจด้วย นั่นก็คือ “การเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG” (Freeman, Dmytriiev, & Phillips, 2017) ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (Public Responsibility) มองว่า “บริษัทต้องระมัดระวังและใส่ใจถึงผลที่ตามมาจากการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นในพื้นที่โดยตรงและพื้นที่ต่อเนื่องที่จะกลายมาเป็นประเด็นทางสังคม” รวมถึงทฤษฎีความชอบธรรมหรือทฤษฎีชอบด้วยกฎหมาย (Legitimacy Theory) ของ Suchman (1995) กล่าวว่า “กิจการควรใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลตามความชอบธรรมหรือกฎเกณฑ์ที่สังคมกำหนด โดยการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจะแสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคม (Deegan, 2002) เมื่อไรที่สังคมยินยอมสิ่งตอบแทนที่ธุรกิจจะได้รับจากสังคม คือ การที่สังคมยินยอมให้ธุรกิจมีสิทธิใช้และจัดการทรัพยากร (Lindlom, 1994 อ้างอิงใน ปิยะดา เนตรสุวรรณ, มนทิพย์ ตั้งเอกจิต, และ ภูริทัต อินยา, 2565) แม้ว่าจะมีทฤษฎีต่างๆ ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย แต่ในสถานการณ์ที่องค์กรอาจต้องเผชิญกับการลดลงของผลประโยชน์ การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียที่มากจนเกินไปอาจนำไปสู่ภาระต้นทุนที่สูงขึ้นส่งผลทำให้การดำเนินงานหลักได้รับผลกระทบที่ตามมา (Deng, Kang, & Low, 2013; Hogan, Olson, & Sharma, 2014; Khana et al., 2021)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ยังไม่อาจสรุปได้อย่างแน่ชัดว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล จะส่งผลในทิศทางดีหรือไม่ดีต่อมูลค่ากิจการ กล่าวคือ คะแนนการเปิดเผยด้าน ESG จะมีผลทำให้ต้นทุนเงินทุนด้านหนี้สินและด้านส่วนผู้ถือหุ้นลดลงจริงหรือไม่ หากมีการลดลงจะมีผลทำให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นจริงหรือไม่ และในทางตรงกันข้าม คะแนนการเปิดเผยด้าน ESG จะมีผลทำให้ต้นทุนเงินทุนด้านหนี้สินและด้านส่วนผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจริงหรือไม่ หากมีการเพิ่มขึ้นจะทำให้มูลค่ากิจการลดลงจริงหรือไม่ ยังคงเป็นคำถามที่ผู้วิจัยต้องการค้นหาคำตอบ งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่เลือกศึกษากับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่ม SET 100 SET 50 หรือบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในกลุ่มหุ้นยั่งยืน แต่ยังมีงานวิจัยน้อยมากที่เลือกศึกษากับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่ฐานดัชนีการประเมินความยั่งยืนขององค์กรในระดับสากล (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะยังไม่ได้ได้รับความสนใจในด้าน ESG มากเท่าไรเมื่อเทียบกับต่างประเทศ แต่เพื่อเป็นการรองรับการพัฒนาความยั่งยืนของตลาดทุนไทยที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อให้บริษัทก้าวไปสู่การประเมินความยั่งยืนขององค์กรในระดับสากล รวมถึงการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อเป็นรากฐานสำหรับวงการวิชาการ และ

วงการวิชาชีพ ผู้วิจัยเห็นควรอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาและการวิจัยเพื่อพัฒนา “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1) ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูล ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับหลักฐานเชิงประจักษ์

2) วิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุในรูปแบบ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล

ด้วยกระแสสังคมโลกต่างให้ความสนใจกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล หรือที่เรียกว่า “ESG” มากขึ้น องค์การสหประชาชาติ หรือ “UN” จึงได้ออกแนวทางการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบ (Principles for Responsible Investment : PRI) ไว้ 6 ประการ² โดยผนวกเรื่อง ESG เข้ากับการตัดสินใจการลงทุน แต่ภายหลังการออก PRI ได้ไม่นาน ESG ก็เป็นคำที่ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายโดยนักลงทุนและหน่วยงานที่กำกับดูแล (Britton, 2021) ดังนั้น การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจตามเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับโลก (Sustainable Development Goals: SDGs) ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย (Goal) 169 เป้าประสงค์ (Target) และ 232 ตัวชี้วัด (Indicator)

หลักเกณฑ์การดำเนินงานด้าน ESG เป็นกรอบการดำเนินงานที่นักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรใน 3 มุมมอง คือ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment: E) มุ่งเน้นใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ ด้านสังคม (Social: S) มุ่งเน้นการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม รวมถึงดูแลความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และด้านธรรมาภิบาล (Governance: G) มุ่งเน้นการมีนโยบายที่ใช้กำกับดูแลกิจการที่ดี ดำเนินงานอย่างโปร่งใสปฏิบัติเป็นไปตามกฎระเบียบต่อต้านการทุจริต (Friede, Busch, & Bassen, 2015) ซึ่งกลยุทธ์การลงทุนอย่างยั่งยืนมีหลากหลายรูปแบบ โดยพันธมิตรการลงทุนอย่างยั่งยืนระดับสากล (The Global Sustainable Investment Alliance (GSIA)) จำแนกกลยุทธ์การลงทุนอย่างยั่งยืนออกเป็น 7 กลุ่ม³ โดยในปัจจุบัน Global Reporting Initiative (GRI) ได้พัฒนาแนวปฏิบัติสำหรับการจัดทำรายงานข้อมูลความยั่งยืนรุ่นที่ 4 หรือ G4 (Global Reporting Initiative, 2015) ประกอบด้วย 91 ตัวชี้วัดย่อยเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับในระดับสากลที่บริษัทสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวัดและรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรในมุมมองด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

² 6 หลักปฏิบัติการลงทุนที่มีความรับผิดชอบ ประกอบด้วย หลักปฏิบัติที่ 1 พึงนำประเด็นด้าน ESG มาประกอบการวิเคราะห์และการตัดสินใจลงทุน หลักปฏิบัติที่ 2 พึงใช้สิทธิในฐานะผู้ถือหุ้นอย่างจริงจังและนำประเด็นด้าน ESG ไว้เป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดนโยบายและหลักปฏิบัติการใช้สิทธิในฐานะผู้ถือหุ้น หลักปฏิบัติที่ 3 พึงสนับสนุนให้บริษัทต่างๆที่เราเข้าไปลงทุนเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG อย่างเหมาะสม หลักปฏิบัติที่ 4 พึงส่งเสริมประเด็นด้าน ESG ให้เกิดการยอมรับและนำหลักการไปปฏิบัติในอุตสาหกรรมการลงทุน หลักปฏิบัติที่ 5 พึงทำงานร่วมกับเพื่อนเพิ่มประสิทธิภาพในการนำหลักปฏิบัติการลงทุนที่มีความรับผิดชอบมาใช้ให้เกิดผลสำเร็จ และหลักปฏิบัติที่ 6 พึงรายงานข้อมูลข่าวสารความคืบหน้าในการดำเนินงานตามหลักปฏิบัติการลงทุนที่รับผิดชอบ

³ 1) คัดเลือกหลักทรัพย์ออกจากพอร์ตเมื่อไม่เป็นไปตามเกณฑ์ ESG (Negative/ Exclusionary Screening) 2) ลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีคะแนนการปฏิบัติด้าน ESG สูง (Positive/ Best-in-class Screening) 3) ลงทุนในหลักทรัพย์ที่เป็นไปตามมาตรฐานขั้นต่ำของ ESG (Norms-Based Screening) 4) วิเคราะห์หลักทรัพย์โดยนำผลการดำเนินงานด้าน ESG ไปวิเคราะห์ควบคู่ด้วย (ESG Integration) 5) ลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีการประกอบธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Themed Investing) 6) ลงทุนเจาะจงเฉพาะโครงการที่แก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม สังคมชุมชน (Impact/ Community/Investing) และ 7) ใช้พลังของผู้ถือหุ้นโดยตรงเพื่อการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างของบริษัท (Corporate Engagement and Shareholder Action)

การศึกษาการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วย หนึ่งทฤษฎี และทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้ในการอธิบายมากที่สุด คือ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ของ Freeman (1984) และทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ของ Suchman (1995) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้ 2 ทฤษฎีนี้เป็นหลักในการอธิบายขอบเขตและเนื้อหาของ การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน และจะทำการเสริมด้วยทฤษฎี แนวคิด รวมถึงงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) มีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938) นำเสนอมุมมองของผู้บริหารที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดขององค์กร ซึ่งทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเป็นรากฐานของการพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียนอกเหนือไปจากผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ โดย Freeman, Dmytriiev, and Phillips (2017) มองว่า “ผู้บริหารต้องสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย คือ ผู้ที่มีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจการกำหนดนโยบาย และการปฏิบัติของบริษัท” (Harabida & Radi, 2021) เพราะการบริหารจัดการธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพไม่ได้เกิดขึ้นด้วยตัวของธุรกิจแต่เพียงผู้เดียวแต่ยังเชื่อมโยงเข้ากับผู้มีส่วนได้เสียหลากหลายกลุ่มเป็นห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ดังนั้น การดำเนินธุรกิจต้องพิจารณาให้ได้ว่าองค์กรธุรกิจของตนเองมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใด เพราะผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไปนำมาควบคู่กับการวิเคราะห์ความสำคัญและความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของธุรกิจเพื่อกำหนดแนวทางและการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามเป้าหมายที่กำหนด (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567; Brown & Tregidga, 2017)

ดังนั้นการรายงานข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นวิธีการหลักที่องค์กรใช้ในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียยิ่งองค์กรได้รับแรงกดดันจากภายนอกมากเท่าไรยิ่งจะทำให้องค์กรเปิดเผยข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และการเปิดเผยข้อมูลจะเป็นหนทางนำไปสู่การสร้าง ความชอบธรรมให้กับองค์กร (Campbell, Craven, & Shrivess, 2003) สอดคล้องตาม ทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ของ Suchman (1995) มองว่า “กิจการควรใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลตามความชอบธรรมหรือกฎเกณฑ์ที่สังคมกำหนด โดยการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจะสะท้อนถึงการปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคม” และ แนวคิดความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (Public Responsibility) กล่าวว่า “บริษัทต้องระมัดระวังและใส่ใจถึงผลที่จะตามมาจากการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นในพื้นที่โดยตรง และพื้นที่ต่อเนื่องที่จะกลายเป็นประเด็นทางสังคม” โดย Lghian (2015) สนับสนุนทฤษฎีและแนวคิดข้างต้นว่า “ธุรกิจต้องเริ่มตระหนักถึงการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนและเปิดเผยข้อมูลที่นอกเหนือจากข้อมูลงบการเงิน” ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนผ่านรายงานประจำปีเป็นหนึ่งวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสำหรับกลยุทธ์ความชอบธรรม ที่จะช่วยลดแรงกดดันจากสังคม Lindlom มองว่า “การที่บริษัทจะดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐานของสังคมซึ่งเปรียบเสมือนการให้สัญญาประชาคม โดยการแสดงออกอย่างชัดเจน เช่น การเปิดเผยข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปีเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นการส่งข้อมูลข่าวสารขององค์กรไปยังผู้ใช้ข้อมูล และสิ่งตอบแทนที่ธุรกิจจะได้กลับมา คือ การที่สังคมยินยอมให้บริษัทมีสิทธิใช้และจัดการทรัพยากรในสังคม” (Lindlom, 1994 อ้างอิงใน ปิยะดา เนตรสุวรรณ, มนทิพย์ ตั้งเอกจิต, และ ภูริทัต อินยา, 2565) ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (The Signaling Theory) Spence (1973) อธิบายว่า “ผู้บริหารย่อมมีข้อมูลข่าวสารที่มากกว่า ผู้ลงทุน ดังนั้น ผู้บริหารจึงอาจส่งสัญญาณให้กับผู้ลงทุนผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ นักลงทุนทราบถึงทิศทางและแนวโน้ม ต่าง ๆ ของกิจการในอนาคตนั้นก็คือ การรายงานความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงนโยบายและการดำเนินงานที่โปร่งใสไปยังผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มนำไปวิเคราะห์และประเมินการตัดสินใจ” ทฤษฎีตลาดทุน (Capital Market Theory) Sharpe (1964) เชื่อว่า “นักลงทุนจะมีปฏิกิริยาตอบสนองทันทีต่อข้อมูลที่กิจการทำการเปิดเผย โดยปฏิกิริยาที่ตอบสนองนั้นจะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้น” ดังนั้น ผู้บริหารจะเลือกนโยบายการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสในด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสีย

ได้ทราบข้อมูลอย่างชัดเจน และทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ของ Jensen and Meckling (1976) กล่าวถึง ปัญหา 2 ประการที่อาจเกิดขึ้นระหว่างความสัมพันธ์กับตัวแทน ประการแรก เมื่อความต้องการหรือเป้าหมายของตัวการและตัวแทนมีความขัดแย้งซึ่งกันและกัน และเป็นการยากที่ตัวการจะทำการตรวจสอบความถูกต้องของการทำงานของตัวแทน เพราะการตรวจสอบจะต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูง ประการที่สอง การแบ่งปันความเสี่ยงที่เกิดขึ้น กล่าวคือ ตัวแทนกับตัวการจะมีวิธีการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกันด้วยเพราะมุมมองและความคิดเห็นแตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจการกำหนดนโยบาย และการบริหารงานธุรกิจ (พชรพล ศุขอร่าม, 2565) ดังนั้นการแก้ไขปัญหาคือ การเพิ่มความโปร่งใสด้วยการเปิดเผยข้อมูลที่เพียงพอเพื่อลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล เช่นเดียวกับ ทฤษฎีความไม่สมมาตรของข้อมูล (Asymmetric Information) ของ Akerlof (1970) กล่าวว่า “การลดปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูล คือ การที่บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและจะทำให้ให้นักลงทุนเกิดความเชื่อมั่นตามมา” (Raimo et al., 2022)

แนวคิดต้นทุนเงินทุน

ต้นทุนเงินทุน (Cost of Capital) วัดจากต้นทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity: EC) คือ อัตราผลตอบแทนจากหุ้นที่นักลงทุนคาดหวังจะสะท้อนถึงการรับรู้ของนักลงทุนเกี่ยวกับความเสี่ยงของ กระแสเงินสดของบริษัท (Witmer & Zorn, 2007 อ้างอิงใน Atan et al., 2018) และต้นทุนของหนี้สิน (Cost of Debt: DC) คือ ต้นทุนที่บริษัทจ่ายสำหรับเงินกู้ธนาคาร หุ้นกู้ และหนี้ในรูปแบบอื่น โดยต้นทุนของหนี้สินจะเพิ่มขึ้นเมื่อนักลงทุนหรือเจ้าหนี้ต้องการผลตอบแทนหรือข้อมูลข่าวสารที่สูงขึ้นสำหรับความเสี่ยงที่สูงขึ้น

แนวคิดมูลค่ากิจการ

ทฤษฎี Tobin's Q ของ Professor James T. Tobin ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย Yale ซึ่งได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ในปี ค.ศ. 1981 เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับและนิยมนำมาใช้ศึกษาในการวัดมูลค่าของกิจการในงานวิจัยทางด้านบัญชีและการเงิน โดย Professor Tobin เชื่อว่าทฤษฎี Tobin's Q เป็นตัวชี้วัดที่ดีที่จะสะท้อนให้เห็นถึงมูลค่าขององค์กร เนื่องจากอัตราส่วนนี้สามารถใช้ในการคาดการณ์การตัดสินใจจ่ายลงทุนในอนาคต และทฤษฎีนี้ยังได้รับความนิยมจากงานวิจัยด้านบริหารธุรกิจจำนวนมากในการวัดมูลค่าบริษัทมาจนถึงปัจจุบัน การคำนวณค่า Tobin's Q มีวิธีการคำนวณที่แตกต่างกันออกไป (ปานมน จันทบุตร, สุนิย์รัตน์ วุฒิจินดานนท์, และ อุซารัตน์ ธีรธร, 2563) ดังนี้ (1) แนวทางของ Lindenberg and Ross (1981) คำนวณจากราคาเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ถาวรทุกชนิด โดยใช้ค่าเสื่อมราคาอัตราเดียวกันทั้งหมดทำให้ค่าเสื่อมราคาสูงส่งผลทำให้ค่า Tobin's Q สูงตามมา แต่วิธีการคำนวณนี้ยังเป็นแนวทางที่ได้รับการยอมรับว่ามีความถูกต้องตามหลักทฤษฎี (2) แนวทางของ National Bureau of Economic Research (NBER) โดย Hall et al. (1988) คำนวณราคาเปลี่ยนแปลงแทนจากผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (GNI) ทำให้มีอายุเฉลี่ยของสินทรัพย์สูง (3) แนวทางของ Lewellen and Badrinath (1997) คำนวณจากราคาเปลี่ยนแปลงจากเงินลงทุนที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีทำให้ใช้เวลานานในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ (4) แนวทางของ Chung and Pruitt (1994) มูลค่ากิจการทางการตลาดของกิจการ จากผลรวมของมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ ซึ่งได้จากผลคูณของราคาตลาดของหุ้นสามัญหรือราคาปิดของหุ้นสามัญคูณด้วยจำนวนหุ้นที่อยู่ในมือผู้ถือหุ้น มูลค่าทางการตลาดของหุ้นบุริมสิทธิคำนวณจากมูลค่าไถ่ถอนของหุ้นบุริมสิทธิ และมูลค่าตามบัญชีของหนี้สินที่คำนวณจากมูลค่าตามบัญชีของหนี้สินหมุนเวียนสุทธิจากสินทรัพย์หมุนเวียนและมูลค่าตามบัญชีของหนี้สินระยะยาว โดยหารด้วยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์รวมแทนราคาเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์

อย่างไรก็ตามยังไม่เป็นที่แน่ชัดว่าแนวทางการคำนวณใดเป็นวิธีการคำนวณที่ได้ค่า Tobin's Q สะท้อนถึงมูลค่ากิจการได้อย่างถูกต้องแม่นยำที่สุด ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการคำนวณ Tobin's Q ตามแนวทางของ Chung and Pruitt (1994) เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลการเปิดเผยต่อบุคคลภายนอก และเป็นการคำนวณเกี่ยวกับการวัดผลการ

ดำเนินงานด้านมูลค่าทางการตลาด และการคำนวณตามแนวคิดของ Chung and Pruitt ได้พัฒนาปรับปรุงจากวิธีการคำนวณตามแนวคิดของ Lindenberg and Ross (1981) ทำให้มีการคำนวณได้ง่ายและเป็นที่ยอมรับในทางปฏิบัติมากกว่าวิธีการคำนวณอื่น นอกจากนี้การทดสอบ ค่า Tobin's Q ระหว่างแนวคิดของ Lindenberg and Ross กับ Chung and Pruitt ให้ผลที่ใกล้เคียงกันมากถึงร้อยละ 96 ดังนั้น ค่า Tobin's Q จึงมีความมั่นใจในระดับที่เชื่อถือได้อย่างสมเหตุและสมผล โดยองค์กรที่มีค่า Tobin's Q มากกว่า 1 จะถูกจัดว่าเป็นองค์กรที่สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพที่จะทำให้องค์กรได้รับผลตอบแทนของเงินลงทุนในอัตราที่สูงกว่าต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (ณัฐพัชร นวลมนัสนิติ, 2563)

ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่มีต่อมูลค่ากิจการ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาได้มีการศึกษางานวิจัยที่พยายามศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลกับมูลค่ากิจการ เช่น งานวิจัยของ Friede, Busch, and Bassen (2015) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลกับมูลค่ากิจการ โดยการสังเคราะห์งานวิจัยมากกว่า 2,000 เรื่อง ผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 63 ของงานวิจัยให้ผลเป็นไปในทิศทางเดียว คือ การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่ากิจการ งานวิจัยของ Tang, Hull, and Rothenberg (2012) ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG จำนวน 130 บริษัท พบว่า บริษัทที่มีความสามารถในการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย จะมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นเป็นผลดีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Lu et al. (2013) และ Alareeni and Hamdan (2020) พบว่า คะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG มีผลต่อมูลค่ากิจการที่วัดโดย Tobin's Q และ Wong et al. (2021) พบว่า บริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูล ESG ส่งผลให้ต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ยน้ำหนักลดลงและส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับกิจการที่ไม่มีการเปิดเผยข้อมูล รวมถึงงานวิจัยอื่นที่ให้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การนำแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนมาใช้ในองค์กรมีผลดีต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดมูลค่ามากที่สุด (Alareeni & Hamdan, 2020; Aydogmus, Gulay, & Ergun, 2022; Ben-Eli, 2018; Farooque & Ahulu, 2015; Peng & Lsa, 2020; Pu, 2023; Wong et al., 2021) ตามหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ได้กล่าวมานั้น ผู้วิจัยจึงเชื่อได้ว่าคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นที่วัดโดย Tobin's Q เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูล ESG ส่งผลให้กิจการมีความโปร่งใสนำไปสู่การลดปัญหาที่เกิดขึ้นตามที่ทฤษฎีตัวแทนกล่าวไว้ รวมถึงทฤษฎีอื่นตามที่ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้ จึงนำมาสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) คะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้มูลค่ากิจการที่วัดโดย Tobin's Q เพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่มีต่อต้นทุนเงินทุนและมูลค่ากิจการ

การศึกษาก่อนหน้านี้พบว่า กิจการที่ส่งเสริมการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมหรือมีคะแนนการประเมินการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มขึ้นส่งผลให้มีอันดับความน่าเชื่อถือสูงส่งผลให้ต้นทุนหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงมากกว่ากิจการที่ได้รับคะแนนการเปิดเผยที่ต่ำ (Berntsson, 2019) เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วนจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนถึงการบริหารงานที่มีความโปร่งใส โดยไม่ถูกจำกัดขอบเขตข้อมูลทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรผลที่ตามมา คือ ต้นทุนทางสังคมที่ดีขึ้น (Flammer, 2015; Ng & Rezaee, 2015)

แต่มีงานวิจัยบางส่วนที่ให้ผลในทิศทางตรงกันข้ามระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลกับต้นทุนเงินทุนและมูลค่ากิจการ เช่น การศึกษาของ Mackey, Mackey, and Barney (2007) และ Graff Zivin and

Small (2005) มองว่า “สิ่งที่นักลงทุนควรคาดหวังจากกิจการ คือ การเพิ่มความมั่งคั่งของบริษัทโดยไม่มีนโยบายด้านความยั่งยืน ส่วนนโยบายความยั่งยืนควรถูกดำเนินการด้วยองค์ที่ไม่แสวงหาผลประโยชน์” งานวิจัยของ Berntsson (2019) พบว่า “การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลทำให้กิจการต้องมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้กำไรลดลงและมูลค่ากิจการลดลงตามมา” และ Atan et al. (2018) พบว่า “การเปิดเผยข้อมูลในแต่ละมิติของ ESG ไม่มีส่วนช่วยในการเพิ่มขึ้นของกำไรและมูลค่ากิจการ เป็นไปทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยอื่น เช่น Magnanelli and Izzo (2017) พบว่า บริษัทกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวส์โจนส์ (DJSI) ที่มีคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและ สังคมสูงจะมีต้นทุนเงินทุนเพิ่มขึ้น รวมถึงงานวิจัยอื่น เช่น Cardamone, Carnevale, and Giunta (2012) และ Crisostomo, Freire, and Vasconcellos (2011)

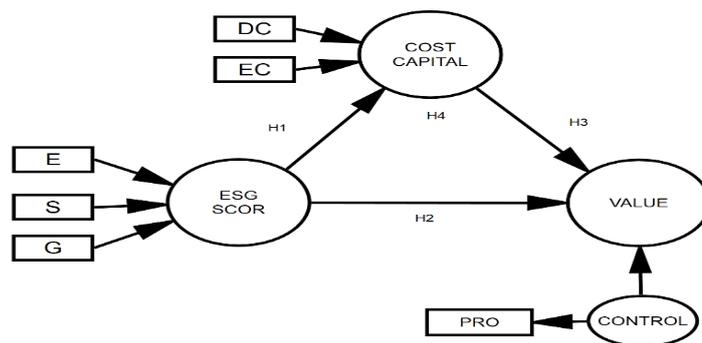
จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับต้นทุนเงินทุนและมูลค่ากิจการยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจน เพราะแม้ว่าการเพิ่มขึ้นของคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลจะช่วยเพิ่มมูลค่ากิจการไปพร้อมกับการเพิ่มต้นทุนเงินทุนมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามมูลค่าของกิจการที่เพิ่มขึ้นนั้นอาจไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับต้นทุนเงินทุนนั่นคือ การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล มีแนวโน้มต่อการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเงินทุน ในขณะที่การเพิ่มขึ้นของต้นทุนเงินทุนมีทิศทางตรงข้ามกับมูลค่าของกิจการที่วัดโดย Tobin's Q จึงนำมาสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 2, 3 และ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2) คะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนเงินทุนของกิจการเพิ่มขึ้น

สมมติฐานที่ 3 (H3) ต้นทุนเงินทุนของกิจการที่เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้มูลค่ากิจการที่วัดโดย Tobin's Q ลดลง

สมมติฐานที่ 4 (H4) คะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้มูลค่ากิจการที่วัดโดย Tobin's Q ลดลง โดยมีตัวแปรต้นทุนเงินทุนของกิจการที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลมีความเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของกิจการโดยตรง จึงนำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามภาพที่ 4



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย⁴

⁴ **หมายเหตุ:** 1) ESG SCOR แทน คะแนนการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล COST CAPITAL แทน ต้นทุนเงินทุน DC แทน ต้นทุนเงินทุน ด้านหนี้สิน EC แทน ต้นทุนเงินทุน ด้านส่วนผู้ถือหุ้น VALUE แทน มูลค่ากิจการ PRO แทน ความสามารถในการทำกำไร 2) การวิจัยนี้ใช้โมเดลการวัดทั้งแบบ Formative และ Reflective

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 913 บริษัท ข้อมูล ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เลือกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่ฐานดัชนีการประเมินความยั่งยืนขององค์กรในระดับสากล (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) ในรอบระยะเวลาปี พ.ศ. 2560 ถึง 2566 จำนวน 31 บริษัท ยกเว้นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน กองทุนรวม กองทรัสต์ จำนวน 2 บริษัท คงเหลือ 29 บริษัท และใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (PLS-SEM) ที่ต้องมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพียงพอเพื่อให้ค่าพารามิเตอร์จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกิดความเที่ยงตรง โดย Hair et al. (2021) เสนอว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีความเพียงพอและเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้างต้องอยู่ระหว่าง 100 ถึง 200 ตัวอย่างหรือมีอัตราส่วน 15 ถึง 20 หน่วยต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ ตามกรอบแนวคิดการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 6 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 90 ตัวอย่าง (15 คูณ 6) และ 120 ตัวอย่าง (20 คูณ 6) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากเพียงพอผู้วิจัยใช้ข้อมูลตัวอย่างจำนวน 203 ตัวอย่าง (มาจาก 29 บริษัท คูณ 7 ปี) ดังนั้นข้อมูลมีความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของ Hair et al. (2021) สามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวัดค่าของตัวแปร

1) การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG Scores) ผู้วิจัยใช้คะแนน ESG ที่ได้รับจากผู้ประเมิน (RobecoSAM) ที่มีค่าคะแนนตั้งแต่ 0 ถึง 100 คะแนน 2) ต้นทุนของเงินทุน (Capital Cost) วัดค่าจากต้นทุนเงินทุนด้านหนี้สิน (DC) คำนวณจากดอกเบี้ยจ่ายหารด้วยหนี้สินรวมคูณหนึ่งร้อย และต้นทุนเงินทุนด้านส่วนผู้ถือหุ้น (EC) คำนวณจากต้นทุนของส่วนผู้ถือหุ้นสามัญด้วยวิธี Capital Asset Pricing Model (CAPM) 3) มูลค่ากิจการ (VALUE) วัดมูลค่ากิจการตามแนวคิดของ Chung and Pruitt ซึ่งได้ทำการพัฒนาปรับปรุงจากทฤษฎี Tobin's Q คำนวณได้จากสูตรดังนี้ $Approximate\ Q\ (Tobin's\ Q) = \frac{MVE+PS+DEBT}{TA}$ กำหนดให้ MVE แทน มูลค่าทางตลาดของบริษัทจากผลของมูลค่าทางตลาดของหุ้นสามัญ, PS แทน มูลค่าทางตลาดของหุ้นบุริมสิทธิ, DEBT แทน มูลค่าทางตลาดของหนี้สิน คำนวณจากผลรวมของมูลค่าตามบัญชีของหนี้สินระยะสั้นและมูลค่าตามบัญชีของหนี้สินระยะยาว, TA แทน มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์รวมทั้งหมดของบริษัท และ 4) ตัวแปรควบคุม คือ ความสามารถในการทำกำไร (PRO) วัดค่าจากอัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนครพนม เลขที่ HE 95/67 จะไม่มีการเปิดเผยรายชื่อองค์กรไม่ว่าทุกกรณีใด ๆ ที่จะเป็นความเสียหายชื่อเสียงและจะทำลายเอกสารทั้งสิ้นเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากเว็บไซต์ที่รวมข้อมูลราคาซื้อขายหลักทรัพย์ อนุพันธ์ ดัชนีหลักทรัพย์ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รอบระยะเวลาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2560 ถึงพ.ศ. 2566⁵

⁵ ผู้วิจัยรวมข้อมูลในปีพ.ศ. 2563-2564 แม้ว่าจะเป็นช่วงวิกฤตเศรษฐกิจจากสถานการณ์ COVID-19 แต่ภายใต้สถานการณ์นี้ผู้บริหารและนักลงทุนให้ความสำคัญกับ ESG มากขึ้นกว่าสถานการณ์ "ปกติ" (Broadstock et al., 2021; Ding, Daugaard, & Linnenluecke, 2020) จึงสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับข้อมูลอื่นได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากสถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายลักษณะของข้อมูล และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

5. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ค่าสถิติ	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา						
	E	S	G	DC	EC	VALUE	PRO
M	0.796	0.849	0.746	0.038	0.040	0.818	0.117
SD	0.108	0.072	0.093	0.000	0.011	0.080	0.179
MIN	0.45	0.70	0.49	0.02	0.04	0.66	0.03
MAX	0.99	0.98	0.90	0.05	0.07	0.98	0.076

จากตารางที่ 1 พบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่ฐานดัชนีการประเมินความยั่งยืนขององค์กรในระดับสากลมีค่าคะแนนการประเมินด้าน E ด้าน S และด้าน G คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.796 0.849 และ 0.746 ตามลำดับ และมีต้นทุนเงินทุนด้าน EC คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.040 และต้นทุนเงินทุนทางด้าน DC คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.038 และ VALUE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.818 และ PRO มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.117

การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรและภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	VALUE	E	S	G		DC	EC	PRO
มูลค่ากิจการ (VALUE)	1.000							
ด้านสิ่งแวดล้อม (E)	0.418*	1.000						
ด้านสังคม (S)	0.801**	0.389*	1.000					
ด้านบรรษัทภิบาล (G)	0.653**	0.310	0.786**	1.000				
ต้นทุนเงินทุนด้านหนี้สิน (DC)	0.185	-0.020	0.166	0.214	1.000			
ต้นทุนเงินทุนด้านส่วนผู้ถือหุ้น (EC)	-0.012	0.060	0.066	0.012	0.812**	1.000		
ความสามารถในการทำกำไร (PRO)	-0.156	-0.076	-0.003	0.038	0.106	0.076	1.000	
Tolerance (ควรมากกว่า 0.1)		0.882	0.381	0.398		0.164	0.168	0.755
Variance Inflation Factor (VIF) (ควรน้อยกว่า 10)		1.133	2.622	2.514		6.110	5.968	1.325
Condition Index (CI) (ควรน้อยกว่า 30)	1.000	3.025	8.039	21.663		27.658	53.692	63.574

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรสังเกตได้ รวม 7 ตัวแปร มีค่า Tolerance มากกว่า 0.1 ค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 สำหรับค่า CI ของตัวแปร VALUE, E, S, G และ DC มีค่าน้อยกว่า 30 ในขณะที่ตัวแปร EC และ PRO มีค่ามากกว่า 30 ผู้วิจัยจึงพิจารณาต่อจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient (r)) มีค่าน้อยกว่า 9 กล่าวโดยสรุป ทุกตัวแปร มีค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ตามหลักทางสถิติที่กำหนดจึงไม่ทำให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) และสามารถนำไปวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อไป (Hair et al., 2021)

การทดสอบสมมติฐานและการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยใช้วิธีการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์และทดลองการวิเคราะห์ข้อมูลเสมือนซ้ำจำนวน 5,000 รอบ ด้วยสถิติบูทสตร้าป (Bootstrapping) และทดสอบสมมติฐานที่มีเขตการปฏิเสธสองทาง (two-tailed) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสถิติ t-statistics ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยตามรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) และผลการทดสอบสมมติฐาน

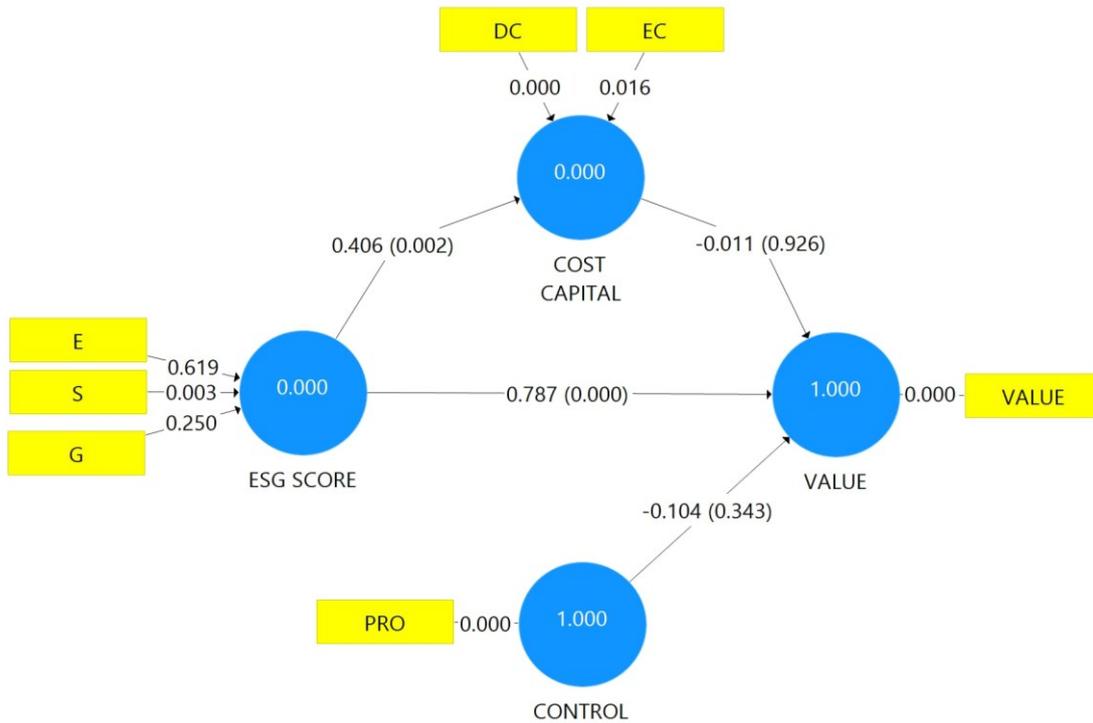
สมมติฐาน / ความสัมพันธ์	คู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	Path Coefficient (β)	S.D.	t-statistics	p-value	ผลการทดสอบ
H:1 (+)	ESG SCORE ---> VALUE	0.787	0.137	5.758	0.000**	สนับสนุน
H:2 (+)	ESG SCORE ---> COST CAPITAL	0.406	0.130	3.113	0.002**	สนับสนุน
H:3 (+)	COST CAPITAL ---> VALUE	-0.011	0.123	5.758	0.928	ไม่สนับสนุน

จากตารางที่ 3 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลมีอิทธิพลทางตรงในทางบวกต่อมูลค่ากิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ (H1) และการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลมีอิทธิพลทางตรงในทางลบต่อต้นทุนเงินทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ (H2) และต้นทุนเงินทุนของกิจการมีอิทธิพลทางตรงในทางลบต่อมูลค่ากิจการ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ (H3) นอกจากนี้ การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลมีอิทธิพลทางอ้อมในทางลบต่อมูลค่ากิจการ โดยมีตัวแปรต้นทุนเงินทุนของกิจการเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ (H4)

ตารางที่ 4 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม					
	COST CAPITAL			VALUE		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ESG SCORE	0.406**	-	0.406	0.787**	0.395	1.182
COST CAPITAL	-	-	-	-0.011	-	-0.011

หมายเหตุ: 1) DE คือ อิทธิพลทางตรง, IE คือ อิทธิพลทางอ้อม, TE คือ อิทธิพลรวม 2) ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ภาพที่ 5 โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุด

จากภาพที่ 5 การวิเคราะห์แบบจำลองคุณภาพโดยรวม พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีคุณภาพโดยรวมใน “ระดับดี” และผลการทดสอบจากการวิเคราะห์สถิติบูทสเตร็ปเพื่อทดสอบ Saturate Model (SM) และ Estimate Model (EM) พบว่า ค่าสถิติทั้ง 4 ค่าเป็นที่ยอมรับทั้งหมด ได้แก่ 1) ค่า Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) มีค่าน้อยกว่า 0.08 (SM = 0.046 EM = 0.043) 2) ค่า Square Euclidian distance (duls) มีค่ามากกว่า 0.01,0.05 (SM = 0.060 EM = 0.051) 3) Geodesic Distance (dG) มีค่ามากกว่า 0.01,0.05 (SM = 0.020 EM = 0.975) และ 4) ค่า Normal Fit Index (NFI) มีค่ามากกว่า 0.95 (SM = 0.977 EM = 0.975)

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคะแนนการเปิดเผยข้อมูล ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับหลักฐานเชิงประจักษ์ในระดับ “ดี” เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากที่สุด คือ ด้านสิ่งแวดล้อม (E) (0.620) รองลงมาด้านบรรษัทภิบาล (G) (0.233) และด้านสังคม (S) (0.002) ซึ่งผู้บริหารเลือกการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสในด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบข้อมูลอย่างชัดเจน โดยคะแนนการเปิดเผยข้อมูลจะสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ โดยผลการวิจัยสนับสนุนตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย นำเสนอมุมมองด้านบวกของผู้บริหารในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม หากธุรกิจมีระบบการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียเป็นอย่างดีก็ย่อมส่งผลทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ

และเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้เสีย สอดคล้องกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสาธารณะ กล่าวว่า “บริษัทต้องระมัดระวังและใส่ใจถึงผลที่ตามมาจากการดำเนินธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นและจะกลายมาเป็นประเด็นทางสังคม” ทฤษฎีความชอบธรรมหรือทฤษฎีชอบด้วยกฎหมาย ของ Suchman (1995) กล่าวว่า “การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจะแสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคม (Deegan, 2002) หากธุรกิจไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมก็อาจนำไปสู่การเลิกหรือยินยอมให้บริษัทมีสิทธิใช้และจัดการทรัพยากรในสังคมและผลที่อาจตามมา คือ ผลกระทบโดยตรงต่อภาพลักษณ์และการดำเนินธุรกิจ” (Lindlom, 1994 อ้างอิงใน ปิยะดา เนตรสุวรรณ, มนทิพย์ ตั้งเอกจิต, และ ภูริทัต อินยา, 2565) ดังนั้นผู้บริหารจึงเลือกกลยุทธ์การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และยึดหลักปฏิบัติตามบรรษัทภิบาลเป็นการสื่อสารให้กับผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงผลการดำเนินงานในมุมมองเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อลดช่องว่างทางกฎหมายให้สังคมได้รับทราบและเพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดในการละเลยการดำเนินธุรกิจที่ปราศจากการคำนึงถึงสังคมและชุมชน ทฤษฎีการส่งสัญญาณ ของ Spence (1973) กล่าวว่า ผู้บริหารมีข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ลงทุน ดังนั้น ผู้บริหารจึงอาจส่งสัญญาณผ่านช่องทางต่างๆ เช่น รายงานความยั่งยืน หรือรายงานประจำปี เพื่อให้นักลงทุนได้ทราบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และในทิศทางเดียวกันกับทฤษฎีตลาดทุน ของ Sharpe (1964) กล่าวว่า “นักลงทุนจะมีปฏิกิริยาตอบสนองทันทีต่อข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริหารได้สื่อสารออกมา” รวมถึงทฤษฎีตัวแทน ของ Jensen and Meckling (1976) อธิบายว่าการลดความขัดแย้งระหว่างตัวการกับตัวแทน คือ การเปิดเผยข้อมูลให้มีความเพียงพอที่จะช่วยเพิ่มความโปร่งใสตามมา (ปาณมน จันทบุตร, สุนีย์รัตน์ วุฒิจินดานนท์, และ อุษารัตน์ ธีรธร, 2563) เช่นเดียวกับทฤษฎีความไม่สมมาตรของข้อมูล (Asymmetric Information) ของ Akerlof (1970) เชื่อว่า “การลดปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูล คือ การที่บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อนักลงทุน” (Raimo et al., 2022)

กล่าวโดยสรุป “การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้มูลค่ากิจการที่วัดโดย Tobin’s Q เพิ่มขึ้น” จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 สอดคล้องกับการศึกษาของ Kim and Park (2013) พบว่า บริษัทที่ถูกจัดอันดับและได้รับการประเมินการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG จะมีมูลค่ากิจการ สูงกว่าบริษัทที่ไม่ได้ถูกจัดอันดับและได้รับการประเมินการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG และการศึกษาผลกระทบของคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG ต่อมูลค่ากิจการของ Van Brecht et al. (2018) พบว่า คะแนนการเปิดเผยที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลให้บริษัทมีมูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่านักลงทุนต่างให้ความสำคัญและให้ความสนใจที่นำเอาปัจจัยด้าน ESG มาพิจารณาควบคู่กับการวิเคราะห์รายงานทางการเงินของธุรกิจ และ Yordudom and Suttipun (2020) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นส่งผลให้มูลค่าบริษัทที่วัดโดยมูลค่าตามราคาตลาดเพิ่มขึ้น เนื่องจากนักลงทุนให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทมากขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Yu, Guo, and Luu (2018) ศึกษาผลกระทบของความโปร่งใสของการดำเนินงานด้าน ESG ที่วัดจากค่าคะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG ผลการวิจัยพบว่า บริษัทที่ได้รับค่าคะแนน ด้านบรรษัทภิบาล (G) จะมีผลต่อมูลค่ากิจการที่วัดโดย Tobin Q เช่นเดียวกับ Love and Petchchechoo (2019) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดอันดับด้านบรรษัทภิบาล 374 บริษัท พบว่า บริษัทที่ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลจะมีมูลค่ากิจการที่เพิ่มขึ้นโดยวัดจากค่า Tobin Q และ Chen, Feldmann, and Tang (2015) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของยอดขาย และ พชรพล ศุขอร่าม (2565) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อมูลค่ากิจการและผลการดำเนินงานของบริษัทแต่มีผลตรงกันข้ามในมุมมองทางการเงิน และ Farooque and Ahulu (2015) มองว่า การเปิดเผยข้อมูล ESG เป็นช่องทางสำคัญในการส่งสัญญาณทางธุรกิจไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยการเปิดเผยข้อมูลจะช่วยเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กรการส่งเสริมภาพลักษณ์ และการสร้างความไว้วางใจจากกลุ่มเป้าหมาย

แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าทฤษฎีต่างๆ ตามที่กล่าวมาข้างต้นจะสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดเผยข้อมูล ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบริษัทภิบาลกับมูลค่ากิจการ แต่ผลการวิจัยก็พบข้อสังเกตกล่าวคือ มูลค่ากิจการไม่ได้รับ อิทธิพลทางตรงในทางบวกจากต้นทุนเงินทุน และต้นทุนเงินทุนได้รับอิทธิพลทางตรงในทางบวกจากคะแนนการเปิดเผย ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบริษัทภิบาลหรืออธิบายอีกนัยได้ว่า “การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ บริษัทภิบาลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนเงินทุนของกิจการเพิ่มขึ้น” และ “ต้นทุนเงินทุนของกิจการที่เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้มูลค่า กิจการที่วัดโดย Tobin’s Q ลดลง” และ “คะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบริษัทภิบาลที่เพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้มูลค่ากิจการที่วัดโดย Tobin’s Q ลดลง โดยมีตัวแปรต้นทุนเงินทุนของกิจการที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวแปรส่งผ่าน” ซึ่ง อาจเป็นผลมาจากการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้าน ESG ในระดับสูงจะส่งผลทำให้กิจการต้องมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ เพิ่มขึ้นหรืออาจต้องจัดสรรจำนวนเงินบางส่วนไปจากการดำเนินงานหลักเพื่อใช้ในการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้าน ESG ส่งผลทำให้กำไรของกิจการลดลงและ มูลค่ากิจการลดลงในทิศทางเดียว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Friedman (2007), Atan et al. (2018), Berntsson (2019) และ Ramirez et al. (2022) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลของแต่ละองค์ประกอบ ด้าน ESG ไม่มีผลทำให้ต้นทุนเงินทุนลดลงและจะส่งผลกระทบต่อกำไรกิจการตามมา เช่นเดียวกับ Magnanelli and Izzo (2017) พบว่า คะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินของกิจการที่ถูกจัดอันดับดัชนีดาวนิ โจนส์ (DJSI) เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับ อุภาวดี เนื่องวรรณะ (2561) ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดเอ็ม เอ ไอ พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนเงินทุนของ กิจการเพิ่มขึ้น และ Balatbat, Siew, and Carmichael (2012) พบว่า ได้ให้ข้อสรุปว่าการวัดผลคะแนนที่เกี่ยวข้องกับ ESG อาจไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงหลักการทางปฏิบัติของแต่ละบริษัทที่เลือกกิจกรรมด้าน ESG ที่มีความแตกต่างกันออกไป และกิจกรรมบางกิจกรรมอาจไม่ได้เพิ่มคุณค่าหรือมูลค่าให้แก่บริษัทแต่กลับกลายเป็นต้นทุนที่กิจการต้องแบกรับภาระของ การดำเนินกิจกรรมด้าน ESG และ Chen, Feldmann, and Tang (2015) พบว่า บริษัทจดทะเบียนในประเทศไต้หวันที่มี การดำเนินงานด้าน ESG จะมีต้นทุนเงินทุนที่เพิ่มขึ้นและมูลค่ากิจการจะลดลงในทิศทางเดียวกัน Cardamone, Carnevale, and Giunta, (2012) และ Crisostomo, Freire, and Vasconcellos (2011) ให้เหตุผลว่าการดำเนินธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับด้าน ESG ต้องอาศัยเงินลงทุนจำนวนมากซึ่งต้องจัดสรรจำนวนเงินไปจากการดำเนินงานหลักทำให้กิจการไม่ อาจสร้างผลกำไรได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้น นักลงทุนในประเทศบราซิลจึงไม่เห็นความสำคัญของรายงานด้าน ESG สอดคล้อง กับ Mackey, Mackey, and Barney (2007) และ Graff Zivin and Small (2005) ระบุว่า นักลงทุนควรคาดหวังจาก บริษัท คือ การเพิ่มความมั่งคั่งของบริษัทโดยไม่มีนโยบายด้านความยั่งยืน ส่วนนโยบายความยั่งยืนควรถูกดำเนินการโดย องค์กรที่ไม่แสวงหาผลประโยชน์ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 3 และ 4 และปฏิเสธผลการวิจัยในอดีตที่ผ่านมาพบว่า หาก บริษัทมีระดับการเปิดเผยข้อมูล ESG สูงมากเท่าไร ยิ่งจะทำให้ต้นทุนเงินทุนทั้งในส่วนด้านหนี้สินและด้านส่วนผู้ถือหุ้น ลดลงและเป็นการเพิ่มขึ้นของกำไรส่งผลต่อมูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น (Alareeni & Hamdan, 2020; Atan et al., 2018; Attig et al., 2013; Friede, Busch, & Bassen, 2015; Flammer, 2015; Lu, Wang, & Lee, 2013; Ng & Rezaee, 2015; Ramirez et al., 2022; Shad et al., 2020; Wong et al., 2021)

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

แม้ว่าการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมจะส่งผลทำให้กิจการต้องมีภาระต้นทุนที่เกิดขึ้น แต่ต้นทุนที่เกิดขึ้นนี้จะกลาย มาเป็นต้นทุนประโยชน์ (Cost Benefit) ที่กิจการจะได้รับคืนจากสังคม เช่น ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ทัศนคติที่ดี ความเชื่อมั่น

และความโปร่งใส ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจตีมูลค่าทางการเงินไม่ได้ชัดเจนเท่าที่ควรในระยะเวลาอันสั้น แต่ปัจจัยเหล่านี้ล้วนสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าให้กับการดำเนินธุรกิจในระยะยาวและสิ่งที่ธุรกิจจะได้รับตามมาก็คือ ผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีขึ้น

ดังนั้น หน่วยงานที่กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาตลาดทุน อาทิ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในตลาดทุนไทย เช่น สมาคม ผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย (สทท.) และสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดวิธีปฏิบัติทั้งในเชิงนโยบายและกฎเกณฑ์ให้มีการเปิดเผยข้อมูล อย่างครบถ้วนและชัดเจนเพิ่มมากขึ้นทั้งในแบบสมัครใจและภาคบังคับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบริษัทที่ยังไม่เคยเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่มากจนเกินไปส่งผลทำให้ต้นทุนเงินทุนของกิจการเพิ่มขึ้นและการลดลงของมูลค่าของกิจการ แต่อีกหนึ่งมุมมองของการวิจัยนี้กลับพบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้มูลค่ากิจการที่วัดโดย Tobin's Q เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามที่ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียและทฤษฎีความชอบธรรมรวมถึงทฤษฎีอื่นๆ ได้กล่าวไว้ โดยผู้วิจัยให้ความเห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลมีเป้าหมายหลักเพื่อต้องการรายงานผลการดำเนินงานของกิจการที่นอกเหนือจากผลการดำเนินงานทางการเงินไปยังผู้มีส่วนได้เสีย และเมื่อผู้มีส่วนได้เสียได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วนจะส่งผลทำให้บริษัทมีความโปร่งใสนำไปสู่การลดลงของปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูลและปัญหาตัวแทน สอดคล้องตามที่ทฤษฎีตัวแทนและทฤษฎีความไม่สมมาตรของข้อมูล กล่าวไว้ว่า “การลดปัญหาเหล่านี้ คือ การที่บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียตามมา” ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนตามทฤษฎีดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าทฤษฎีดังกล่าว จะสนับสนุนผลการศึกษามุมมองของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่ากิจการ แต่ไม่สนับสนุนในมุมมองของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับต้นทุนเงินทุนและมูลค่าของกิจการ โดยมีเหตุผลว่าการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียที่มากจนเกินไปอาจทำให้กิจการต้องเผชิญกับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น ซึ่งภาระต้นทุนนี้อาจนำไปสู่ผลกระทบต่อผลการดำเนินงานหลักของกิจการ

3. ข้อเสนอแนะเชิงผู้ใช้ข้อมูล

ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ ควรให้ความสำคัญกับการนำกลยุทธ์ด้าน ESG ไปประยุกต์ปรับใช้เข้ากับการดำเนินธุรกิจ ควรมีการประเมินประเด็นสำคัญทางธุรกิจ และการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อช่วยให้องค์กร สามารถกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลได้อย่างถูกต้อง แม้ว่าผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการดำเนินงานด้าน ESG จะส่งผลทำให้ธุรกิจต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นแต่ต้นทุนค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะก่อให้เกิดต้นทุนประโยชน์ (Cost-Benefit) ทั้งในรูปแบบตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินต่อมูลค่ากิจการที่จะเกิดขึ้นในอนาคตระยะยาว เช่น ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้น การบริหารจัดการธุรกิจที่มีประสิทธิภาพไม่ได้เกิดขึ้นด้วยตัวองค์กรเองเท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าซึ่งประกอบด้วยผู้มีส่วนได้เสียหลากหลายกลุ่ม ดังนั้น องค์กรต้องพิจารณาให้ได้ว่ามีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดบ้าง แต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะอย่างไร รวมทั้งองค์กรต้องเข้าใจความคาดหวังหรือประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญเพราะความคาดหวังหรือประเด็นเหล่านี้ อาจมีผลกระทบต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญและความท้าทายที่ผู้บริหารจะต้องหาวิธีการบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อสร้างโอกาส และลด

ความเสี่ยงต่อไป สำหรับ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อาจใช้ข้อมูลจากผลการวิจัยนี้ร่วมกับการพิจารณาทั้งในมุมมองของความ
เสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ราคาหลักทรัพย์และการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ ต่อไป

ข้อจำกัดของการวิจัยและการศึกษาในอนาคต

1. การศึกษานี้ผู้วิจัยไม่ได้แยกประเภทของอุตสาหกรรม เนื่องจากข้อจำกัดด้านขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่ฐานดัชนีการประเมินความยั่งยืนขององค์กรในระดับสากล (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) ในรอบระยะเวลาปี พ.ศ. 2560 ถึง 2566 มีจำนวนเพียง 31 บริษัทเท่านั้น หักบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน จำนวน 2 บริษัท คงเหลือ 29 บริษัท จำนวน 203 ชุดข้อมูล ดังนั้นการศึกษาในอนาคตเมื่อมีบริษัทจดทะเบียนถูกคัดเลือกเข้าสู่ฐานดัชนี DJSI มากขึ้นก็ยังคงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรศึกษาให้
เชิงลึกมากขึ้น เช่น การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมหรือระหว่างประเทศ เป็นต้น

2. การศึกษานี้ผู้วิจัยเลือกใช้คะแนนการประเมินด้าน ESG จากดัชนี DJSI ซึ่งประเมินโดย RobecoSAM ยังมีผู้
ประเมินอีกบางส่วน อาทิ Refinitiv, MSCI, ESG Research, FTSE Russell, ESG Book, Moody's ESG Solutions, SET
ESG Ratings และ Sustainalytics ซึ่งอาจให้คะแนนการประเมินที่แตกต่างกัน ดังนั้น การศึกษาในอนาคตควรขยาย
ขอบเขตการวิจัยโดยนำคะแนนจากหลากหลาย ผู้ประเมินมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน

3. การศึกษานี้ศึกษาโดยใช้คะแนนจากการประเมินด้าน ESG ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ในอนาคตควรศึกษา
การเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG เพิ่มเติมจากแนวความคิดทางภาษาศาสตร์เชิงจิตวิทยา (Psycholinguistics) เป็นงานวิจัยเชิง
คุณภาพ โดยเฉพาะของลักษณะการใช้คำในการเปิดเผยข้อมูลมีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ใช้ข้อมูลที่แตกต่างกันหรือไม่
หรือศึกษาบทบาทของผู้ตรวจสอบภายในต่อการรายงาน ESG รวมถึงประเด็นทางพระพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับการ
ดำเนินกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบพระคุณรายการ BanShiOnline และโครงการ “ก้าวไปด้วยกันกับการบัญชี” ครั้งที่ 18 ที่จัดขึ้น
โดยภาควิชาบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้จุดประกายความคิดให้ผู้เขียนเขียน
บทความวิจัยฉบับนี้ขึ้น

9. เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพัชร์ นวลมนัญญิตติ. (2563). *อิทธิพลของการบริหารความเสี่ยงองค์กรที่มีต่อมูลค่ากิจการที่วัดโดยใช้ Tobin's Q ของบริษัทที่
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปานมน จันทบุตร, สุนีย์รัตน์ วุฒิจินดานนท์, และ อุษารัตน์ ธีรธร. (2563). การศึกษาผลกระทบที่ไม่ใช่เชิงเส้นของ CSR
ต่อมูลค่าทางการตลาดของกิจการ. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(4), 22-43.
- ปิยะดา เนตรสุวรรณ, มนทิพย์ ตั้งเอกจิต, และ ภูริทัต อินยา. (2565). การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 39(1), 7-11.
- พรพล สุขอร่าม. (2565). *ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่มีต่อมูลค่าบริษัทที่จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุภาวดี เนื่องวรรณ. (2561). *การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนเงินทุนของบริษัทที่จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- Akerlof, G. A. (1970). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Alareeni, B. A., & Hamdan, A. (2020). ESG Impact on Performance of US S&P 500-Listed Firms. Corporate Governance. *The International Journal of Business in Society*, 20(7), 1409-1428.
- Atan, R., Alam, M. M., Said, J., & Zamri, M. (2018). The Impacts of Environmental, Social, and Governance Factors on Firm Performance. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 29(2), 182-194. <https://doi.org/10.1108/MEQ-03-2017-0033>
- Attig, N., El Ghouli, S., Guedhami, O., & Suh, J. (2013). Corporate Social Responsibility and Credit Ratings. *Journal of Business Ethics*, 117(4), 679-694. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1714-2>
- Aydogmus, M., Gulay, G., & Ergun, K. (2022). Impact of ESG Performance on Firm Value and Profitability. *Borsa Istanbul Review*, 22(2), 119-127. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bir.2022.11.006>
- Balatbat, M., Siew, R., & Carmichael, D. (2012). ESG scores and its influence on firm performance: Australian evidence. In *Australian school of business school of accounting, school of accounting seminar series semester* (p. 1-30). University of New South Wales.
- Barbaric, M. (2021). *ESG Scores and Financial Performance of Swedish-listed Companies– Is there a link?* (Master's thesis). Jönköping University.
- Barnard, C. I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Ben-Eli, M. U. (2018). Sustainability: definition and five core principles, a systems perspective. *Sustainability Science*, 13(5), 1337-1343. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0564-3>
- Berntsson, W. (2019). *The Impact of ESG Score on Firm's Cost of Capital and Riskiness* (Master's thesis). University of Gothenburg.
- Britton, N. (2021). What is ESG and why corporate tax departments should care. *Thomson Reuters*. Retrieved 1 May 2022, from <https://www.thomsonreuters.com/en-us/posts/tax-and-accounting/esg-corporate-tax-departments/>
- Broadstock, D. C., Chan, K., Cheng, L. T., & Wang, X. (2021). The role of ESG performance during times of financial crisis: Evidence from COVID-19 in China. *Finance Research Letters*, 38(1), 101716. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101716>
- Brown, J & Tregidga, H. (2017). Re-Politicizing Social and Environmental Accounting Through Ranciere: On the Value of Dissensus. *Accounting, Organizations and Society*, 61, 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2017.08.002>
- Campbell, D., Craven, B. & Shrives, P. (2003). Voluntary Social Reporting in Three FTSE Sectors: A Comment on Perception and Legitimacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(4), 558-581. <https://doi.org/10.1108/09513570310492308>
- Cardamone, P., Carnevale, C., & Giunta, F. (2012). The Value Relevance of Social Reporting: Evidence from Listed Italian Companies. *Journal of Applied Accounting Research*, 13(3), 255. <https://doi.org/10.1108/09675421211281326>

- Chen, L., Feldmann, A., & Tang, O. (2015). The relationship between disclosures of corporate social performance and financial performance: Evidences from GRI reports in manufacturing industry. *International Journal of Production Economics*, 170(PB), 445-456.
- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994). A Simple Approximation of Tobin's Q. *Financial Management*, 23(3), 70-74.
- Crisostomo, V. L., Freire, F. d., & Vasconcellos, F. C. (2011). Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil. *Social responsibility journal*, 7(2), 295-309. <http://dx.doi.org/10.1108/1747111111111141549>
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, auditing & accountability journal*, 15(3), 282-311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Deng, X., Kang, J. K., & Low, B. S. (2013). Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: Evidence from mergers. *Journal of financial Economics*, 110(1), 87-109. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.04.014>
- Ding, A., Daugaard, D., & Linnenluecke, M. K. (2020). The Future Trajectory for Environmental Finance: Planetary Boundaries and Environmental, Social and Governance Analysis. *Accounting & Finance*, 60(1), 3–14. <https://doi.org/10.1111/acfi.12599>
- Farooque, O. A., & Ahulu, H. (2015). Environmental Reporting in the UK, Australia, and South African Multinational Companies. *Journal of Developing Areas*, 49(6), 103-118. <https://doi.org/10.1353/jda.2015.0117>
- Flammer, C. (2015). Does corporate social responsibility lead to superior financial performance?. A regression discontinuity approach. *Management science*, 61(11), 2549-2568. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2038>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. New York: Cambridge University Press.
- Freeman, R. E., Dmytriiev, S., & Phillips, R. (2017). Stakeholder Theory and the Resource-Based View. *Journal of Management*, 47(5), 1-14.
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of sustainable finance & investment*, 5(4), 210-233. <https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917>
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. In *Corporate ethics and corporate governance* (p. 173-178). Heidelberg: Springer-Verlag Berlin.
- Global Reporting Initiative. (2015). *G4 Sustainability Reporting Guidelines*. Retrieved 1 May 2023, from <https://commdev.org/publications/global-reporting-initiative-g4-sustainability-reporting-guidelines-reporting-principles-and-standard-disclosures/>
- Governance & Accountability Institute. (2023). New Research Shows Mid-Cap U.S. Public Companies Closing Sustainability Reporting Gap in 2022. Retrieved 1 May 2023, from <https://www.ga-institute.com/research/research/sustainability-reporting-trends/2023-sustainability-reporting-in-focus.html>

- Graff Zivin, J., & Small, A. (2005). A Modigliani-Miller theory of altruistic corporate social responsibility. *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy*, 5(1), 0000101515153806531369. <https://doi.org/10.1515/1538-0653.1369>
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S. et al. (2021). Evaluation of Reflective Measurement Models. In *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Classroom Companion: Business* (p. 75-90). Heidelberg: Springer.
- Hall, B. H., Cumminq, C., Laderman, E. S., & Mundy, J. (1988). *The R&D master file documentation*. Retrieved 1 May 2023, from https://www.nber.org/system/files/working_papers/t0072/t0072.pdf
- Harabida, M., & Radi, B. (2021). The Impact of Membership in a Socially Responsible Index on Stock Prices: A Systemic Review of the Literature. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(6), 743-752. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i6-09>
- Hogan, K., Olson, G. T., & Sharma, R. (2014). The role of corporate philanthropy on ratings of corporate social responsibility and shareholder return. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 11(3), 108–125.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Khan, N., Malik, Q. A., Saghir, A., Rasheed, M. H., & Husnain, M. (2021). Does corporate social responsibility reduce financial distress? Evidence from emerging economy. *Management Science Letters*, 8(11), 2225-2232.
- Kim, S., & Park, H. (2013). Effects of Various Characteristics of Social Commerce on Consumers' Trust and Trust Performance. *International Journal of Information Management*, 33(2), 318–332. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.11.006>
- Lewellen, W. G., & Badrinath, S. G. (1997). On the measurement of Tobin's q. *Journal of financial economics*, 44(1), 77-122. [https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(96\)00013-X](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(96)00013-X)
- Lindenberg, E. B., & Ross, S. A. (1981). Tobin's Q Ratio and Industrial Organization. *Journal of business*, 54(1), 1-32.
- Love, C. & Petchchedchoo, P. (2019). Environment, Social and Governance Performance (ESG) with Earnings Quality. *Suthiparithat*. 33(106). 179–194.
- Lu, W. M., Wang, W. K., & Lee, H. L. (2013). The relationship between corporate social responsibility and corporate performance: Evidence from the US semiconductor industry. *International Journal of Production Research*, 51(19), 5683-5695. <http://dx.doi.org/10.1080/00207543.2013.776186>
- Mackey, A., Mackey, T. B., & Barney, J. B. (2007). Corporate social responsibility and firm performance: Investor preferences and corporate strategies. *Academy of management review*, 32(3), 817-835.
- Magnanelli, B. S., & Izzo, M. F. (2017). Corporate Social Performance and Cost of Debt: The Relationship. *Social Responsibility Journal*, 13(2), 250-265. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2016-0103>
- Middha, D., & Doshi, Y. S. (2019). *Relationship Between ESG and Financial Performance of Publicly Listed Firms on the S&P 500* (Master's Thesis). Simon Fraser University.

- Ng, A. C., & Rezaee, Z. (2015). Business Sustainability Performance and Cost of Equity capital. *Journal of Corporate Finance*, 34, 128-149. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2015.08.003>
- Peng, L. S., & Isa, M. (2020). Environmental, social and governance (ESG) practices and performance in Shariah firms: agency or stakeholder theory?. *Asian Academy of Management Journal of Accounting & Finance*, 16(1). 1-34.
- Pu, G. (2023). A non-linear assessment of ESG and firm performance relationship: evidence from China. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(1). 2113336. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2113336>
- Raimo, N., Caragnano, A., Mariani, M., & Vitolla, F. (2022). Integrated reporting quality and cost of debt financing. *Journal of Applied Accounting Research*, 23(1), 122-138. <https://doi.org/10.1108/JAAR-04-2021-0097>
- Ramirez, A. G., Monsalve, J., González-Ruiz, J. D., Almonacid, P., & Peña, A. (2022). Relationship Between the Cost of Capital and Environmental, Social, and Governance Scores: Evidence from Latin America. *Sustainability*, 14(9), 5012. <https://doi.org/10.3390/su14095012>
- Shad, M. K., Lai, F. W., Shamim, A., & McShane, M. (2020). The efficacy of sustainability reporting towards cost of debt and equity reduction. *Environmental Science and Pollution Research*, 27, 22511-22522. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-08398-9>
- Sharpe, W. F. (1964). Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk. *Journal of Finance*, 19(3), 425-442. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1964.tb02865.x>
- Spence, M. (1973) Job Market Signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87, 355-373. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Tang, Z., Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2012). How corporate social responsibility engagement strategy moderates the CSR–financial performance relationship. *Journal of management Studies*, 49(7), 1274-1303. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2012.01068.x>
- Van Brecht, D., Maga, A., Luciani, K., Sahakijpicharn, D., & Semmerling, A. (2018). Exploring the link between Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure and market value of the firm: evidence from Thai listed companies. *ASEAN Journal of Management & Innovation*, 5(2), 95-106.
- Wong, W. C., Batten, J. A., Mohamed-Arshad, S. B., Nordin, S., & Adzis, A. A. (2021). Does ESG certification add firm value?. *Finance Research Letters*, 39, 101593. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101593>
- Yordudom, T; Suttipun, M. (2020). The Influence of ESG Disclosures on Firm Value in Thailand. *GATR Journal of Finance and Banking Review*, 5(3),108–114.
- Yu, E. P. Y., Guo, C. Q., & Luu, B. V. (2018). Environmental, social and governance transparency and firm value. *Business Strategy and the Environment*, 27(7), 987-1004. <https://doi.org/10.1002/bse.2047>

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินต่อความเชื่อมั่นของ
ผู้โดยสารในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ
THE RELATIONSHIP BETWEEN THE FORM OF PROVIDING FLIGHT SAFETY
INFORMATION AND PASSENGERS' CONFIDENCE WITH FLIGHT ATTENDANCE
SERVICE AT SUVARNABHUMI AIRPORT

นิสากอร์ สุวรรณสิงห์^{1*} เนตรศิริ เรืองอริยภักดิ์¹ ศุภโชค สุทธิโชติ¹
วรารณ เสี่ยมจิตต์² พิมพ์ณา พิพัฒน์เดชาวัชร² ปภาดา มิตรียม²
กิติญาพร ไชยมงคล² และ แพรว นิลพร้อม²
Nisakorn Suwansingha^{1*} Natesiri Ruangriyapuk¹ Supachoke Suthichoti¹
Waraporn Sangiamjit² Pimnada Pipattanadechawa² Paphada Mityim²
Kittiyaporn Chaimongkol² and Praew Nilprom²

(Received: February 12, 2024; Revised: June 6, 2024; Accepted: June 28, 2024)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์วิจัยเพื่อ 1) สำรวจข้อมูลส่วนบุคคลของผู้โดยสาร ณ สนามบินสุวรรณภูมิ 2) สำรวจรูปแบบการให้บริการข้อมูลความปลอดภัยของสายการบิน 3) สำรวจความเชื่อมั่นในการรับบริการ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยในเที่ยวบิน และความเชื่อมั่นในการบริการ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสาร 401 คน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-24 ปี เดินทางโดยเครื่องบิน 1-3 ครั้งต่อปี และใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ การสำรวจรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินพบว่าผู้โดยสารเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.23 และ S.D. = 0.614 ด้านที่ได้คะแนนสูงสุดคือ การสาธิตอุปกรณ์ความปลอดภัยโดยพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ค่าเฉลี่ย 4.34 และ S.D. = 0.715 ความเชื่อมั่นในการรับบริการอยู่ในระดับสูงสุดที่ค่าเฉลี่ย 4.36 และ S.D. = 0.531 ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การใช้อำนาจที่ค่าเฉลี่ย 4.46 และ S.D. = 0.592 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล กับรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยในเที่ยวบิน และความเชื่อมั่นในการรับบริการ พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางต่อความเชื่อมั่นในการรับบริการที่ร้อยละ 65.8 ข้อเสนอแนะคือ ควรจัดทำวิดีโอสาธิตที่ทันสมัย เน้นการสาธิตอุปกรณ์ความปลอดภัยโดยพนักงานต้อนรับ รวมถึงส่งเสริมความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้บริการที่ดี และได้รับความไว้วางใจจากผู้โดยสาร

คำสำคัญ: รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบิน ความเชื่อมั่นในการรับบริการ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

¹ อาจารย์ สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Lecturer, Aviation Personnel Development Institute, Kasem Bundit University

² นักศึกษาปริญญาตรี สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Undergraduate student, Aviation Personnel Development Institute, Kasem Bundit University

* Corresponding author, e-mail: nisakorn.suw@kbu.ac.th

Abstract

The research objectives are to 1) survey personal information of passengers at Suvarnabhumi Airport, 2) explore patterns of airline safety information services, 3) assess confidence in receiving services, and 4) examine the relationships between the personal information, the patterns of providing in-flight safety information, and the confidence in service. Data were collected using a questionnaire from 401 passengers at Suvarnabhumi Airport. Data analysis included mean, percentage, standard deviation, t-test, f-test, and Pearson's correlation coefficient. The research results revealed that most respondents were female, aged 18-24 years, who traveled by plane 1-3 times per year and preferred low-cost airlines. The survey on the patterns of providing safety information showed high levels of agreement, with an overall mean of 4.23 and S.D. = 0.614. The highest score was for the demonstration of safety equipment by flight attendants, with an average of 4.34 and S.D. = 0.715. Confidence in receiving service was at the highest level, averaging 4.36 and S.D. = 0.531. The aspect with the highest mean value was the use of authority, averaging 4.46 and S.D. = 0.592. The relationship between the personal information, the patterns of providing in-flight safety information, and the confidence in receiving services showed a moderate positive correlation at 65.8 percent. In terms of suggestions, it was recommended to create modern demonstration videos, emphasize the demonstration of safety equipment by flight attendants, and promote honesty and integrity in duties to provide excellent services and gain passengers' trust.

Keywords: Styles of providing safety information on flights, Confidence in receiving service, Flight Attendant

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการบิน เป็นบริการขนส่งทางอากาศ (Air Transportation) ที่สามารถเดินทางติดต่อได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้โดยสารทั้งในประเทศ และต่างประเทศเป็นอย่างมาก และจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต ซึ่งการขนส่งทางอากาศแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจการบิน (Airline Business) หมายถึง ธุรกิจที่ทำหน้าที่บริการรับ - ส่งผู้โดยสารทางอากาศ และการขนส่งสินค้าทางอากาศ (Air Freight Business) หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจที่บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ธุรกิจการบินนับวันจะเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เพราะมีความเร็วสูง สามารถเดินทางไปถึงจุดหมายต่าง ๆ ได้ในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งมีความเชื่อมโยง และครอบคลุมเกือบทุกประเทศในโลก ทั้งนี้ การเดินทางด้วยเครื่องบินโดยสารถือได้ว่ามีความปลอดภัยที่สุด ด้วยอุตสาหกรรมผลิตอากาศยาน สามารถสร้างเครื่องบินที่มีความเร็วสูง มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการให้บริการของหน่วยงานภาคพื้นดิน ทำให้ธุรกิจการบินมีความปลอดภัยสูงกว่าการคมนาคมชนิดอื่น ๆ (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2564)

การเกิดอุบัติเหตุทางอากาศนับว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับการเดินทางทางอื่น แต่เมื่อเกิดขึ้นก็มักจะทำให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงต่อชีวิต และทรัพย์สินของผู้เดินทาง และสายการบินนั้น ๆ โดยข้อมูลสถิติของสหรัฐอเมริการะบุว่า

อัตราการเสียชีวิตบนเครื่องบินอยู่ที่ 1 ใน 205,552 หากเทียบกับอัตราการเสียชีวิตในแบบอื่น สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association: IATA) ซึ่งเป็นตัวแทนของ 290 สายการบินทั่วโลก ระบุว่า ค่าเฉลี่ยของอุบัติเหตุทางการบินในรอบ 5 ปี ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2012 ถึง ค.ศ. 2017 คือ 75 ครั้งต่อปี (เกือบ 11 ครั้งที่มีความสูญเสีย) ต่อการบินรายปี 37.3 ล้านเที่ยว ซึ่งประมาณได้ว่า ค่าเฉลี่ยในช่วง 5 ปีดังกล่าว มีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางอากาศ 315 คนในแต่ละปี แต่ในปี ค.ศ. 2017 มีผู้เสียชีวิตเพียง 19 คน ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 95 ของอุบัติเหตุทางอากาศนั้นไม่ผู้รอดชีวิต ทั้งนี้สายการบิน ลุฟท์ฮันซาได้ประมาณว่าร้อยละ 70 ของผู้ขึ้นเครื่องบินมีความกลัวการบินอยู่ในระดับหนึ่ง ส่วนอีกร้อยละ 30 มีความกลัวในระดับรุนแรง และเหตุผลอันดับแรกของความกลัว คือ เรื่องความปลอดภัย (SBS World News, 2018)

ปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องเรื่องความปลอดภัยด้านการบินประกอบด้วย 1) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) หรือ The Civil Aviation Authority of Thailand (CAAT) ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแล ควบคุม ส่งเสริม และพัฒนา การบินพลเรือน ทั้งด้านนิรภัย การรักษาสีงแวดลอม การรักษาความปลอดภัยในการขนส่งทางอากาศ 2) นักบิน ซึ่งเป็นผู้ทำการบินอากาศยานที่ได้รับการฝึกฝน เป็นผู้รับผิดชอบทั้งชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร 3) พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีหน้าที่คือ เป็นผู้พิทักษ์ความปลอดภัย และอำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้โดยสารบนอากาศยาน ซึ่งมีหน้าที่สำคัญในการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยบนเที่ยวบินให้แก่ผู้โดยสาร 4) เจ้าหน้าที่ภาคพื้นผู้ทำการตรวจสอบเช็คอิน สัมภาระลงใต้ท้องเครื่อง 5) ระบบรักษาความปลอดภัยที่สนามบินภายในประเทศ และ 6) ผู้โดยสาร ควรปฏิบัติตามกฎระเบียบของท่าอากาศยาน และตามกฎหมายเพื่อความปลอดภัยเมื่ออยู่บนเครื่องบิน (พวงแก้ว ประเสริฐพันธุ์, 2561) ทั้งนี้ผู้โดยสารบางท่านไม่ให้ความสนใจการสาธิตความปลอดภัยบนเครื่องบินเท่าที่ควร ทำให้เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน ผู้โดยสารไม่สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบและเอาตัวรอดจากเหตุการณ์ดังกล่าวได้

จากการตระหนักถึงความสำคัญในด้านความปลอดภัยในการบริการขนส่งทางอากาศ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุทางอากาศที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลเสียหายอย่างร้ายแรงต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้เดินทาง คณะผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ โดยผลของการวิจัยจะช่วยให้สายการบินสามารถนำไปวางแผนการพัฒนาการให้บริการ และให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยบนเครื่องบิน รวมถึงมีประโยชน์ต่อนักศึกษา อาจารย์ นักวิจัย และผู้ที่สนใจนำไปต่อยอดการวิจัยทางด้านความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยบนเครื่องบินในอาชีพ หรือปัจจัยอื่น ๆ ต่อไป

คำถามการวิจัย

รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินมีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารหรือไม่?

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลผู้โดยสาร ณ สนามบินสุวรรณภูมิ
2. เพื่อสำรวจรูปแบบการให้บริการข้อมูลความปลอดภัยของสายการบินบนเที่ยวบิน
3. เพื่อสำรวจความเชื่อมั่นในการรับบริการ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยในเที่ยวบิน และความเชื่อมั่นในการรับบริการ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ในการเดินทาง ชั่วโมงบินในการเดินทางล่าสุด รูปแบบสายการบินที่เดินทางมีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการใช้บริการสายการบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการให้บริการข้อมูลความปลอดภัยในเที่ยวบิน ได้แก่ ชมวิดีโอการสาธิตการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัย การสาธิตการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยโดยพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การรับฟังสรุปผลด้านความปลอดภัยจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการใช้บริการสายการบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลทั่วไปของข้อมูลความปลอดภัย

ความปลอดภัย (Safety) คือ การทำงานโดยร่างกายที่ปราศจากภัย หรืออันตรายที่อาจจะเกิดขึ้น รวมไปถึงการไม่มีโรคที่เกิดจากการทำงาน นอกจากร่างกายแล้ว ความปลอดภัยยังรวมถึงทรัพย์สินต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งความปลอดภัยนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็น และเป็นสิ่งที่พนักงานทุกคนควรได้รับ โดยความปลอดภัยในที่ทำงานจะมากหรือน้อยไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงแค่ว่ามาตรฐานรักษาความปลอดภัยของโรงงานเพียงเท่านั้น แต่ทุกคนในบริษัทจำเป็นต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด และกฎเกณฑ์อย่างเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัยของทั้งตนเอง และส่วนรวม

นอกจากนี้แล้ว ยังมีการค้นพบทฤษฎีโดมิโนในการเกิดอุบัติเหตุ โดย Heinrich (1959) ผู้คิดค้นทฤษฎีโดมิโนที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 สาเหตุ คือ

- 1) การกระทำที่ไม่ปลอดภัย (Unsafe Act) ซึ่งเกิดจากการกระทำของพนักงานมีสูงถึง 88 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่าเป็นสาเหตุของการกระทำที่ส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุจำนวนมาก
- 2) สภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย (Unsafe Condition) เป็นสาเหตุที่เกิดอุบัติเหตุถึง 10 เปอร์เซ็นต์
- 3) สาเหตุที่เกิดจากธรรมชาติ (Acts of God) ซึ่งสาเหตุที่เกิดจากธรรมชาติ ยกตัวอย่างเช่น ฟ้าผ่า น้ำท่วม

ทฤษฎีโดมิโน พยายามจะอธิบายถึงการเกิดอุบัติเหตุภัยทั่วไปที่เกิดจากบุคคล การกระทำของบุคคลมีผลมาจากภูมิหลังด้านครอบครัว และการศึกษา สิ่งแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย ก็เกิดจากความบกพร่องของบุคคลเช่นเดียวกัน เกี่ยวกับสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุจากทฤษฎีโดมิโน คือ โดมิโนแต่ละแห่งจะถูกรางเรียงกันไว้ในแนวระนาบในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเมื่อวางเรียงโดมิโนไว้ โดมิโนตัวที่หนึ่งที่ล้มก็จะล้มไปทับโดมิโนตัวที่สอง และล้มทับต่อกันไปเป็นทอด ๆ จนถึงโดมิโนตัวสุดท้าย หรือที่เรียกชื่อใหม่ว่า “ลูกโซ่ของอุบัติเหตุ” (Accident Chain) การป้องกันอุบัติเหตุตามทฤษฎีโดมิโนตามทฤษฎีโดมิโนหรือลูกโซ่ของอุบัติเหตุ เมื่อโดมิโนตัวที่ 1 ล้ม ตัวถัดไปก็ล้มตาม ดังนั้น หากไม่ให้โดมิโนตัวที่ 4 ล้ม (ไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ) ก็ต้องเอาโดมิโนตัวที่ 3 ออก (กำจัดการกระทำหรือสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย) การบาดเจ็บ หรือความเสียหายก็จะไม่เกิดขึ้น (Heinrich, 1959)

ความปลอดภัยของผู้โดยสารและพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

เมื่อเครื่องบินลอยสู่ท้องฟ้าแล้ว หน้าที่ในการดูแลความปลอดภัยให้กับทุกชีวิตที่อยู่บนเครื่องบินนั้นจะเป็นหน้าที่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ซึ่งผู้โดยสารจะต้องปฏิบัติตามคำแนะนำของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ หรืออันตรายใดใดเกิดขึ้นบนเครื่องบิน นอกจากนี้ยังมีคำแนะนำกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สามารถสั่งผู้โดยสารให้ปฏิบัติตามร่วมกัน เพื่อความปลอดภัยตลอดการเดินทาง

ความสงบของการเดินทางโดยเครื่องบิน

ไม่ได้มีเพียงแค่เรื่องของการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับชีวิต และทรัพย์สินบนเครื่องบินเท่านั้น แต่การเดินทางที่ราบรื่นก็ต้องการความสงบในการอยู่ร่วมกันของผู้โดยสาร และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่อยู่บนเครื่องบินทุกคนด้วยเช่นกัน ฉะนั้นการรักษาความสงบไม่ให้เกิดความรำคาญแก่ผู้โดยสารคนอื่น ก็เป็นหนึ่งในหน้าที่ของลูกเรือในการดูแลความปลอดภัยเช่นกัน ซึ่งข้อมูลความปลอดภัยจะมีรายละเอียดทางการบินในแนวคิด และทฤษฎีคู่มือการจัดการด้านความปลอดภัย และระบบการจัดการความปลอดภัยในการบิน โดยการแสดงให้เห็นผ่านรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินผ่านพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

แนวคิด และทฤษฎีคู่มือการจัดการด้านความปลอดภัย (Safety Management Manual: SMM)

องค์ประกอบหลักของการจัดการความปลอดภัย ตามรูปแบบของหน่วยงาน The Health and Safety Executive (HSE) สหราชอาณาจักร อธิบายถึงองค์ประกอบหลักของการจัดการความปลอดภัย ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลักที่สำคัญ (Health and Safety Executive, 2008) ได้แก่

1) นโยบาย (Policy) การกำหนด และจัดทำนโยบายเกี่ยวกับอาชีวอนามัย และความปลอดภัย เป็นขั้นตอนแรกของการจัดการความปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายเป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงให้เห็นทิศทาง จุดมุ่งหมาย และเจตนารมณ์ขององค์กรนั้น ๆ

2) การจัดองค์การ (Organizing) การที่จะทำให้นโยบายเกี่ยวกับอาชีวอนามัย และความปลอดภัย สามารถดำเนินการ และบรรลุเป้าหมายได้ จำเป็นต้องมีการจัดองค์การ และเตรียมบุคลากรให้พร้อมในการขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว การจัดโครงสร้างบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และการเตรียมการที่ดีจะสามารถนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ โดยผลแห่งความสำเร็จนั้น คือ การสร้าง “วัฒนธรรมความปลอดภัย อาชีวอนามัยเชิงบวกหรือเชิงป้องกัน” (Positive Health and Safety Culture) ขององค์กร

3) การวางแผน และดำเนินการ (Planning and Implementing) อาศัยวิธีการวางแผนแบบ เป็นระบบ (Systemic Approach) เพื่อดำเนินการตามนโยบายอาชีวอนามัย และความปลอดภัยผ่านระบบการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย จากกิจกรรมการทำงาน สินค้า และการบริการ โดยอาศัยหลักการการประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) ในการพิจารณาจัดลำดับความสำคัญ และเป้าหมายของการกำจัดอันตราย และลดความเสี่ยง

4) การวัดผลการดำเนินการ (Measuring Performance) ทำการตรวจวัดผลการดำเนินการเทียบกับมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งผลดังกล่าวจะทำให้รู้ว่าที่ใด และเวลาใด ที่การปฏิบัติงานมีความจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุง

5) การตรวจติดตาม และการทบทวน (Auditing and Reviewing) ขั้นตอนนี้เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ได้แสดงหรือเปิดเผยออกมาทั้งหมด เพื่อประยุกต์ใช้เป็นบทเรียนในการพัฒนาระบบ

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยในเที่ยวบิน

องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) ได้อธิบายความปลอดภัยในการโดยสารว่ามีส่วนช่วยในการป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติภัย และปกป้องทุกชีวิตบนอากาศยาน ผ่านการจัดการความปลอดภัยเชิงรุก รวมถึงการชี้บ่งถึงภัยอันตราย การบริหารความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และเป็นการเพิ่มโอกาสในการรอดชีวิตเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น นอกจากนี้บทบาทของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จะมุ่งเน้นไปที่การอพยพผู้โดยสารออกไปจากเครื่องบิน ยังมีบทบาทในเชิงรุกที่สำคัญในการบริหารจัดการความปลอดภัย ซึ่งสามารถนำไปสู่การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ และอุบัติเหตุได้ การฝึกอบรมเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อเตรียมความพร้อมของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในการทำ

หน้าที่ และความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยในระหว่างเที่ยวบินในกรณีปกติ และเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถสังเกตเห็น และปฏิบัติหน้าที่ในกรณีเหตุการณ์ผิดปกติสถานการณ์ฉุกเฉิน (International Civil Aviation Organization, 2020)

ด้านการดูแลความปลอดภัยแต่ละสายการบินจะมีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยแก่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินตามคู่มือการฝึกอบรมที่มีการกำหนด และควบคุมเนื้อหาหลักโดยองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization, 2013) ด้านการบริการแต่ละสายการบินจะมีการฝึกอบรมด้านบริการตามลักษณะของสายการบิน ทั้งนี้การฝึกอบรมในภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ ในหัวข้อตามโครงสร้างของขีดความสามารถ ออกเป็น 5 ส่วนดังนี้ ส่วนที่หนึ่ง การปฏิบัติงานในสถานการณ์ปกติ ส่วนที่สอง การปฏิบัติงานในสถานการณ์ไม่ปกติ และสถานการณ์ฉุกเฉิน ส่วนที่สาม สิ่งของที่เป็นอันตรายต่อเที่ยวบิน ส่วนที่สี่ การดูแลการเจ็บป่วย และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ส่วนที่ห้า ภัยคุกคามด้านความปลอดภัย

หน้าที่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

หน้าที่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในแต่ละเที่ยวบินตาม International Civil Aviation Organization (2014) แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบได้ออกเป็น 8 ช่วง ได้แก่ หน้าที่การเตรียมเครื่องบินก่อนปฏิบัติการ (Pre-Flight Duties) หน้าที่ขณะผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน และก่อนเครื่องบินต้นถอยหลัง (Perform Passenger Boarding and Pre-Push Back Duties) หน้าที่ขณะเครื่องบินต้นถอยหลังจนขับเคลื่อนไปตามทางขับ (Push Back and Taxi Duties) หน้าที่ขณะเครื่องบินวิ่งขึ้น (Take-off Duties) หน้าที่ขณะที่เครื่องบินไต่ขึ้น (Climb Duties) หน้าที่ขณะบินเดินทาง (Cruise Duties) การเตรียมห้องโดยสารสำหรับการร่อนลง (Prepare Cabin for Landing) ญุสสิรินทร์ หลิมวิรัตน์ (2561) พบว่าหน้าที่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้โดยสารโดยตรง และความปลอดภัยบนเที่ยวบินโดยตรงนั้น จะอยู่ตั้งแต่ผู้โดยสารขึ้นเครื่องบินจนถึงผู้โดยสารออกจากเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานปลายทาง

การบรรยายสรุปเรื่องความปลอดภัยก่อนปฏิบัติการ (Pre-Flight Briefing)

ก่อนเครื่องวิ่งขึ้นทุกครั้ง ทุกสายการบินต้องมีการสรุปให้ผู้โดยสารทราบถึงวิธีการใช้อุปกรณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ได้แก่ เข็มขัดนิรภัย หน้ากากออกซิเจน เสื้อชูชีพ หรืออุปกรณ์ช่วยลอยตัว ไฟน่านทาง และทางออกฉุกเฉิน นอกจากนี้ สายการบินต้องเตรียมความพร้อมในห้องโดยสารเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจจะเกิด ขณะเครื่องวิ่งขึ้นหรือร่อนลง โดยพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินตรวจตราให้ผู้โดยสารทุกคนนั่งประจำที่ และรัดเข็มขัด เปิดม่านหน้าต่างพนักพิง และที่พนักแขนอยู่ในระดับปกติ เก็บโต๊ะหน้าที่นั่ง และไม่มีสัมภาระกีดขวางทางเดิน และทางออกฉุกเฉิน เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถดูแลตัวเองได้ และอพยพออกจากเครื่องบินได้โดยเร็วเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน

และเนื่องจากการวิจัยฉบับนี้ศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จึงจะนำเสนอเกี่ยวกับการบริการ และความเชื่อมั่นในการรับบริการในลำดับถัดไป

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริการ

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อ และเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตาม ในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ (สมิต สัจฉกร, 2554) การบริการ เกิดจากความเอื้ออาทร ความมีน้ำใจเปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค (รัชชัย มงคลจันทร์, 2564) การบริการจึงเป็นกิจกรรมที่ผู้ให้บริการกระทำเพื่อสร้างความพึงพอใจและประโยชน์ต่อผู้รับบริการ ด้วยความสะดวกรวดเร็ว เป็นธรรม และเสมอภาค ในการกำหนดคุณภาพการบริการนั้น Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) เป็นต้นแบบในการศึกษาและ

กำหนดคุณภาพการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการจากปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินคุณภาพของการบริการ โดยกำหนดไว้ 10 ด้าน ได้แก่ 1) ความไว้วางใจได้ (Reliability) 2) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 3) ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) 4) การเข้าถึงการบริการ (Access) 5) ความมีอัธยาศัย (Courtesy) 6) การติดต่อสื่อสาร (Communication) 7) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 8) ความปลอดภัย (Security) 9) การเข้าใจ และการรู้จักลูกค้า (Understanding Knowing the Customer) 10) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

ดังนั้นในงานวิจัยนี้ การบริการ จึงหมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการ และเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นให้ได้รับความสุข ความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร ความมีน้ำใจเปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการรับบริการ

ความเชื่อมั่นในการรับบริการ หมายถึง ความเชื่อมั่นของผู้รับบริการว่า ผู้ให้บริการจะสามารถปฏิบัติตามสัญญา และบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ ความเชื่อมั่นนี้เกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความสามารถ และความเอื้ออาทรของผู้ให้บริการ จากทฤษฎีการตลาดเชิงสัมพันธ์ของ Morgan and Hunt (1994) อธิบายว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสามารถประเมินได้จากความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ซึ่งผู้ให้บริการแต่ละองค์การมีโอกาสได้รับความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการแตกต่างกัน และจะเกิดการประเมินได้ เมื่อผู้รับบริการ รับบริการเสร็จเรียบร้อยแล้ว การบริการนั้นจะถูกเปรียบเทียบกับข้อตกลงก่อนการใช้บริการที่ผู้ให้บริการกำหนดไว้ หากผู้รับบริการบรรลุวัตถุประสงค์ ความเชื่อมั่นจะเกิดขึ้น ความเชื่อมั่นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการระบุข้อตกลง เพื่อแสดงสัมพันธภาพระหว่างลูกค้า และองค์กร ความเชื่อมั่น คือ สภาพความเป็นจริง เมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่น ในขณะที่ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ (Reliability) และความซื่อสัตย์ (Integrity)

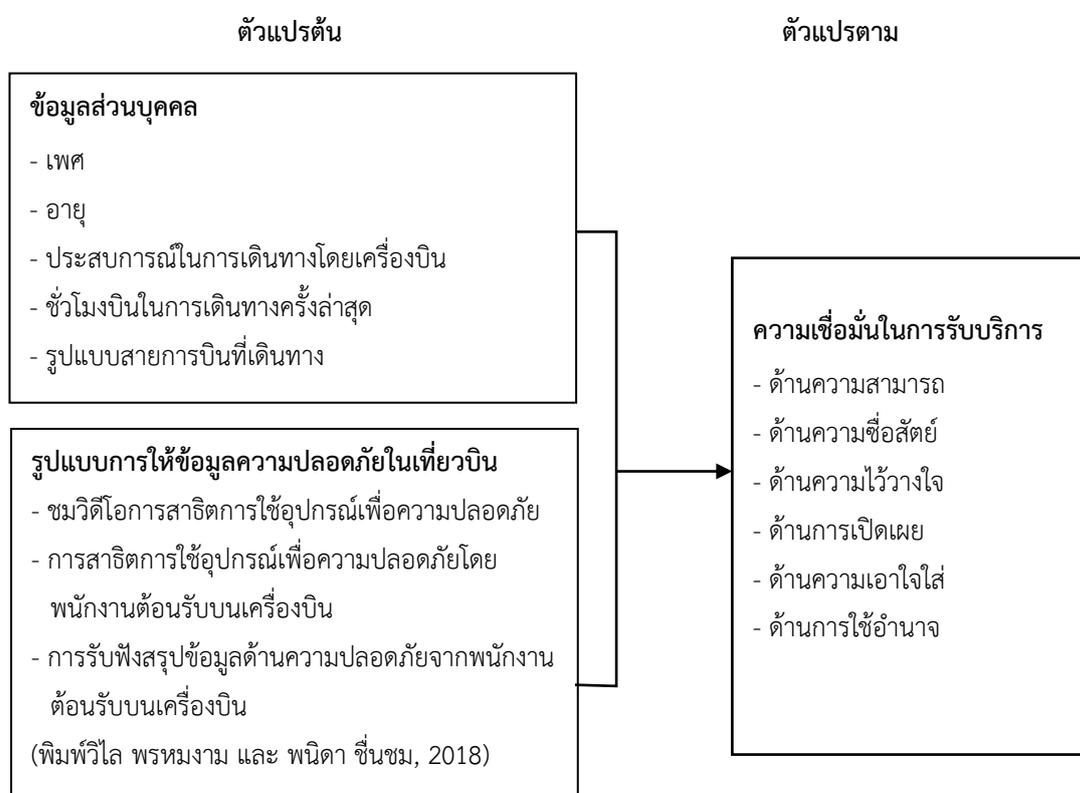
นอกจากนี้ความเชื่อมั่นในการรับบริการยังเป็นผลมาจากการประเมินคุณภาพของการให้บริการ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ได้พัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการที่ใช้กันแพร่หลายที่รู้จักกันดีในชื่อ SERVQUAL โดยระบุว่า คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ คือ

- 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)
- 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)
- 3) การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว (Responsiveness)
- 4) การประกันคุณภาพ หรือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)
- 5) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บางชิ้นชี้ให้เห็นว่า รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินสามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ผู้โดยสารที่ได้รับข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินแบบละเอียดและครอบคลุม มีความเชื่อมั่นในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมากกว่าผู้โดยสารที่ไม่ได้รับข้อมูล (พิมพ์วิไล พรหมงาม และ พนิดา ชื่นชม, 2018; Chen, Li, & Liu, 2019; Ringle, Sarstedt, & Zimmermann, 2011)

พัชรี อนุสิทธิ์ (2561) ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง และเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดย รวมอยู่ในระดับมาก ในด้านให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ด้าน ความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร ปรีชยา เกิดผลเสริฐ และคณะ (2562) ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกเปิดรับบริการสาธิตการใช้อุปกรณ์นิรภัยของพนักงานต้อนรับ และ กระบวนการเลือกเปิดรับบริการสาธิตฯ หรือ Selective Process ของผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์ พบว่า ความ ตระหนักด้านความปลอดภัยในการบิน ทศนคติต่อทักษะของผู้ส่งสาร และทัศนคติต่อเนื้อหาการสาธิต มีความสัมพันธ์กับ การเลือกเปิดรับบริการจากการสาธิตการใช้อุปกรณ์นิรภัยบนเครื่องบินของผู้โดยสาร ทั้งการให้ความสนใจการสาธิต การเลือก ตีความการสาธิต และการเลือกจดจำการสาธิต นอกจากนี้ ฐานิสสร พันธุ์ครุฑ (2562) พบว่า ปัจจัยความเชื่อมั่น ด้านความ เชื่อสัจย์/ซื่อตรง ด้านความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ด้านการเปิดเผย และความตรงไปตรงมา ด้านการเห็นใจ และการเอา ใจใส่ และด้านการใช้อำนาจ มีผลในเชิงบวกต่อความคุ้มค่าในการเข้ารับบริการของประชาชน ดังนั้นจึงควรมุ่งเน้นไปที่การ พัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านความสามารถ สมรรถนะ ด้านความซื่อสัจย์ ด้านความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ด้านการเปิดเผย และความตรงไปตรงมา ด้านเห็นใจและการเอาใจใส่ และด้านการใช้ อำนาจให้มีประสิทธิภาพทุกด้านมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ความไว้วางใจต่อการบริการเพิ่มมากขึ้น

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือผ่านการตรวจสอบความตรงของข้อคำถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความตรง 0.67 – 1.00 หลังจากแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำผู้ทรงคุณวุฒิแล้วได้นำไปทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกันจำนวน 30 ชุด แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) 0.947 จึงนำไปเก็บข้อมูลกับผู้โดยสารที่มาใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane, 1973) และกำหนดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ $\pm 5\%$ ในการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการศึกษา 400 คน การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability) วิธีเก็บตามความสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต สถิติเชิงอนุมานใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-Test (One-way ANOVA)

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้โดยสาร ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ จำนวน 401 คน เป็นเพศชาย 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 เพศหญิง 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 และเพศอื่น ๆ 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 ตามลำดับ ส่วนมาหมีอายุ 18 – 24 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ อายุ 25 – 40 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และน้อยที่สุด อายุ 57 – 75 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ ความถี่ในการเดินทางของผู้ใช้แบบสอบถามมากที่สุด 1 – 3 ครั้ง/ปี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา 4 – 6 ครั้ง/ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 เดินทาง 6 – 9 ครั้ง/ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ เดินทางมากกว่า 9 ครั้ง/ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ รูปแบบสายการบินที่ใช้บริการมากที่สุดคือสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 สำหรับการให้บริการสายการบินเต็มรูปแบบ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

5.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินของสายการบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

ตารางที่ 1 แสดงผลวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบิน (n = 401)

รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบิน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
- พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสาธิตการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยด้วยการเปิดวิดีโอให้ชม	4.08	0.921	มากที่สุด
- พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสาธิตอุปกรณ์ความปลอดภัยด้วยตนเอง	4.34	0.715	มากที่สุด
- พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสรุปข้อมูลด้านความปลอดภัยให้ผู้โดยสารที่นั่งบริเวณประตูฉุกเฉิน	4.27	0.790	มากที่สุด
รวม	4.23	0.614	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นในรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ที่มากที่สุด คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสารถอุปกรณ์ความปลอดภัยด้วยตนเองที่ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.34 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่ 0.715 รองลงมา คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสรุปข้อมูลด้านความปลอดภัยให้ผู้โดยสารที่นั่งบริเวณประตูฉุกเฉินที่ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.27 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่ 0.790 และลำดับสุดท้าย คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสารถการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยด้วยการเปิดวิดีโอให้ชมที่ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.08 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่ 0.921

5.3 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นในการรับบริการ

ตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลรวม ด้านความเชื่อมั่นในการรับบริการ

ความเชื่อมั่นในการรับบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความสามารถ	4.30	0.665	มากที่สุด
2. ด้านความซื่อสัตย์	4.34	0.609	มากที่สุด
3. ด้านความไว้วางใจ	4.35	0.630	มากที่สุด
4. ด้านความเปิดเผย	4.36	0.640	มากที่สุด
5. ด้านความเอาใจใส่	4.35	0.632	มากที่สุด
6. ด้านความกรใช้อำนาจ	4.46	0.592	มากที่สุด
รวม	4.36	0.531	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าในภาพรวมผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิมีความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการรับบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินทุกด้านในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.36 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่ 0.531 มองรายด้านให้ความสำคัญอันดับแรกที่ด้านการใช้อำนาจที่ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.46 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่ 0.592 ให้ความสำคัญรองลงมาในด้านความเปิดเผย ที่ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.36 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่ 0.640 และให้ความสำคัญอันดับที่สามเท่ากัน 2 ด้าน คือ ด้านความไว้วางใจ และด้านความเอาใจใส่ ที่ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.35 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่ 0.630 และ 0.632 ตามลำดับ

5.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยในเที่ยวบิน และความเชื่อมั่นในการรับบริการ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน ข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ
แตกต่างกัน (n = 401)

ตัวแปร	F	t	Sig.	สมมติฐาน
เพศ	4.295		0.014*	ยอมรับ
อายุ	3.159		0.25	ปฏิเสธ
ความถี่ในการเดินทาง	6.936		0.000*	ยอมรับ
การเดินทางครั้งล่าสุด	1.013		0.387	ปฏิเสธ
รูปแบบสายการบินที่เลือกใช้		0.261	0.794	ปฏิเสธ

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า อายุ การเดินทางครั้งล่าสุด และรูปแบบสายการบินที่เลือกใช้ แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อมั่นในการบริการไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน (มีค่า sig = 0.25, 0.387 และ 0.794) ส่วนด้านเพศ และความถี่ในการเดินทางที่ต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1 (มีค่า sig = 0.014 และ 0.000 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในการรับบริการ และรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบิน

ความเชื่อมั่นในการบริการ	รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบิน		ความสัมพันธ์
	r	sig	
ด้านความเชื่อมั่น	0.586	0.000	ปานกลาง
ด้านความซื่อสัตย์	0.592	0.000	ปานกลาง
ด้านความไว้วางใจ	0.591	0.000	ปานกลาง
ด้านการเปิดเผย	0.508	0.000	ปานกลาง
ด้านการเอาใจใส่	0.531	0.000	ปานกลาง
ด้านการใช้อำนาจ	0.529	0.000	ปานกลาง
รวม	0.658	0.000	ปานกลาง

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพรวมของรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการบริการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง 65.8% พิจารณารายด้านพบสัมพันธ์กันกับด้านความซื่อสัตย์มากที่สุด มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง 59.2% รองลงมา มีความสัมพันธ์กับด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง 59.1% และด้านความสามารถมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง 58.6% ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 (sig = 0.000) จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ จำนวนทั้งสิ้น 401 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 24 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 มีความถี่ในการเดินทางโดยเครื่องบิน 1 – 3 ครั้ง/ปี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และมีรูปแบบสายการบินที่ใช้บริการ คือ สายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Airlines) จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5

การสำรวจรูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบิน พบว่ารูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินอยู่ในระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ยรวม 4.23 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.614 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามากที่สุด คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสาธิตอุปกรณ์ความปลอดภัยด้วยตนเองที่ค่าเฉลี่ย 4.34 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.715 รองลงมา คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสรุปข้อมูลด้านความปลอดภัยให้ผู้โดยสารที่นั่งบริเวณประตูฉุกเฉินที่ค่าเฉลี่ย 4.27 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.790 และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสาธิตการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยด้วยการเปิดวิดีโอให้ชม ที่ค่าเฉลี่ย 4.08 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.921

การสำรวจความเชื่อมั่นในการรับบริการ พบว่าความเชื่อมั่นในการรับบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.36 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.531 พิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการใช้อำนาจที่ค่าเฉลี่ย 4.46 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.592 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยในเที่ยวบิน และเชื่อมั่นในการรับบริการ พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล และรูปแบบการให้บริการความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลางต่อความเชื่อมั่นในการรับบริการที่ระดับ 0.658

ผลการศึกษารูปแบบการให้บริการข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบิน พบว่า ระดับความคิดเห็นในรูปแบบการให้บริการข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินมากที่สุดด้านการสาธิตอุปกรณ์ความปลอดภัยด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชยา เกิดผลเสริฐ และคณะ (2562) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกสนใจการสาธิตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทักษะการสาธิตการใช้อุปกรณ์นิรภัยของพนักงานต้อนรับ และกระบวนการเลือกเปิดรับการสาธิตฯ หรือ Selective Process ที่ดีสามารถทำให้ผู้โดยสารมีทัศนคติต่อเนื้อหาการสาธิต และเปิดรับสารจากการสาธิตการใช้อุปกรณ์นิรภัยบนเครื่องบินของผู้โดยสาร ด้วยการให้ความสนใจการสาธิต และจดจำการสาธิตได้

นอกจากนี้ผลการศึกษาความเชื่อมั่นในการรับบริการ พบว่า ความเชื่อมั่นในด้านการใช้อำนาจมากที่สุดอันดับแรก สอดคล้องกับ ฐานิสร์ พันครุฑ (2562) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเชื่อมั่น ด้านความซื่อสัตย์/ซื่อตรง ด้านความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ด้านการเปิดเผย และความตรงไปตรงมา ด้านการเห็นใจ และการเอาใจใส่ และด้านการใช้อำนาจมีผลต่อความคุ้มค่าในการเข้ารับบริการ แสดงให้เห็นว่า อำนาจในการให้ความคุ้มครองและสร้างความคุ้มค่าแก่ผู้โดยสารเป็นปัจจัยสำคัญในการให้ความเชื่อมั่นในการรับบริการ ในขณะที่ **ผลการศึกษาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยในเที่ยวบิน และเชื่อมั่นในการรับบริการ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ** พบว่ารูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการรับบริการโดยภาพรวมอย่างมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง ที่ร้อยละ 65.8 สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่ารูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินสามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ดังนั้นสายการบินควรให้ผู้โดยสารที่ได้รับข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินแบบละเอียดและครอบคลุมว่ามีความปลอดภัยในระดับสูงสุด เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมากขึ้น (พิมพ์วิไล พรหมงาม และพนิดา ชื่นชม, 2018; Ayutthaya, 2013; Chen, Li, & Liu, 2019; Ringle, Sarstedt, & Zimmermann, 2011)

7. ข้อเสนอแนะ

1. รูปแบบการให้ข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบินพบว่า การสาธิตความปลอดภัยรูปแบบเปิดวิดีโอสาธิตให้ชมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย ดังนั้นทางสายการบินควรจัดทำวิดีโอสาธิตรูปแบบใหม่ ๆ ให้ทันสมัย เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้โดยสาร
2. ระดับความคิดเห็นในรูปแบบการให้บริการข้อมูลความปลอดภัยบนเที่ยวบิน พบว่า มีระดับมากที่สุดด้านการสาธิตอุปกรณ์ความปลอดภัยด้วยตนเอง ดังนั้นสายการบิน ควรพัฒนาให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้ความสำคัญกับการสาธิตอุปกรณ์ด้วยตนเองให้มากยิ่งขึ้น โดยอาจปรับให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นในแต่ละเที่ยวบิน
3. ด้านความซื่อสัตย์ พบว่า พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยความซื่อตรง มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย ดังนั้นทางสายการบินควรส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมด้านความซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่ และพร้อมจะนำหลักการ และจรรยาบรรณเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินงาน

8. เอกสารอ้างอิง

- ฐานิสร์ พันธุ์ครุฑ. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นกับความคุ้มค่าในการเข้ารับบริการจากกระบวนการยุติธรรมของประชาชน* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐริณทร์ หลิมวิรัตน์. (2561). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ กรณีศึกษา พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 14(1), 31-42. <https://ejournals.dusit.ac.th/toc-detail.php>
- ธัชชัย มงคลจันทร์กุล. (2564). *การตัดสินใจและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในเขตจังหวัดตรัง* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก.
- เนติศดา ทอนสูงเนิน. (2562). *ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยทางการบินที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้ใช้บริการชาวไทย*. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 *Safety Culture in Aviation and Tourism* (น. 382-397), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปรีชยา เกิดผลเสริฐ, นันทิยา ดวงภุมเมศ, สิรินทร พิบูลภานุวัฒน์, และ อีรพงษ์ บุญรักษา. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้โดยสารกับการเลือกเปิดรับการสาธิต การใช้อุปกรณ์นิรภัยบนเครื่องบิน กรณีศึกษาสายการบินไทยสมายล์. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(1), 983-1002. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EdAd/article/view/213907>
- พวงแก้ว ประเสริฐพันธุ์. (2561). มาตรฐานความปลอดภัยและข้อควรปฏิบัติของผู้โดยสารในการเดินทางทางอากาศภายในประเทศไทย. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 15(2), 1-8. <https://www.chonburi.spu.ac.th/journal/?page=23>
- พัชรี อนุสิทธิ์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก.

- พิมพ์วิไล พรหมงาม และ พนิดา ชื่นชม. (2018). การรับรู้ความสำคัญของการปรับลดมาตรฐานด้านความปลอดภัย โดยองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศในประเทศไทยของนักศึกษาปริญญาตรีด้านการบิน กรณีศึกษา: นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 *Safety Culture in Aviation and Tourism* (น. 464-477), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2564). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบิน*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2566, จาก https://elchm.ssru.ac.th/natenapa_lu/pluginfile.php/70/mod_forum/intro/ความรู้เบื้องต้นอุตสาหกรรมการบิน.pdf?time=1658075303947
- สมิต สัชฌุกร. (2554). *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สายธาร.
- Ayutthaya, S. S. N. (2013). Impact of perceived service on brand image and repurchase intentions of Thai passengers towards low cost carriers. *AU Journal of Management*, 11(2), 46-56. <https://aujm.au.edu/index.php/aujm/article/view/41>
- Chen, L., Li, Y. Q., & Liu, C. H. (2019). How airline service quality determines the quantity of repurchase intention-Mediate and moderate effects of brand quality and perceived value. *Journal of Air Transport Management*, 75, 185-197. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2018.11.002>
- Health and Safety Executive. (2008). *Successful health and safety management*. Retrieved 18 March 2013, from <http://www.mtpinnacle.com/pdfs/HR-OHS.pdf>
- Heinrich, H. W. (1959). *Industrial Accident Prevention: A Scientific Approach* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- International Civil Aviation Organization. (2013). *Safety Management Manual (SMM)*. Retrieved 25 November 2023, from <https://www.icao.int/SAM/Documents/2017-SSP-GUY/Doc%209859%20SMM%20Third%20edition%20en.pdf>
- International Civil Aviation Organization. (2014). *Cabin Crew Safety Training Manual*. Retrieved 25 November 2023, from <https://store.icao.int/en/cabin-crew-safety-training-manual-doc-10002>
- International Civil Aviation Organization. (2020). *The Cabin Crew Safety Training Manual* (2nd ed). Retrieved 25 November 2023, from <https://store.icao.int/en/cabin-crew-safety-training-manual-doc-10002-corrigendum-no-2-dated-6-8-21>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of marketing*, 58(3), 20-38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of services Quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Zimmermann, L. (2011). Customer satisfaction with commercial airlines: The role of perceived safety and purpose of travel. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(4), 459-472. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190407>
- SBS World News. (2018). การเดินทางโดยเครื่องบินปลอดภัยแค่ไหน. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2566, จาก <http://www.sbs.com.au/language/thai/th/article/how-safe-is-flying-heres-what-the-statistics-say/5e1hjrt72>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือเป็นศูนย์การเรียนรู้ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอลำดวน จังหวัดเลย

A STRATEGIC ROADMAP FOR BAN SRICHAROEN'S COTTON LEARNING AND HANDWOVEN CRAFTS CENTER, PHU LUANG DISTRICT, LOEI PROVINCE

ไทยโรจน์ พวงมณี^{1*} มารีซา ภิรมย์แทน เดอ เบลส์² และ อรทัย จิตไธสง³

Thairoj Phuangmanee^{1*} Marisa Phiromtan De Bels² and Orathai Jitthaisong³

(Received: April 14, 2024; Revised: June 20, 2024; Accepted: June 28, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอลำดวน จังหวัดเลย และเพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือเป็นศูนย์การเรียนรู้จาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอลำดวน จังหวัดเลย ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 25 คน ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน ปรากฏท้องถิ่น นักวิชาการ และตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยใช้แบบสัมภาษณ์ การสนทนา กลุ่ม และการประชุม เป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูล จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทอผ้าฝ้ายในขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 จุดแข็งคือ การผลิตฝ้ายครบวงจรตั้งแต่การปลูก การทอและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผ่านแนวคิดเกษตร อินทรีย์พื้นบ้าน ส่วนจุดอ่อนคือ ขาดการนำความรู้ความเชี่ยวชาญมาพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ ได้แก่ กลยุทธ์การขับเคลื่อนและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายครบวงจร ประกอบด้วย 5 กิจกรรมคือ (1) การจัดพื้นที่เรียนรู้ฝ้ายและ ผลิตภัณฑ์ (2) การพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือ (3) การปลูกฝ้ายพื้นเมือง (4) การย้อมสีธรรมชาติ และ (5) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากผ้าฝ้าย

คำสำคัญ: กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ฝ้ายครบวงจร ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย

¹ รองศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Associate Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University

² อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Lecturer, Faculty of Science and Technology, Loei Rajabhat University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Assistant Professor, Faculty of Science and Technology, Loei Rajabhat University

* Corresponding author, e-mail: thai-roj@hotmail.com

Abstract

This research aims to explore the context of the Ban Sri Charoen Sustainable Agricultural Savings Community Enterprise in Phu Luang District, Loei Province and to develop strategies for transforming the cotton and handwoven cotton product learning resources into the learning center of Ban Sri Charoen Sustainable Agriculture Savings Community Enterprise, Phu Luang District, Loei Province. The research adopted a mixed-method approach, collecting both quantitative and qualitative data from 25 key informants. Those included members of the community enterprise group, local scholars, academics, and local government representatives. Data were collected through semi-structured interviews, focus group discussions, and participatory meetings, allowing for an in-depth exploration of the participants' experiences, knowledge, and perspectives. The collected data were then analyzed using content analysis. The findings revealed that the Ban Sri Charoen Sustainable Agriculture Savings Community Enterprise Group has been utilizing the local wisdom in cotton weaving to drive the community's economy since 1992. Their strengths lied in the complete cycle of cotton production, from cultivating and weaving to product processing, based on local organic agriculture principles. However, the group needed further knowledge and expertise development to establish the community learning center. The strategy for the learning resource development was to create the integrated learning center providing these five main activities: (1) establishing cotton learning spaces and its products, (2) developing handwoven cotton fabrics, (3) cultivating local cotton, (4) natural dyeing, and (5) processing cotton fabric products.

Keywords: Strategy for developing learning resources, Cotton Learning Center, Hand-woven cotton products

1. บทนำ

จังหวัดเลยได้จัดทำแผนพัฒนาจังหวัดฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 โดยมีนโยบายและประเด็นการขับเคลื่อนและพัฒนาเกี่ยวกับฝ้ายรวมอยู่ด้วย หน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดเลย จึงได้ตอบรับนโยบายการขับเคลื่อนจังหวัดให้จังหวัดเลยเป็นเมืองแห่งฝ้าย อยู่ภายใต้โครงการแผนงานฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชน เช่น โครงการพัฒนาหัตถอุตสาหกรรมฝ้ายจังหวัดเลย (Cotton Valley Creation) (สำนักงานจังหวัดเลย, 2566) โดยมีหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมได้ลงพื้นที่ศึกษาและหาแนวทางการขับเคลื่อนและพัฒนาในมิติทุกมิติตั้งแต่ต้นน้ำตั้งแต่ประเด็นการปลูก ระยะกลางน้ำด้านการแปรรูป และปลายน้ำด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ้าทอไปสู่ระดับชาติและนานาชาติ นอกจากนี้ยังมีสถาบันการศึกษาและเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนหรือฟื้นฟูและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องฝ้ายของจังหวัดเลยในมิติการปลูก การเก็บฝ้าย การทำเส้นใยฝ้ายสำหรับการทอและการจำหน่าย การย้อมสี การออกแบบการทอและการตกแต่งผ้าก่อนการนำออกจำหน่ายในระดับจังหวัดและระดับประเทศ ผลจากการดำเนินการส่งผลทำให้เกิดการยกระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าและศักยภาพผ้าทอพื้นบ้านให้มีคุณภาพและมาตรฐานการทอมากขึ้น การดำเนินการขับเคลื่อนของภาครัฐอย่างมีระบบ

และต่อเนื่องจะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจและเกิดทักษะการทอผ้าและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือได้อย่างมีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย เช่นเดียวกับการมีศักยภาพเชิงพื้นที่ที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีทั้งบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่มีคุณภาพ ซึ่งสามารถนำองค์ความรู้มาพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตของคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ที่ต้องการเรียนรู้ (สุรดา แก้วศรีหา และ เอกราช โขจิตพิมานเวช, 2565; วสันต์ จันทร์โอภาส และ นิตยา วงศ์ยศ, 2562)

ทั้งนี้การสร้างแหล่งเรียนรู้ชุมชนนั้นจะช่วยให้คนในชุมชนได้ภาคภูมิใจและเข้ามามีส่วนร่วมสร้างและสนับสนุนองค์ความรู้ที่เป็นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนเกี่ยวกับการใช้ฝ้ายมาไว้ในจุดเดียวกัน อันเป็นการสร้างการตระหนักรู้สู่อุรักษ์วัฒนธรรมฝ้ายซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่าให้คงอยู่ต่อไป ศราวุธ ปิจนันทน์ และ สุภาณี เส็งศรี (2565) กล่าวว่า การพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับผ้าทอพื้นบ้านนั้นผู้เกี่ยวข้องเช่น ประธานกลุ่ม หรือภาครัฐที่มีบทบาทหนุนเสริมจะต้องนำกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมมาจัดกิจกรรมให้ร่วมคิดวิเคราะห์ การค้นหารูปแบบและเป้าหมายว่าต้องการพัฒนาให้เป็นพื้นที่การเรียนรู้ หรือพื้นที่สร้างแรงบันดาลใจ ทั้งนี้การมีเป้าหมายจะมีผลต่อการกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีชีวิตต่อไป ซึ่งปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าในจังหวัดเลยยังไม่มีมีการจัดการตามแนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เป็นระบบและเหมาะสมกับนักเรียนหรือผู้สนใจที่เข้ามาเรียนรู้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ ตั้งอยู่ในอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ได้รวบรวมสมาชิกในชุมชนที่มีทักษะการทอผ้าพื้นบ้านให้เข้าร่วมตั้งกลุ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 มีสำนักงานพัฒนาชุมชนให้การส่งเสริมจนสมาชิกกลุ่มสามารถรายได้และมีทักษะที่สูงขึ้น ทั้งการปลูกฝ้าย การเลือกพันธุ์ การแปรรูปเส้นใย การย้อมสีธรรมชาติ การทอและรูปแบบผ้าทอที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปัจจุบันก็ยังได้พัฒนาศักยภาพพื้นที่ บุคลากร และองค์ความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของจังหวัดเลยที่ต้องการขับเคลื่อนให้จังหวัดเป็นเมืองแห่งฝ้าย อันนำไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคตต่อไป สอดคล้องกับ ณัฐพงษ์ ศรีใจวงศ์, กรวิก พรนิมิต, และ รุ่งทรัพย์ ราชภรณ์นิยม (2565) ที่กล่าวว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้พัฒนาจนเชี่ยวชาญควรนำมาสร้างกลยุทธ์ขับเคลื่อนให้กลุ่มเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้และเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และเผยแพร่ความรู้ อย่างไรก็ตามการสร้างกลยุทธ์พัฒนาศักยภาพกลุ่มให้เป็นแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายของจังหวัดเลยนั้น พบว่า ยังไม่มีภาครัฐหรือนักวิชาการลงพื้นที่ไปการศึกษา หรือกำหนดรูปแบบที่เป็นระบบและชัดเจน ดังนั้นการลงพื้นที่เข้าไปขับเคลื่อนและพัฒนาจะช่วยทำให้กลุ่มมีความแตกต่างจากกลุ่มทอผ้าอื่น ๆ ในจังหวัดเลยได้ ทั้งนี้การพัฒนาต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ (พิชญาภรณ์ บัวสระ, ธนกฤต ทูริสุทธิ์, และ กฤตติกา แกสนโภชน, 2562) ประกอบด้วยการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ซึ่งถือว่าเป็นแนวคิดที่ช่วยให้สมาชิกเกิดความรู้ถึงการเป็นเจ้าของ สร้างความเข้มแข็งและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน (สุภาพร เพชรรัตน์ กุล และคณะ, 2564)

ดังนั้นการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้จึงเป็นกลไกการเพิ่มขีดความสามารถให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เน้นการสร้างสรรครูปแบบ กิจกรรมการเรียนรู้ ระบบการจัดการ การกำหนดแผนปฏิบัติการและระบบงานร่วมกัน สำหรับการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่ต้นควรจะมีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์ และการถ่ายทอดองค์ความรู้ใหม่ที่มีคุณค่าให้กับผู้สนใจได้ใช้เป็นข้อมูลการสร้างสรรคเพื่อสร้างมูลค่าต่อไป ส่วนกระบวนการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ฝ้ายนั้นผู้เกี่ยวข้องต้องเข้าใจถึงการเป็นแหล่งเรียนรู้ ต้องมีองค์ความรู้ที่ถูกต้อง รวมถึงการเข้าใจพฤติกรรมกรรมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวของคนในสังคมที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์เชิงคุณค่าของรากเหง้าและภูมิปัญญาท้องถิ่น อุมภาพร สวัสดิ์ศรี และ สุนนชาติ เจริญครบุรี (2558) กล่าวว่า แหล่งเรียนรู้ชุมชนเกี่ยวกับฝ้ายและผ้าฝ้ายทอมือ ผู้จัดการกลุ่มจะต้องมีการวางแผนการสื่อสารความรู้

อย่างเป็นขั้นตอนและเป็นระบบ เช่น ฐานการปลูกฝ้าย ฐานการทอ และฐานการย้อมสีเพื่อการสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการคิดและการแก้ปัญหาของมนุษย์กับธรรมชาติ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืน บ้านศรีเจริญถือว่ามียุทธศาสตร์ความรู้เกี่ยวกับฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือที่ฝังลึกอยู่ในตัวคน โดยยังไม่ได้นำมาเผยแพร่ใน ลักษณะแหล่งเรียนรู้ชุมชน เนื่องจากขาดผู้เชี่ยวชาญช่วยขับเคลื่อนและดำเนินการที่เน้นการมีส่วนร่วม ดังที่ ญัฐพงษ์ ศรีใจ วงศ์, กรวิก พรนิมิต, และ รุ่งทรัพย์ ราษฎร์นิยม (2565) กล่าวว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นบ้านขาดการจัดการความรู้ และการสื่อสารความรู้ที่เป็นระบบ ขาดวิธีการขับเคลื่อนและพัฒนาศักยภาพกลุ่ม จึงทำให้กลุ่มไม่ได้รับการเผยแพร่องค์ ความรู้ที่มีคุณค่าออกไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีคุณค่า ซึ่งถ้ากลุ่มได้จัดระบบพื้นที่ บุคลากร และองค์ความรู้ที่ชัดเจนจะ พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือที่มีศักยภาพ ซึ่งปัญหาดังกล่าวนั้นก็ได้ประสบกับกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญด้วยเช่นกัน โดยกลุ่มได้พยายามพัฒนาศักยภาพพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ ชัดเจนเพื่อสร้างมูลค่าให้กับกลุ่ม ดังนั้นถ้ากลุ่มร่วมกันกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนอย่างเป็นระบบแล้ว ก็จะทำให้พื้นที่กลุ่มเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีชีวิต มีความแตกต่างและโดดเด่นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทอผ้าอื่น ๆ ในจังหวัดเลย จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายเป็น ศูนย์การเรียนรู้ของวิสาหกิจชุมชนอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ทั้งนี้เพื่อการสร้าง ต้นแบบและการขับเคลื่อนพัฒนาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับฝ้ายให้คงอยู่ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาบริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
- 2.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือเป็นศูนย์การเรียนรู้ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3.1 ทฤษฎีกลยุทธ์

กลยุทธ์ (Strategic) ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแนวทางนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ การกำหนดกล ยุทธ์นั้นต้องให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม รวมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เมื่อกำหนดกลยุทธ์ได้แล้วผู้นำ องค์กรจะต้องสื่อสารและสร้างการรับรู้ให้กับคนในองค์กรเพื่อให้เข้าใจ กลยุทธ์ร่วมกัน (ดรุณี ทิพย์ปลูก, 2564) กลยุทธ์ สามารถกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวได้ ดังนั้นการศึกษากลยุทธ์ที่ประสบผลสำเร็จที่ใช้กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้ผู้นำกลุ่มได้ทราบถึงคุณประโยชน์ของการมีกลยุทธ์ที่ช่วยเป็นแนวทางการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การเลือกกลยุทธ์และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมจะช่วยขับเคลื่อนกลุ่มและชุมชนได้เป็นอย่างดี กลยุทธ์โดยทั่วไป มี 3 ระดับ คือ ระดับที่ 1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ครอบคลุมกลยุทธ์โดยรวม และ ทิศทางการแข่งขันขององค์กรว่า องค์กรจะพัฒนาไปสู่ทิศทางใด จะดำเนินงานอย่างไร และจะจัดสรรทรัพยากรไปแต่ละ หน่วยขององค์กรอย่างไร เช่น การดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร การขยายตัวไปในธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย ระดับที่ 2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) เป็นการกำหนดกลยุทธ์ระดับย่อย มุ่งปรับปรุงการแข่งขันขององค์กรกับคู่แข่ง ระเบียบวิธีที่องค์กรจะใช้แข่งขัน โดยมุ่งปรับปรุงการแข่งขันผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น โดยรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์คล้ายกันได้ด้วยกัน ภายในหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Business Unit - SBU) ที่มุ่งการเพิ่มกำไร (Improving Profitability) และขยาย การเติบโต (Growth) เรียกว่า กลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy) มี 3 กลยุทธ์ คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ

(Cost Leadership) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และการจำกัดขอบเขต (Focus Strategy) และระดับที่ 3 กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Operational Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ครอบคลุมการแข่งขันแก่ผู้เกี่ยวข้องในองค์กร (Function) มุ่งเน้นให้แผนงานพัฒนากลยุทธ์ขึ้นมาโดยอยู่ภายใต้กรอบกลยุทธ์ระดับองค์กร เช่น แผนการผลิต แผนการตลาด แผนบริหารผลิตภัณฑ์ แผนทรัพยากรบุคคล แผนการเงิน แผนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (สุภาพร เพชรรัตน์กุล และคณะ, 2564)

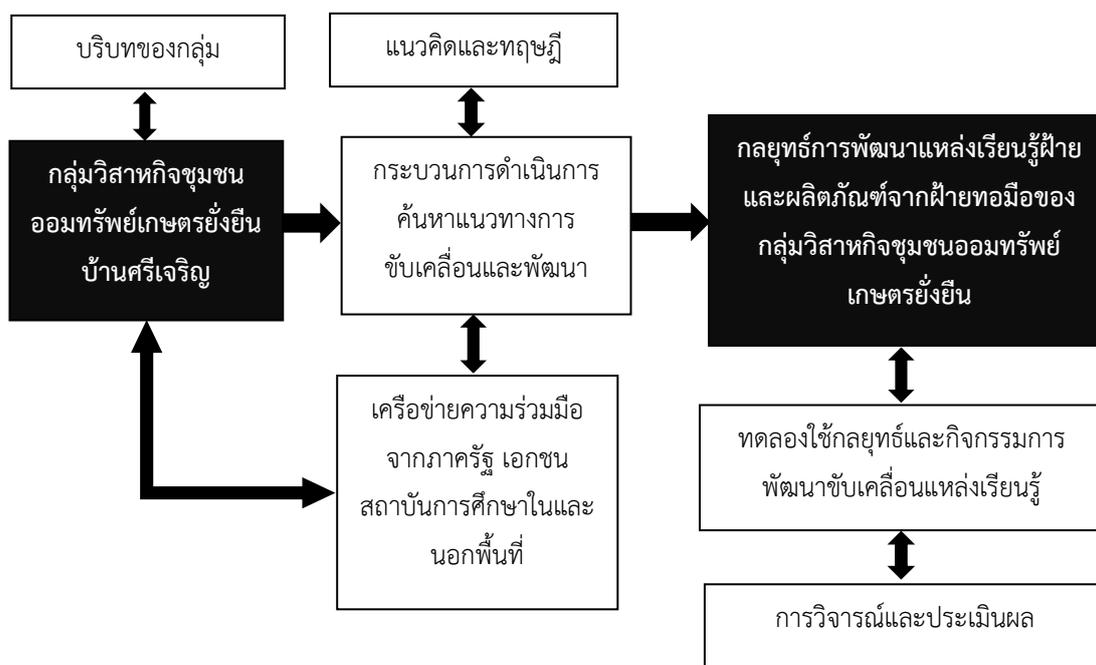
3.2 แนวคิดแหล่งเรียนรู้จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นบ้าน

วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) เป็นรากฐานช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับชุมชนให้เข้มแข็งที่เชื่อมโยงไปสู่ระบบเศรษฐกิจระดับประเทศ (กิตติกวินท์ เอี่ยมวิริยาวัฒน์, 2566) แนวคิดวิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นการนำแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาให้เป็นระบบ มีการพัฒนาบุคลากร ผลิตภัณฑ์ การตลาด และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าและบริการที่เข้าถึงผู้บริโภคในชุมชนได้อย่างทั่วถึง ส่วนการดำเนินงานนั้นมีลักษณะเป็นกิจกรรมของชุมชนที่ใช้วิธีการร่วมคิด ร่วมดำเนินงาน และร่วมจัดการระบบการผลิตที่ชัดเจน ประเด็นความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และปัจจัยการส่งเสริมสนับสนุนภายนอก (ดาวเดือน อินต๊ะ และ สุชน ทิพย์ทิพากร, 2566) การจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ชุมชนจะมุ่งเน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการยกระดับให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม คำว่า “แหล่งเรียนรู้” หมายถึง แหล่งความรู้ที่เป็นบุคคล สถานที่ ข้าวของเครื่องใช้ อาคารสถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม หรือวัตถุทางวัฒนธรรมที่เมื่อได้เรียนรู้แล้วจะบูรณาการเป็นองค์ความรู้ใหม่ ๆ หรือการเพิ่มเติมประสบการณ์จากความรู้เดิมไปสู่ความรู้ใหม่ที่มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น (สุรดา แก้วศรีหา และ เอกราช โฆษิตพิमानเวช, 2565) การพัฒนาแหล่งเรียนรู้มีแนวทางดังนี้ (1) เน้นการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภายในและภายนอก (2) เน้นการส่งเสริมความรู้ด้วยกิจกรรมการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน และการปฏิบัติการ และ (3) การประชาสัมพันธ์ให้ใช้สื่อหลากหลาย (วสันต์ จันทร์โอภาส และ นิตยา วงศ์ยศ, 2562) ส่วนขั้นตอนการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ มีดังนี้ (1) การจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (2) การวางแผนกำหนดทิศทางการดำเนินงาน (3) การพัฒนามุมความรู้และจัดหมวดหมู่เนื้อหาให้เอื้อต่อการเรียนรู้ (4) การจัดกิจกรรม (5) การจัดหาและผลิตสื่อ (6) ฐานข้อมูลข้อมูล (7) การพัฒนาฐานข้อมูลสารสนเทศ และ (8) การติดตามและประเมินผลการให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น (นภัทร ทวยจัด, กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ, และ วรากร เกรียงไกรศักดิ์, 2559)

สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าถือว่าเป็นแหล่งเรียนรู้ที่โรงเรียน หรือชุมชนใช้ในการศึกษาดูงาน เนื่องจากในพื้นที่มีปรากฏการณ์ถิ่นที่มีทักษะและความชำนาญในมิติการปลูกฝ้าย การขึ้นฝ้าย การทอผ้า การมัดหมี่ การย้อมสีและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าจึงมักทำการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มให้มีองค์ความรู้ทั้งแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ที่มีคุณค่าสำหรับการนำเสนอให้กับผู้ที่สนใจเรียนรู้ต่อไป ดังเช่น ไทยโรจน์ พวงมณี, พชรมณ ใจงามดี, และ ศษสีย์ เจริญสุข (2565) ได้ศึกษาเรื่องการรื้อฟื้นและการพัฒนาการออกแบบผ้าล่อด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ศาลาเพ็ญ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยมีเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มได้ดำรงรักษาอัตลักษณ์ผ้าทอที่เป็นรากเหง้าและวัตถุทางวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นพื้นที่การเรียนรู้และการท่องเที่ยวสำหรับผู้สนใจ ผลการขับเคลื่อนพบว่ามีนักท่องเที่ยวและนักเรียนที่สนใจภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าพื้นบ้านเดินทางเข้าไปเรียนรู้และท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

จากที่กล่าวมาการพัฒนาพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีองค์ความรู้ สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ได้ด้วยการร่วมกันกำหนดกลยุทธ์การขับเคลื่อนและพัฒนา โดยกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการดำเนินงานนั้นจะต้องได้มาจากการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกและเครือข่ายภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาศักยภาพบุคคล พื้นที่ และ

กิจกรรมจะสร้างการจดจำและการสื่อสารคุณค่าในแต่ละประเด็นของกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป้าหมายแหล่งเรียนรู้คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพทั้งทักษะและผลิตภัณฑ์ การสร้างรายได้และการอนุรักษ์รากเหง้าทางวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่ต่อไป



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method Research) เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data)

4.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปรากฏท้องถิ่น นักวิชาการ และตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 25 คน ได้มาโดยวิธีการเจาะจงตามวัตถุประสงค์และกิจกรรมที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้น โดยกำหนดคุณสมบัติดังนี้ (1) เป็นผู้ดำเนินการหรือเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน บ้านศรีเจริญ (2) เป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผ้าทอพื้นบ้านและการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ (3) เป็นผู้ให้การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ

4.3 การสร้างและพัฒนาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือการวิจัยมีดังนี้ (1) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ประเด็นสัมภาษณ์นี้ ความเป็นมาของกลุ่ม จำนวนสมาชิกการปลูกฝ้าย การทอผ้าจากฝ้าย การแปร

รูปผลิตภัณฑ์ การจำหน่าย พื้นที่การปฏิบัติการของกลุ่ม ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ฝ่ายและผลิตภัณฑ์จากฝ่าย (2) ประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้ฝ่ายและผลิตภัณฑ์จากฝ่าย (3) ประเด็นการประชุมระดม ความคิดเห็นวิเคราะห์ SWOT analysis และ TOWS Matric โดยการกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม (4) ประเด็นการประชุมสร้างกลยุทธ์โดยมีประเด็นดังนี้ รูปแบบกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้และกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพกลุ่มเพื่อเตรียมการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชน และ (5) แบบประเมินกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ในประเด็นดังนี้ (1) ความเหมาะสม และ (2) ความเป็นไปได้ โดยมีวิธีการสร้างเครื่องมือดังนี้ (1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและแหล่งเรียนรู้ (2) ออกแบบข้อคำถามแบบสัมภาษณ์ ประเด็นการสนทนากลุ่มแบบประเมินกลยุทธ์และการประชุม (3) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และ (4) ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

4.4 การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ส่วนดังนี้ (1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ศึกษาจากเอกสาร ตำรา ผลงานวิจัย บทความวิจัยในสื่อออนไลน์และสำนักวิทยบริการ ประเด็นที่ศึกษาดังนี้ กลยุทธ์กับการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกและทอผ้าฝ้าย (2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ โดยการลงพื้นที่ที่บ้านศรีเจริญ ดังนี้ (1) การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 20 คน ดังนี้ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่น นักวิชาการ และตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้วิจัยลงพื้นที่จำนวน 3 วัน โดยการนัดหมายกับกลุ่มเป้าหมายถึงวัน เวลาและสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล (2) การสนทนากลุ่ม ประเด็นการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ่ายและผลิตภัณฑ์จากฝ่าย ทอผ้าเป็นศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 15 คน ดังนี้ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (3) การประชุมระดมความคิดเห็นวิเคราะห์ SWOT analysis และ TOWS Matric (4) การประชุมเชิงปฏิบัติการระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 20 คน ดังนี้ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่น ตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (5) การตรวจสอบกลยุทธ์และค้นหาวิธีการดำเนินการ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 7 คน ประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มและตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (6) การประชุมตรวจสอบและการประเมินกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ มีผู้เข้าร่วมการประชุมเป็นนักวิชาการ จำนวน 3 คน (7) การดำเนินกิจกรรมตามกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 15 คน ดังนี้ (8) การวิจารณ์และการประเมินผลการทดลองกิจกรรมตามกลยุทธ์ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 20 คน ดังนี้ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่น นักวิชาการ และตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจัดระเบียบข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและประเด็นของเครื่องมือการวิจัย จากนั้นจึงสร้างตารางกำหนดประเด็นข้อมูล จากนั้นจึงวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) ส่วนการตรวจสอบข้อมูลใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangular data) จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการทบทวนเอกสารและจากผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ การนำเสนอข้อมูลด้วยการเขียนพรรณนาเชิงวิเคราะห์

5. ผลการวิจัย

5.1 บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอกุหลาบ จังหวัดเลย

1) ความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ ตั้งหมู่ที่ 8 ตำบลเลยวังไสย์ อำเภอกุหลาบ จังหวัดเลย ตั้งกลุ่มขึ้นมาในปี พ.ศ. 2543 สมาชิกกลุ่มประกอบอาชีพทำไร่ปลูกเดียว แต่ประสบปัญหาหาราคาตกต่ำ จึงรวมตัวกันตั้งกลุ่มออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนขึ้น และช่วยเหลือกันในกลุ่ม โดยการดำเนินงานได้น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ มีสมาชิกจำนวน 24 คน ต่อมาปี พ.ศ. 2556 ได้จดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน เพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนด้วยการทำผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น น้ำหมักเฒ่า น้ำหมักปลอด การทอผ้าฝ้าย และการแปรรูปผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยกลุ่มมีเครื่องหมายการค้า ชื่อ “ขุนเลย” ได้รับการรับรองมาตรฐาน ออย. และตรารับรองจากสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ กลุ่มได้ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน จึงมีภาครัฐในพื้นที่และนอกพื้นที่เข้ามาส่งเสริมกลุ่มทุกมิติอย่างต่อเนื่อง ปี พ.ศ. 2560 สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้เข้ามาส่งเสริมการเรียนรู้ จึงทำให้กลุ่มสามารถยกระดับเป็นศูนย์เครือข่ายเกษตรหลักของจังหวัดเลยและภาคอีสาน ปัจจุบันมีภาครัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานพัฒนาชุมชน รวมถึงหน่วยงานการท่องเที่ยวของจังหวัดเลย ได้เข้ามาส่งเสริมกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การแปรรูปน้ำหมักเฒ่า การถักเส้นฝ้าย และการประดิษฐ์ตุ๊กตาจากผ้าทอ การพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพการปลูกฝ้าย การแปรรูปเส้นใย การย้อมสี การทอและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์มากขึ้น การขับเคลื่อนกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ การอนุรักษ์พันธุ์กรรมพืช สำหรับปี พ.ศ. 2565-2566 กลุ่มได้ตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงตอบรับนโยบายของจังหวัดเลยสู่การเป็นเมืองแห่งฝ้าย จึงรวบรวมสมาชิกกลุ่มและคนในชุมชนบ้านศรีเจริญให้เข้ามาเป็นเครือข่ายกลุ่มผู้ปลูกฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองร่วมเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพทางทักษะทุกมิติ การจัดแสดงนิทรรศการวัสดุอุปกรณ์ และตัวอย่างการย้อมสีฝ้ายแบบต่าง ๆ ด้วย

2) แนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ มีดังนี้ (1) ด้านบุคลากร พบว่า ต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพันธุ์ฝ้าย พื้นที่ปลูกฝ้ายทั้งการปลูก การดูแล การแปรรูปและการตลาด มีทักษะการสาธิตและการสื่อสารความรู้สู่ผู้ฟัง มีทักษะการจัดกิจกรรมเป็นฐานการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เข้ามาเรียนรู้ได้ทดลองปฏิบัติการ มีทักษะการให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นต่าง ๆ แก่ผู้มาเรียนรู้ได้ดี (2) ด้านการจัดการพื้นที่ พบว่า ต้องจัดเป็นฐานการเรียนรู้ โดยแบ่งเป็นส่วนฟังบรรยาย และส่วนปฏิบัติการที่ชัดเจน มีพื้นที่เกษตรกรรมและการปลูกฝ้าย ติดตั้งป้ายสื่อความหมายขนาดใหญ่และขนาดย่อยให้ความรู้ จัดทำสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น หนังสือ แผ่นพับหรือสื่อสังคมสมัยใหม่ และจัดทำเส้นทางเรียนรู้ที่ชัดเจน (3) ด้านผู้นำกลุ่ม พบว่า ต้องมีทักษะการสื่อสาร การมีมนุษยสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายภาครัฐ สถาบันการศึกษา ภาคเอกชนเข้ามาส่งเสริมความรู้และงบประมาณเพื่อการขับเคลื่อนไปในระดับที่สูงขึ้นและเป็นระบบมากขึ้น (4) ด้านชุมชน พบว่า ต้องเป็นเจ้าของที่ดี การเข้าร่วมเรียนรู้และพัฒนาความรู้การสื่อสารกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า และ (5) ด้านภาครัฐ พบว่า ต้องประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ จัดหาผู้เชี่ยวชาญมาให้คำปรึกษา สนับสนุนงบประมาณ และพัฒนาระบบสาธารณูปโภคชุมชน

3) การวิเคราะห์ SWOT analysis กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ มีผลการวิเคราะห์ดังนี้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ SWOT analysis

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (S: Strengths)	จุดอ่อน (W: Weaknesses)
S1 พื้นที่ตั้งกลุ่มเหมาะสม	W1 ขาดการสร้างเครือข่ายผ้าทอ
S2 สมาชิกกลุ่มเข้าใจและมีทักษะการปลูกฝ้าย การแปรรูปเส้นใยจากฝ้าย การย้อมสีธรรมชาติ การทอผ้า และการแปรรูปผลิตภัณฑ์	W2 ท่าเลที่ตั้งอยู่ห่างไกลจากตัวเมือง
S3 ปลูกฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองเป็นวัตถุดิบทอผ้า	W3 ไม่มีเวลาพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ผ้าทอ
S4 การสร้างตราสินค้าและอัตลักษณ์ผ้าทอ	W4 ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง ขายช้าและค้างสต็อก
S5 การแปรรูปผลิตภัณฑ์	W5 สมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ
S6 มีแนวคิดพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับฝ้าย	
S7 บุคลากรมีเป้าหมายและทิศทางการดำเนินการ	
S8 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในพื้นที่และนอกพื้นที่	
S9 ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มมีศักยภาพเป็นผู้นำและผู้ตาม	
ปัจจัยภายนอก	
โอกาส (O: Opportunities)	อุปสรรค (T: Threats)
O1 มีเครือข่ายจากภาครัฐ เอกชน หน่วยงานอิสระ และสถาบันการศึกษาส่งเสริม สนับสนุนเครื่องมือ อุปกรณ์และองค์ความรู้	T1 สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มอยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากตัวอำเภอเมือง
O2 มีนโยบายภาครัฐขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	
O3 นโยบายการท่องเที่ยวและกระแสการท่องเที่ยวชุมชนและการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนระดับส่วนกลาง และระดับจังหวัด	
O4 มีช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายและการตลาดผ่านสื่อออนไลน์	
O5 ได้รับงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้แบบครบวงจร	

4) การกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งเรียนรู้ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ TOWS metric มีผลการวิเคราะห์ดังนี้ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ TOWS metric

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงการแก้ไข (WO)
S1+S2+S3+S4+S5+S6+S7+S8+S9+O1+O2+O3+O4+O5 กิจกรรมการพัฒนาพื้นที่นิทรรศการและการแสดงผลภัณฑ์	W1+W2+W3+W4+W5+O1+O2+O3+O4+O5 กิจกรรมการย้อมสีธรรมชาติ
กลยุทธ์เชิงรับ (WT)	กลยุทธ์เชิงการป้องกัน (ST)
W1+W2+W3+W4+W5+T1 กิจกรรมการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือ และกิจกรรมการแปรรูป ผลิตภัณฑ์	S1+S2+S3+S4+S5+S6+S7+S8+S9+T1 กิจกรรมการปลูกฝ้ายพื้นเมืองสำหรับการสร้างอัต ลักษณ์

5) แนวทางการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพแหล่งเรียนรู้ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ TOWS metric ดังนี้
(ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ TOWS metric

กิจกรรม	การดำเนินกิจกรรม	ผู้เกี่ยวข้อง
1. กิจกรรมการพัฒนาพื้นที่ นิทรรศการและการแสดงผลภัณฑ์	การอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนา บุคลากรสำหรับจัดนิทรรศการและ พื้นที่การเรียนรู้ โดยใช้วิทยากรที่มี ความรู้เกี่ยวกับการจัดระบบ สารสนเทศและพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นมา ให้แนวทาง	- มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย - พัฒนาการอำเภอภูหลวง - องค์การบริหารส่วนตำบล - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์ - เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ - สำนักงานเกษตรอำเภอภูหลวง
2. กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผ้าทอ	การอบรมเชิงปฏิบัติการความรู้การ ออกแบบ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างรูปแบบของผ้าทอใหม่ ๆ	- มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย - พัฒนาการอำเภอภูหลวง - องค์การบริหารส่วนตำบล - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์ - เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ
3. กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์	การอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ	- มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย - พัฒนาการอำเภอภูหลวง - องค์การบริหารส่วนตำบล - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์ - เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ - สำนักงานเกษตรอำเภอภูหลวง
4. กิจกรรมการย้อมสีธรรมชาติ	การอบรมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้พืชให้สี ธรรมชาติและการย้อมสีธรรมชาติบน เส้นใยฝ้าย	- มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย - พัฒนาการอำเภอภูหลวง - องค์การบริหารส่วนตำบล - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์ - เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กิจกรรม	การดำเนินกิจกรรม	ผู้เกี่ยวข้อง
5. กิจกรรมการปลูกฝ้ายพื้นเมือง สำหรับการสร้างอัตลักษณ์	กิจกรรมการสร้างจิตสำนึกในการปลูก ฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองสำหรับการอนุรักษ์	- มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย - พัฒนาการอำเภอภูหลวง - องค์การบริหารส่วนตำบล - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์ เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ - สำนักงานเกษตรอำเภอภูหลวง - เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง

6) ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ประกอบด้วย 7 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นที่ 1 การประชุมระดับความคิดเพื่อสะท้อนสภาพ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนา ขั้นที่ 2 การประชุมเชิงปฏิบัติระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ขั้นที่ 3 การตรวจสอบกลยุทธ์และค้นหาวิธีการดำเนินการ เพื่อให้กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ได้ดำเนินการต่อไป ขั้นที่ 4 ขั้นการตรวจสอบและประเมินกลยุทธ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ ขั้นที่ 5 การดำเนินการคัดเลือกกลยุทธ์เพื่อทดลองนำไปสู่การปฏิบัติการ ขั้นที่ 6 การดำเนินการทดลองกลยุทธ์ที่ได้คัดเลือกมาทดลอง และขั้นที่ 7 การวิจารณ์และประเมินผลเชิงคุณภาพตามกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้

5.2 กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

1) กลยุทธ์การขับเคลื่อนและการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายครบวงจร เป็นกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (Operational Strategy) ประกอบด้วย หลักการ วัตถุประสงค์ กิจกรรม วิธีประเมินผล ผลการประเมินกลยุทธ์มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (S.D.= 0.74) และความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D.= 0.64) เมื่อนำไปเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดพบว่ามี ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.51 จึงถือว่าเป็นกลยุทธ์การขับเคลื่อนและการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายครบวงจร ที่นำไปปฏิบัติจริงได้ โดยมีประเด็นดังนี้ (1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกษตรกรรม (2) วิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับฝ้ายทอ (3) ศักยภาพของกลุ่มด้านการย้อม การทอและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (4) ความต้องการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (5) การขับเคลื่อนจากภาครัฐและเอกชน และ (6) ความต้องการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีกิจกรรมหลักสำหรับการพัฒนาและการขับเคลื่อนแหล่งเรียนรู้ฝ้ายครบวงจรดังนี้

1.1) กิจกรรมการพัฒนาพื้นที่นิทรรศการและการแสดงผลผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 5กิจกรรมดังนี้ (1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การวิเคราะห์พื้นที่ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (2) จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการจัดพื้นที่การแสดงผลนิทรรศการและพื้นที่แสดงผลผลิตภัณฑ์ภายในพื้นที่ให้มีความหลากหลาย (3) การจัดซื้อจัดหา จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์สำหรับการจัดพื้นที่อย่างต่อเนื่อง (4) การจัดพื้นที่ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และ (5) การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

1.2) กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพฝ้ายทอ ประกอบด้วย 4 กิจกรรมดังนี้ (1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การวิเคราะห์ศักยภาพฝ้ายทอเพื่อยกระดับคุณภาพฝ้ายทอ (2) การค้นหารูปแบบของฝ้ายทอ การย้อมสีจากธรรมชาติ และกระบวนการทอร่วมกับนักวิชาการ (3) การดำเนินการพัฒนาศักยภาพฝ้ายทอตามรูปแบบที่ร่วมกันค้นหา (4) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิพากษ์วิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านการทอ การค้นหาจุดเด่นและจุดที่ต้องพัฒนาต่อยอดอย่างสม่ำเสมอ

1.3) กิจกรรมการปลูกฝ้ายพื้นเมืองสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ ประกอบด้วย 6 กิจกรรมดังนี้ (1) แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูก พื้นที่การปลูก การจัดสรรพื้นที่จากสมาชิกกลุ่ม (2) การระดมความคิดเพื่อการค้นหาพันธุ์ฝ้ายทั้งพันธุ์ฝ้ายพื้นเมืองและพันธุ์ฝ้ายที่มาจากนอกพื้นที่ (3) การวางแผนการปลูกฝ้ายในพื้นที่กลุ่มและในชุมชน (4) การอบรมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้การปลูก การดูแลรักษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านฝ้าย และการจัดบันทึกเพื่อสร้างข้อมูล (5) การเตรียมเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ เมล็ดพันธุ์สำหรับการปลูกในพื้นที่และการแจกจ่ายเมล็ดพันธุ์กับสมาชิก และ (6) การติดตามและการประเมินผลการปลูกฝ้ายเพื่อให้มีอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่

1.4) กิจกรรมย้อมสีธรรมชาติ ประกอบด้วย 5 กิจกรรมย่อยดังนี้ (1) กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับพืชในท้องถิ่นที่ให้สีสำหรับการย้อม (2) กิจกรรมการค้นพื้นที่ตั้งของพืชท้องถิ่นให้สีและพร้อมใช้ย้อมเส้นฝ้าย (3) กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติ โดยการวิพากษ์วิจารณ์ผลที่เกิดขึ้นจากการย้อมสีร่วมกันเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และคุณภาพสีย้อมครั้งต่อไป (4) กิจกรรมการทดลองทอผ้าเพื่อตรวจสอบความสม่ำเสมอของสี ความทนทานและความสวยงาม และ (5) กิจกรรมการนำเสนอผลการทดลองที่ได้จากการบันทึกสัดส่วนการย้อมสีสำหรับสื่อสารการเรียนรู้และการท่องเที่ยว

1.5) กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 5 กิจกรรมดังนี้ (1) การประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อหารูปแบบผลิตภัณฑ์ (2) การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของกลุ่ม (3) การวิจารณ์ผลิตภัณฑ์การแปรรูป (4) การประเมินผลพร้อมให้แนวทางการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ และ (5) การติดตามประเมินผลการพัฒนา

2) การทดลองใช้กลยุทธ์การขับเคลื่อนและการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายครบวงจร พบว่า กลยุทธ์มีความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อการขับเคลื่อนและพัฒนาได้จริง มีกลวิธีการจัดกิจกรรม 5 กิจกรรมที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม เป้าหมายสำคัญคือการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การสร้างพื้นที่การเรียนรู้ การสร้างกระบวนการถ่ายทอดความรู้ และการสร้างรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีคณะนักวิจัยให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง มีผลการดำเนินกิจกรรมดังนี้

2.1) กิจกรรมการพัฒนาพื้นที่นิทรรศการและการแสดงผลผลิตภัณฑ์ ใช้กลวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการ มีผู้เข้าร่วมพัฒนาและเรียนรู้จำนวน 12 คน พบว่า โดยภาพรวมสมาชิกกลุ่มได้ร่วมมือกันจัดการพื้นที่การแสดงผลนิทรรศการ และพื้นที่แสดงผลผลิตภัณฑ์จากฝ้าย มีอุปกรณ์สาธิตในบริเวณศูนย์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต ด้านบุคลากร พบว่า มีความรู้และทักษะการจัดพื้นที่นิทรรศการ สามารถสื่อสารกระบวนการผลิตฝ้ายและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากฝ้ายได้เป็นอย่างดี มีทัศนคติที่ดีต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ การจัดซื้อ จัดหาและจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดนิทรรศการผลที่เกิดขึ้น พบว่า ได้พัฒนาพื้นที่นิทรรศการและการแสดงผลผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ได้ร่วมสืบค้นและเรียบเรียงองค์ความรู้ และเรื่องราวที่จัดแสดงสำหรับการสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระบบและชัดเจน (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้ฝ้าย และจัดแสดงนิทรรศการฝ้าย

2.2) กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผ้าทอ ใช้กลวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการ มีผู้เข้าร่วมพัฒนาและเรียนรู้จำนวน 5 คน ด้านวัตถุดิบและกระบวนการ พบว่า สมาชิกกลุ่มได้วางแผนการดำเนินการใช้ฝ้ายและสีย้อมที่ปลูก และการดูแลรักษาเองในชุมชน ด้านรูปแบบผ้าทอ กลุ่มได้พัฒนากระบวนการทอผ้าด้วยการกำหนดลายริ้วสีหลากหลายรูปแบบ และการมัดหมี่ลายดอกฝ้ายเมืองเลย ด้านบุคลากร มีทักษะการคิดแบบผสมผสาน ได้ค้นหาหลายผ่านการมัดหมี่ลานดอกฝ้ายเมืองเลยและวิธีการใหม่เช่น การออกแบบผ้าเป็นลายริ้วสีให้แตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น และได้สื่อสารการทอผ้าที่เป็นระบบ ส่วนด้านผลที่เกิดขึ้น พบว่า เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอใหม่มากกว่า 5 รูปแบบ โดยผลิตภัณฑ์ถูกสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และบุคลากรมีทักษะการทอผ้า และการสื่อสารข้อมูลการทอผ้าที่บ้านได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 3 กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพการปลูกฝ้าย การดูแลรักษา และการเก็บปุ๋ยฝ้ายสำหรับนำไปแปรรูปเป็นเส้นใย

2.3) กิจกรรมการปลูกฝ้ายสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ ใช้กลวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการมีสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมเรียนรู้และพัฒนาจำนวน 12 คน ด้านบุคลากร พบว่า บุคลากรมีทักษะการปลูกฝ้ายสำหรับใช้เป็นวัตถุดิบทอผ้า และเป็นพื้นที่การเรียนรู้ของชุมชน สามารถระบุอัตลักษณ์ของฝ้ายได้ เช่น ฝ้ายตุ่ยเล็ก มีลักษณะดอกเล็ก สีเข้ม มีเส้นใยน้อย เส้นใยคงทน ส่วนฝ้ายตุ่ยใหญ่ มีลักษณะดอกใหญ่ เส้นใยมียาว นุ่มและมีสีอ่อนกว่าฝ้ายตุ่ยเล็ก ด้านผลที่เกิดขึ้นพบว่า กลุ่มเข้าใจถึงการเตรียมเมล็ดฝ้าย การเตรียมแปลงปลูกและการดูแลรักษา และการเก็บปุ๋ยฝ้าย สามารถสื่อสารกระบวนการได้อย่างเป็นขั้นตอนและระบุอัตลักษณ์ฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองได้ โดยมีผลที่เกิดขึ้นคือ การจำหน่ายปุ๋ยฝ้ายได้ การตระหนักรู้ถึงการอนุรักษ์และการนำผลการเรียนรู้ไปจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวฝ้ายและเทศกาลอาหารพื้นบ้าน (ภาพที่ 3)

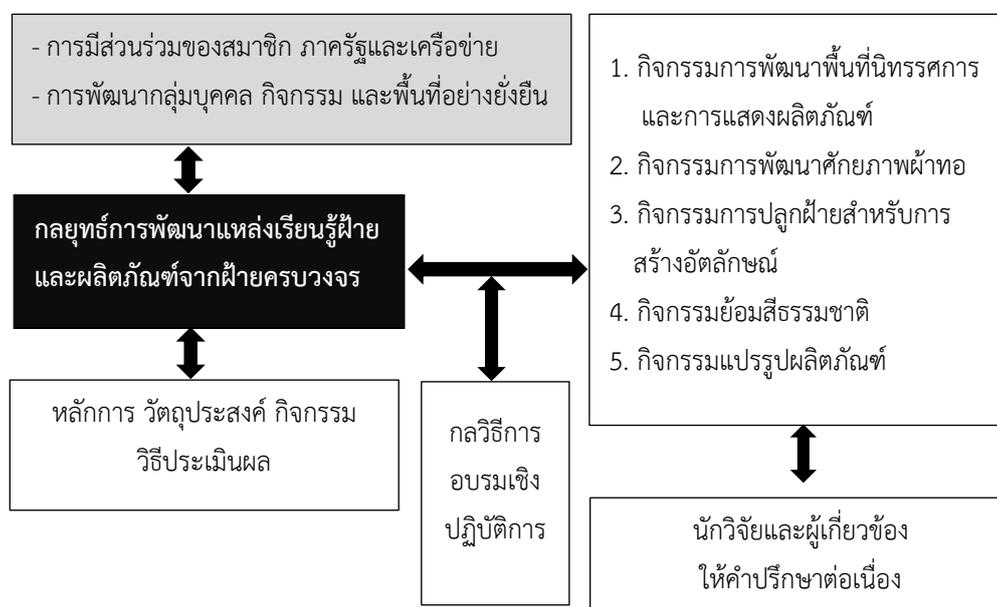
2.4) กิจกรรมย้อมสีธรรมชาติ ใช้กลวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติ มีผู้เข้าร่วมพัฒนาและเรียนรู้จำนวน 8 คน พบว่า ด้านบุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบันทึกและมีทักษะการย้อมสีธรรมชาติเชิงวิทยาศาสตร์ การสร้างกระบวนการค้นหาและแนวทางการเลือกใช้พืชท้องถิ่นมาเป็นวัสดุย้อมร่วมกับพืชอื่น ๆ เช่น การใช้ฝาง ใบสัก ใบมะม่วง ใบยูคาลิปตัส ดอกดาวเรือง มีทักษะการจดบันทึก และสามารถรับรู้สุนทรียภาพจากรูปแบบผ้าและสีใหม่ได้ ด้านกระบวนการย้อมสี พบว่า กลุ่มได้ร่วมกันกำหนดขั้นตอนการย้อมสีได้อย่างเป็นระบบและสื่อสารได้อย่างเป็นระบบ

2.5) กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ ใช้กลวิธีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นบ้าน มีผู้เข้าร่วมพัฒนาและเรียนรู้จำนวน 12 คน ด้านบุคลากร พบว่า ได้คิดสร้างสรรค์และแปรรูปผลิตภัณฑ์หลากหลายด้วยการต่อยอดความรู้ใหม่ ได้ฝึกอธิบายที่มาการคิดและการสร้างสรรค์ได้ ได้ผลิตงานอย่างละเอียดและประณีต ด้านผลงาน พบว่า ด้วยการแปรรูปเป็นกระเป๋า เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ตุ๊กตาการถักเส้นใยฝ้ายเป็นผลิตภัณฑ์ของที่

ระลึก และผ้าทอมีความแปลกใหม่มีหลากหลายรูปแบบและช่วยสร้างทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคเป้าหมายได้ รวมถึงการนำมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี ด้านการสื่อสาร พบว่า กลุ่มได้นำเสนอขั้นตอนการรูปแบบผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 ผลการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าจากผ้าฝ้าย ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากสี่ธรรมชาตินในท้องถิ่น และการนำเส้นฝ้ายมาจัดทำเป็นกลุ่มสำหรับการจำหน่าย



ภาพที่ 5 กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายครบวงจร

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

6.1 บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ ตั้งขึ้นมาในปี พ.ศ.2535 มีภาครัฐเข้าไปหนุนเสริมให้จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยการเข้าไปหนุนเสริมนั้น มีทั้งด้านความรู้ การพัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อใช้ขับเคลื่อนศักยภาพของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ มาจากการมีผู้นำมีศักยภาพติดต่อกับสื่อและการประสานงานกับภาครัฐ ส่งผลทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ กิตติกวินท์ เอี่ยมวิริยาวัฒน์ (2566) ที่กล่าวว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีผู้นำเข้มแข็งและมีศักยภาพ ระบบการบริหารจัดการกลุ่มที่ดีก็จะช่วยให้เข้าถึงการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐได้ กลุ่มมีศักยภาพเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องฝ้ายทุกกระบวนการตั้งแต่การปลูก การแปรรูปเส้นใย และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทำให้กลุ่มมีความเหมาะสมกับการเป็นพื้นที่การเรียนรู้สำหรับกลุ่มทอผ้าอื่นๆ นักเรียนในพื้นที่ นักวิจัย และนักวิชาการเพื่อเข้ามาเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมการเยี่ยมชมจากธรรมชาติ การทอผ้าฝ้าย เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ ตระหนักรู้และชื่นชมถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมที่กลุ่มได้ปฏิบัติสืบต่อกันมา เอนก ชิตเกสร และ พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ (2565) กล่าวว่า ภูมิปัญญาผ้าทอผ้าที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ดำเนินการอยู่นั้นควรยกระดับไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อรักษามรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่อย่างยั่งยืน คนรุ่นหลังได้เข้ามาเรียนรู้วัฒนธรรมการทอผ้า อยากรู้ก็ตีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านศรีเจริญเป็นกลุ่มที่เข้มแข็งด้านการบริหารจัดการทั้งการบริหารงาน การบริหารคน และการบริหารงบประมาณ และยังมีศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและโดดเด่นจากการใช้ฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองปลูกในพื้นที่ต้นน้ำเลย โดยพื้นที่ที่ตั้งมีลักษณะเป็นแอ่งกระทะ มีอากาศบริสุทธิ์ และดินอุดมสมบูรณ์ จึงทำให้การปลูกฝ้าย และการแปรรูปเส้นใยและผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นธรรมชาติที่ตอบสนองผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการจัดการความรู้เพื่อถอดบทเรียนศักยภาพบุคคล ความรู้และประสบการณ์จึงทำให้เข้าใจและสามารถนำมาวางแผนการพัฒนาชุมชนและศักยภาพบุคคลให้สอดคล้องกับนโยบายของจังหวัดเลยที่มีเป้าหมายให้จังหวัดเลยเป็นเมืองแห่งฝ้ายที่มีคุณภาพที่ส่งออกไปต่างประเทศได้ สอดคล้องกับอุมาพร สวัสดิ์ศรี และ สมุขนชาติ เจริญศรี (2558) ที่กล่าวว่า แหล่งเรียนรู้ผ้าทอควรปฏิบัติกิจกรรมจริง ใช้การบรรยายร่วมกับการสาธิตจากวิทยากร เพื่อให้ได้ประสบการณ์ตรงจนเกิดการชื่นชมเห็นคุณค่า และเกิดสุนทรียภาพจากการรับรู้ โดยสามารถนำความรู้ไปพัฒนาเป็นอาชีพได้ในอนาคต

6.2 กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ พบว่า มี 1 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การขับเคลื่อนและการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายครบวงจร ประกอบด้วย 5 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการปลูกฝ้ายสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผ้าทอ กิจกรรมพัฒนาพื้นที่นิทรรศการและแสดงผลผลิตที่ช่วยพัฒนาศักยภาพให้กับกลุ่มนำองค์ความรู้ในตัวบุคคลมาเผยแพร่ สืบสาน สืบทอดและอนุรักษ์รวมถึงการแสดงให้เห็นถึงการมีอัตลักษณ์ฝ้ายและผ้าฝ้ายทอของกลุ่มผ่านการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้ระดับจังหวัด เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมกับการปลูกฝ้าย รูปแบบของฝ้ายมีลักษณะเฉพาะ การใช้ความคิดสร้างสรรค์สร้างเอกลักษณ์ผ้าทอ เช่น การนำมูลช้างที่อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวงมาเป็นวัตถุดิบย้อมเส้นใยเพื่อสร้างจุดเด่น สอดคล้องกับ สุภาพร เพชรรัตน์กุล และคณะ (2564) ที่กล่าวว่า การกำหนดกลยุทธ์ขับเคลื่อนกลุ่มต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจกันวางแผนจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ มีกิจกรรมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับสมาชิก มีกลวิธีการตัดสินใจเฉพาะทางเพื่อทำให้กลยุทธ์นั้นทำหน้าที่เชื่อมโยงการดำเนินงานบริหารจัดการให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ส่วน ไทยโรจน์ พวงมณี, อรทัย จิตไธสง, และ ธนาพูน วงศ์ษา (2566) กล่าวว่า การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมฝ้ายนั้น ต้องร่วมกันกำหนดขึ้นมา โดยมีปัจจัยสำคัญ เช่น ประชาชนท้องถิ่นที่ชำนาญ มีทักษะการเป็นผู้ผลิตและผู้ผลิตผ้าทอมีสำหรับการจำหน่าย ส่วนการดำเนินการให้กลยุทธ์และกิจกรรมสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้อย่างยั่งยืนนั้นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของสมาชิกและเครือข่ายเข้ามาร่วมดำเนินการ สอดคล้องกับ พิชญารักษ์ บัวสระ, ธนภุต ทูริสุทธิ์, และ กฤตติกา แสนโภชน์ (2562) ที่กล่าวว่า หลักการดำเนินกิจกรรมตามกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ (1) มีความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจน (2) ร่วมระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม และ (3) ร่วมสะท้อนและสรุปผลการดำเนินการ

อย่างไรก็ดีกลยุทธ์การขับเคลื่อนและการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ฝ้ายครบวงจร ในส่วนของกลวิธีและกิจกรรมการปลูกฝ้ายสำหรับการสร้างอัตลักษณ์นั้น คณะผู้วิจัยได้ประยุกต์ผสมผสานวิธีการจัดการกิจกรรมการวิจัยตลอดโครงการ โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการปลูก การดูแลรักษา การสร้างองค์ความรู้ การเตรียมเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ เมล็ดพันธุ์สำหรับการปลูกในพื้นที่และการแจกจ่ายกับสมาชิก สอดคล้องกับ ญัฐพงษ์ ศรีใจวงศ์, กรวิก พรนิมิต, และ รุ่งทรัพย์ ราษฎร์นิยม (2565) ที่พบว่า การกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจนจะช่วยให้กลุ่มทอผ้าดำเนินกิจกรรมอย่างมีระบบ เช่น การปลูกฝ้ายพื้นเมืองโดยไม่ใช้สารเคมี การย้อมสีจากพืชท้องถิ่นอย่างเข้าใจ และการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์เชิงหัตถกรรมด้วย เช่นเดียวกับทักษะความชำนาญและความรู้จากการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ไปใช้สื่อสารให้กับผู้ที่เข้ามาเรียนรู้ผ่านนิทรรศการและการทำกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างชัดเจนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของศูนย์การเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายครบวงจร ส่วน พิชญากรณ์ บัวสระ, ธนกฤต ทูริสุทธิ, และ กฤตติกา แสนโกษณ์ (2562); เอนก ชิตเกษตร และ พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ (2565) กล่าวว่า การดำเนินการตามกลยุทธ์ที่ชัดเจนช่วยสร้างการเรียนรู้ การรับรู้และจดจำให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี จากช่างทอที่มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์และมีความประณีต สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ร่วมกันจะช่วยให้กลุ่มทอผ้าได้พัฒนาศักยภาพบุคคลและผลิตภัณฑ์ จนมีทักษะความรู้ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทางที่มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะความชำนาญและมีฝีมือประณีต มีกำลังผลิตเพียงพอและได้สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้นกลยุทธ์การขับเคลื่อนและการพัฒนาที่ได้กำหนดร่วมกันจึงช่วยยกระดับศักยภาพกลุ่มและบุคลากรรวมถึงพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอมือได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ ผู้นำผลการวิจัยไปใช้ในการขับเคลื่อนสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้ต้องฝึกฝนทักษะการบริหารจัดการด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมจากสมาชิกกลุ่ม โดยได้ทำการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อค้นหาประเด็นการพัฒนาให้มีศักยภาพ โดยได้บันทึกองค์ความรู้ใหม่ที่มีการค้นพบสำหรับการจัดกิจกรรมการเผยแพร่ด้วย เช่น ด้านการจัดการพื้นที่ ด้านบุคลากรที่เป็นผู้สื่อสารและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากฝ้าย ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ที่แปลกใหม่ ด้านการประสานงานกับภาครัฐและสถาบันการศึกษาให้เข้ามาเป็นที่ปรึกษาและหนุนเสริมองค์ความรู้ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องและควรจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้มีชีวิตที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถร่วมปฏิบัติการเรียนรู้ได้

7.2 ภาครัฐในพื้นที่ เช่น อำเภอภูหลวง และองค์การบริหารส่วนตำบลเลยวังไสย์ต้องนำกลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัยไปวางแผนกำหนดกิจกรรมหนุนเสริมศักยภาพให้สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ฝ้ายประจำจังหวัดเลยได้อย่างมีมาตรฐาน เช่น กิจกรรมการปลูกฝ้าย การแปรรูปเส้นใยฝ้าย การย้อมสี การทอในระดับสูง โดยสนับสนุนงบประมาณและวิทยากรที่มีความรู้ที่จะพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้มีความทันสมัย รวมถึงขับเคลื่อนให้กลุ่มได้นำเสนอช่องทางสื่อสารแหล่งเรียนรู้ออนไลน์หรือแหล่งเรียนรู้เสมือนจริง

7.3 ด้านหน่วยงานการท่องเที่ยวและหน่วยงานพัฒนาชุมชน นำผลการศึกษาจากกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพไปวางแผนการขับเคลื่อนกลุ่มและบุคลากรให้มีทักษะการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การเป็นผู้สื่อความหมายการท่องเที่ยว การมีทักษะแปรรูปผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อรับประสบการณ์เชิงคุณค่า รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมขับเคลื่อนและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดนิทรรศการ การประกวดแข่งขัน หรือการจัดประชาสัมพันธ์เฉพาะช่วงเทศกาลสำคัญ

8. เอกสารอ้างอิง

- กิตติกวินท์ เอี่ยมวิริยาวัฒน์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในระยะเริ่มต้น. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 10(1), 147-166. <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/jlams/article/view/239>
- ณัฐพงษ์ ศรีใจวงศ์, กรวิก พรนิมิต, และ รุ่งทรัพย์ ราษฎร์นิยม. (2565). การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าที่ค้าหมู่บ้านน้ำหลง อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(1), 39-52. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/assr/article/view/257882>
- ดรณี ทิพย์ปลูก. (2564). การพัฒนากลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองชะอำ. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 12(2), 75-96. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/polscicmujournal/article/view/228116>
- ดาวเดือน อินตะชะ และ สุขน ทิพย์ทิพากร. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำอ้อยสบจาง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. *วารสารศิลปศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 10(2), 32-44. <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam/article/view/5714>
- ไทยโรจน์ พวงมณี, พชรมณ ใจงามดี, และ คชสิทธิ์ เจริญสุข. (2565). การรื้อฟื้นและการพัฒนาการออกแบบผ้าลวดด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ศาลาเฟื่อง อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสาร DEC คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 1(2), 59-96.
- ไทยโรจน์ พวงมณี, อรทัย จิตโรสง, และ ธนาพูน วงศ์ษา. (2566). แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มทอผ้าฝ้ายพื้นเมืองบ้านโพนทอง อำเภอปากชม จังหวัดเลย. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 11(3), 178-190. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/263891>
- นภัทร ทวยจิต, กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ, และ วรากร เกரியไกรศักดิ์ดา. (2559). รูปแบบการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ด้านอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ตำบลวังใหม่ อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 11(2), 1-16. https://li01.tci-thaijo.org/index.php/PRRJ_Scitech/article/view/48853
- พิชญากรณ์ บัวสระ, ธนกฤต ทูริสุทธิ์, และ กฤตติกา แสนโภชน. (2562). ยุทธศาสตร์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของกลุ่มทอผ้าจังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม*, 6(10), 5259-5271. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/225058>
- วสันต์ จันทร์โอภาส และ นิตยา วงศ์ยศ. (2562). การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลผาบ่อง อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 12(1), 30-38. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/social_cruru/article/view/186265
- ศราวจุ ปิจนันท์ และ สุภาณี เส็งศรี. (2565). แหล่งเรียนรู้ผ้าใยกล้วยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนป่าไม้ อุทิศ 4. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร*, 5(1), 238-258. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/ivebjournal/article/view/252173>
- สำนักงานจังหวัดเลย. (2566). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2566, จาก https://ww2.loei.go.th/news_strategy

- สุภาพร เพชรรัตน์กุล, ชัชวาล แสงทองล้วน, กาญจนา พันธุ์เอี่ยม, และ อธิษฐ์ สิริวิศรา. (2564). แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 8(2), 717-738. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rdirmu/article/view/256525>
- สุรดา แก้วศรีหา และ เอกราช โฆษิตพิมานเวช. (2565). การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในชุมชนบนฐานของทุนวัฒนธรรมเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น. *วารสารมณีเชษฐาราม วัดจอมมณี*, 5(2), 237-251. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMCR/article/view/1925>
- อุมาพร สวัสดิ์ศรี และ สุนนชาติ เจริญครบุรี. (2558). ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง การย้อมสีผ้าฝ้ายด้วยสีธรรมชาติ โดยใช้แหล่งเรียนรู้ในชุมชนกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. *วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 9(2), 210-218. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDGKKUJ/article/view/51542>
- เอนก ชิตเกสร และ พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ. (2565). การสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วย และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย อำเภอบัว จังหวัดน่าน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 41(4), 141-153.

ความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษา

ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ

KNOWLEDGE, PERCEPTION, AND AWARENESS OF EDUCATION QUALITY

ASSURANCE OF PERSONNEL, FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

AND SERVICE INDUSTRY

ปาริฉัตร บุญมา^{1*} และ ทิชากกร เกษรบัว²

Parichat Bunma^{1*} and Thichakorn Kasornbua²

(Received: January 23, 2024; Revised: June 10, 2024; Accepted: June 28, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ และการตระหนักถึงความสำคัญของระบบการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ ประชากรแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการ 23 คน และบุคลากรสายสนับสนุน 17 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสายวิชาการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 46-55 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาเอก ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 5-10 ปีขึ้นไป ตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย บทบาทเป็นอาจารย์ผู้สอน สายสนับสนุนวิชาการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 46-55 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 5-10 ปี ด้านความรู้ความเข้าใจต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษาพบว่า บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่อระบบการประกันคุณภาพระดับมาก ด้านการตระหนักถึงความสำคัญของระบบการประกันคุณภาพการศึกษาพบว่า บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษาในระดับมากที่สุด เมื่อทำการเปรียบเทียบการตระหนักถึงความสำคัญต่อระบบการประกันคุณภาพ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และประเภทตำแหน่งของสายวิชาการ และเพศ ประเภทตำแหน่งงานของสายสนับสนุนตระหนักต่อระบบการประกันคุณภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น ควรเน้นการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาให้กับพนักงานในทุกประเภทตำแหน่งงานอย่างทั่วถึง

คำสำคัญ: ความรู้ ความเข้าใจ ประกันคุณภาพ การตระหนัก

¹ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Plan and Policy Analyst, Faculty of Business and Industrial Service Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

² อาจารย์ประจำภาควิชา คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Lecturer, Faculty of Business and Industrial Service Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding author, e-mail : parichat.b@bas.kmutnb.ac.th

Abstract

This research aimed to study the knowledge, perception, and awareness of the educational quality assurance system among personnel of the Faculty of Business Administration and Service Industry. The research population was divided into two groups: 23 academic staff and 17 support staff. A questionnaire was used as the research instrument. The statistics for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA. The results indicated that most academic staff respondents were female, aged 46-55 years, held doctoral degrees, were assistant professors, had 5-10 years or more of work experience, and were university employees serving as lecturers. In terms of the academic support staff, most of whom were female, aged 46-55 years, held bachelor's degrees, were university employees, and had 5-10 years or more of work experience. The results also showed that most academic and support staff had a high level of the knowledge and perception regarding the educational quality assurance system. For the awareness of the educational quality assurance system, the findings showed that both academic and support staff attached the highest level of significance to the system. When comparing the awareness of the system significance among the two groups, it revealed that academic staff with different genders, education levels, and job types and support ones with different genders and job types had different levels of their awareness, statistically significant at the 0.05 level. Thus, participation in the educational quality assurance should be emphasized for employees in all positions or job types.

Keywords: Knowledge, Understanding, Quality Assurance, Awareness

1. บทนำ

ความท้าทายของการอุดมศึกษาของประเทศไทยมีมากมายหลายด้าน ตั้งแต่ความท้าทายในระดับโลกในด้านของคุณภาพการการศึกษาของการอุดมศึกษาไทยที่ไม่สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติ ซึ่งพิจารณาได้จากการจัดอันดับของมหาวิทยาลัยโลกในหลายสถาบัน ประกอบกับในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญ ยิ่งทำให้การเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษายังมีความท้าทาย นอกจากนี้การได้รับผลกระทบจากจำนวนนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ลดลงเนื่องจากนักศึกษาสนใจที่จะเข้าศึกษาในอุดมศึกษาน้อยลง และอีกส่วนหนึ่งมาจากอัตราการเกิดของเด็กไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง (ทง ทงภูเบศร์ และคณะ, 2562) ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่สามารถตอบโจทย์ของตลาดแรงงานหรือผู้ใช้บัณฑิตจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายการอุดมศึกษาของประเทศ ตัวชี้วัดหนึ่งที่ใช้วัดมาตรฐานการศึกษาคือการประกันคุณภาพการศึกษา

การประกันคุณภาพการศึกษา เป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา เพราะเป็นการสร้างความมั่นใจในคุณภาพ และมาตรฐาน ของสถานศึกษา ดังนั้นสถานศึกษาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาให้ทันต่อกระแสของความเปลี่ยนแปลงโดยเน้นที่การสร้างบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถสูงสุดเพื่อสามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพให้กับสังคมและประเทศชาติ ระบบการประกันคุณภาพการศึกษา เป็นระบบการพัฒนากระบวนการจัดการศึกษา และการพัฒนาบุคลากรที่สำคัญที่จะทำให้บุคลากรในทุกสายงานมีความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการกระจายบทบาทการจัดการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการให้แก่สถานศึกษารับผิดชอบและพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้เป็นที่เชื่อมั่นและยอมรับของผู้เรียน และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2554) ในการประกันและพัฒนาคุณภาพการศึกษาในระดับคณะและสถาบัน

อยู่บนพื้นฐานแนวคิดที่ต้องการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดคุณภาพการศึกษาตามบริบทของสถาบัน โดยที่คำนึงถึงความต้องการของสังคมและประเทศ การประกันคุณภาพระดับคณะและสถาบันตามแนวทางของระบบ CUPT-QA ดังต่อไปนี้

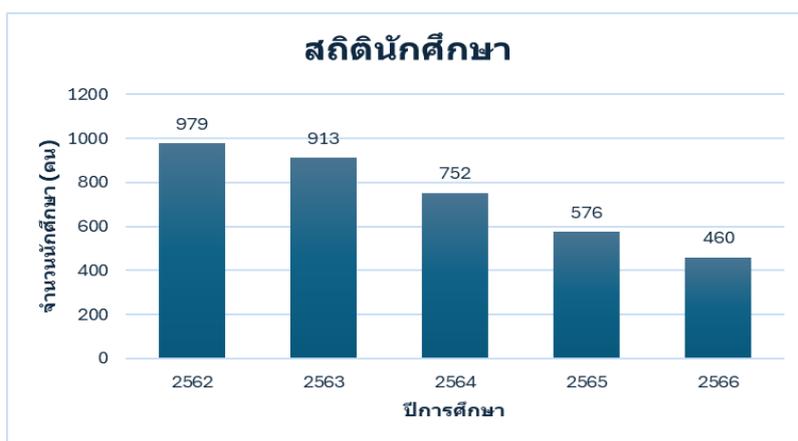
1. องค์ประกอบรายงานประกันคุณภาพระดับคณะและสถาบัน

1) โครงร่างองค์กร (Organizational Profile, OP) เป็นบริบทของคณะ/สถาบัน เพื่อให้ทั้งผู้บริหารบุคลากร และผู้ตรวจประเมินมีความเข้าใจที่ตรงกันเกี่ยวกับบริบทที่สำคัญของคณะ/สถาบันรวมทั้งเอกลักษณ์ของคณะ/สถาบัน และอัตลักษณ์ของนิสิต/นักศึกษาที่กำหนดไว้ เพื่อเป็นหลักในการดำเนินการซึ่งสามารถสะท้อนได้ในตัวบ่งชี้หลัก และเพื่อเป็นหลักในการคัดเลือกตัวบ่งชี้ตามบริบทของสถาบัน (Selective indicator)

2) ตัวบ่งชี้หลัก (Core indicators) ของระดับคณะและสถาบัน มุ่งเน้นบูรณาการของตัววัดของ สมศ. สกอ. AUN-QA, EdPEx และ Internationalization indicators โดยทำให้วิธีการวัดเป็นไปในแบบเดียวกัน เพื่อลดความสับสนในการทำงาน และเป็นวิธีการวัดที่สามารถสะท้อนถึงคุณภาพของคณะ/สถาบัน สำหรับตัวบ่งชี้หลักในคู่มือฉบับนี้ มีจำนวน 13 ตัวบ่งชี้หลักที่พัฒนามาจากตัวบ่งชี้ระดับคณะ/สถาบันของคู่มือฉบับปีการศึกษา 2557

3) ตัวบ่งชี้เลือก (Selective indicators) เป็นตัวบ่งชี้ที่สถาบันเลือกดำเนินการเพิ่มเติมตามบริบทของสถาบัน โดยให้สถาบันกำหนดและดำเนินการเองตามความสำคัญหรือความท้าทายต่อสถาบันนั้นๆ ทั้งนี้ ตัวบ่งชี้เลือกในคู่มือฉบับนี้ มีจำนวน 3 ตัวบ่งชี้ โดยเป็นตัวบ่งชี้ที่พัฒนาต่อเนื่องมาจากตัวบ่งชี้เลือกของสถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่เลือกใช้ร่วมกันในปี การศึกษา 2557 ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยที่ใช้ระบบ CUPT-QA สามารถใช้ตัวบ่งชี้เลือกในคู่มือ หรือกำหนดตัวบ่งชี้เลือกขึ้นเองตามบริบทของมหาวิทยาลัย และประกาศใช้ตัวบ่งชี้เลือกตามบริบทอย่างเป็นทางการตามขั้นตอนของแต่ละมหาวิทยาลัย (ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย, 2558)

คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้ยึดถือแนวทางการดำเนินการด้านการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นภารกิจหลักของคณะ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ และเกิดการพัฒนาด้านคุณภาพการศึกษาอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าคณะจะได้รับผลกระทบจากจำนวนนักศึกษาที่ปรับลดลง จากปีการศึกษา 2562 ที่มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 979 คน เหลือเพียง 460 คน ในปีการศึกษา 2566 ดังภาพที่ 1

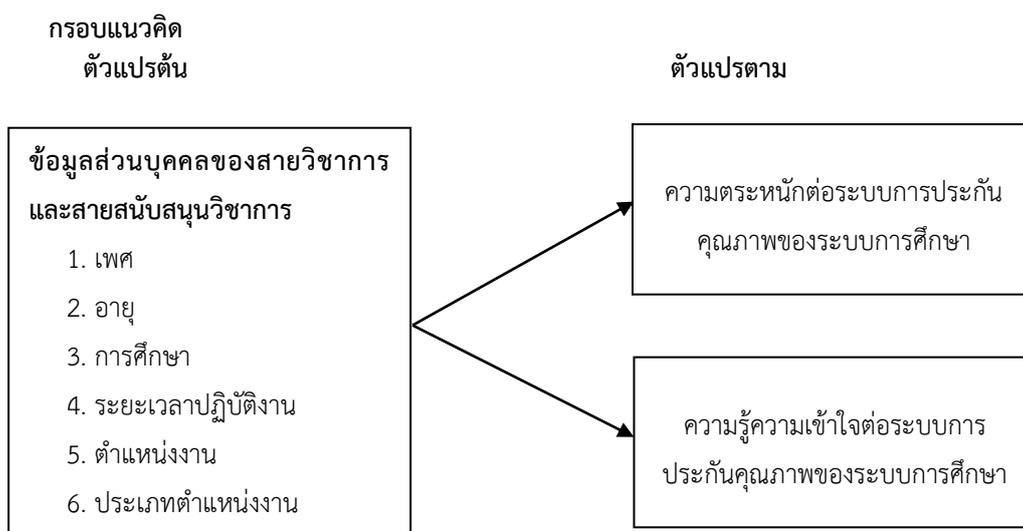


ภาพที่ 1 สถิตินักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ
(ที่มา : กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2567)

คณะฯ มีการเข้ารับการประเมินคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาในระดับอุดมศึกษาตามระบบประเมิน CUPT-QA มีการประเมินตามตัวบ่งชี้หลักและตัวบ่งชี้เลือก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงผลการดำเนินงานต่าง ๆ ตามบริบท และจุดอ่อน จุดแข็ง ของคณะ จากการเข้ารับการประเมินคุณภาพการศึกษาในทุกปีการศึกษาที่ผ่านมาทำให้มองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมน้อยของบุคลากร จึงเป็นแนวทางสู่การศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ เพื่อต้องการทราบระดับความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักของบุคลากรต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษาว่าอยู่ในระดับใด และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รวมถึงส่งเสริมการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้บุคลากรได้เห็นถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษา ที่จะส่งผลในการพัฒนาคณะ พัฒนาบุคลากรให้ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพราะการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นการสร้างความมั่นใจในคุณภาพ และมาตรฐานของคณะ ส่งผลต่อการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพแก่สังคมและประเทศชาติ เมื่อบุคลากรได้รับความรู้ และได้รับความเข้าใจ และตระหนักต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษามากขึ้น จะนำมาถึงการมีส่วนร่วมในการที่จะนำความรู้ และข้อมูลมาช่วยในการสนับสนุนให้การประกันคุณภาพการศึกษามีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากร และเพื่อศึกษาการตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ ผลการวิจัยจะทำให้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจ ระดับการตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ และนำเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ
2. เพื่อศึกษาการตระหนักต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรต่อการตระหนักถึงความสำคัญต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษา



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

สำหรับการวิจัยเรื่องความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักรู้ต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษา ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มีแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยดังนี้

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ความรู้ความเข้าใจ เป็นสิ่งที่มีการสั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติการและทักษะ หรือเป็นสิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือการปฏิบัติ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ความรู้เกิดจากกระบวนการภายในของบุคคล อันเกิดจากการรับรู้หรือเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ แล้วสามารถจดจำ ระลึกได้ และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการนำเอาสิ่งที่จดจำ สิ่งที่เป็นประสบการณ์มาใช้สามารถวัด และถ่ายทอดสู่คนอื่นได้ (สุชาติ ณรงค์ชัย, 2563) การสร้างความรู้ความเข้าใจเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จและประสิทธิภาพ ซึ่งความรู้ความเข้าใจเป็นจิตวิทยาพื้นฐานว่า มนุษย์จะเกิดการเรียนรู้ และเกิดพฤติกรรมทางปัญญา โดย Bloom et al. (1956) ได้อธิบายถึงระดับความรู้ความสามารถทางด้านสติปัญญา (Cognitive domain) โดยจำแนกเป็น 6 ระดับ ประกอบด้วย 1) การจดจำ (Remembering) เป็นการให้ความจำเพื่อสร้างหรือค้นหานิยามข้อเท็จจริง หรือทบทวนข้อมูลที่เรียนมาก่อนหน้านี้ จะสามารถตอบได้ว่าสิ่งที่ได้เรียนคือสิ่งใด เกิดจากการจดจำ 2) การทำความเข้าใจ (Understanding) คือ การสร้างเข้าใจจากสิ่งที่ได้เรียนรู้มาสามารถจำแนก สรุป สามารถนำเสนอและอธิบายตามความเข้าใจของตนเอง 3) การประยุกต์ใช้ (Applying) คือ การที่ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้เรียนมามาประมวลผลเพื่อนำไปปฏิบัติ และใช้ในการแก้ไขปัญหาได้ 4) การวิเคราะห์ (Analyzing) คือ ความสามารถที่จะแยกแยะข้อมูล ผู้เรียนสามารถนำมาคิดอย่างลึกซึ้ง จนกระทั่งหาความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงและเหตุผลได้ 5) การประเมิน (Evaluating) เป็นการที่ผู้เรียนสามารถตั้งเกณฑ์การตัดสิน เปรียบเทียบคุณภาพ สามารถไตร่ตรองคุณค่าของข้อมูลนั้นได้ และ 6) การสร้างสรรค์ (Creating) เรียบเรียงให้เกิดรูปแบบหรือโครงสร้างผ่านการสร้าง วางแผน ผลิต โดยเป็นการนำความรู้ที่ได้รับมาทำการเชื่อมโยงได้อย่างสมบูรณ์ สำหรับความรู้ความเข้าใจเป็นคำที่มักจะใช้ควบคู่กัน จึงเป็นการสร้างความเข้าใจจากสิ่งที่ได้มีการเรียนรู้ สามารถที่จะนำเสนอหรืออธิบายตามความเข้าใจของตนเองได้

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตระหนักรู้

Bloom, Hastings, and Madaus (1971) กล่าวว่า การตระหนักรู้คือ ความรู้ลึกใ้ใคร่ครวญ ว่ามีความจำเป็นต้องเห็นด้วย ต้องทำ หรือเห็นด้วยคล้อยตามจนแสดงออกมาเป็นการปฏิบัติ เป็นขั้นเป็นตอน ความตระหนักรู้มีลักษณะคล้ายกับความรู้ แต่ลักษณะของการตระหนักรู้จะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าทำให้เกิดขึ้น ความตระหนักรู้ถือเป็นขั้นพื้นฐานของความรู้ เมื่อมนุษย์มีความตระหนักรู้ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้วจะทำให้เกิดความสนใจ ใส่ใจ และมีการตอบสนองต่อสิ่งเรานั้น งานวิจัยในอดีตพบว่า กระบวนการเกิดความรู้มาจากระบวนการทางปัญญา (Cognitive process) โดยเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าหรือสัมผัสจากสิ่งเร้าหรือประสบการณ์จะเกิดการรับรู้ จากนั้นจะเกิดความเข้าใจในสิ่งเร้านั้นเกิดเป็นความคิดรวบยอด และทำให้มีความรู้ (Knowledge) และเมื่อมีความรู้จะเกิดการตระหนักรู้ ทั้งความรู้และการตระหนักรู้ที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่การกระทำ (Action) หรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคลต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น (ดวงกมล สุวรรณล้วน, 2562; สุทธิพันธุ์ ขวลิตเลขา, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับ Good (1973) ได้อธิบายถึงกระบวนการเกิดความรู้ที่เริ่มต้นจากการสัมผัส การรับรู้ ความคิดรวบยอด การเรียนรู้/ความรู้ ความตระหนักรู้ และนำไปสู่พฤติกรรม ดังนั้นการตระหนักรู้จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า ทำให้เกิดการรับรู้ เรียนรู้ และสุดท้ายจะแสดงออกมาในลักษณะของพฤติกรรมหรือการกระทำ

3.3 การประกันคุณภาพการศึกษา

การประกันคุณภาพการศึกษา คือ การประเมินผลและการติดตามตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาแต่ละระดับและประเภทการศึกษา โดยมีกลไกในการควบคุมตรวจสอบระบบการบริหารคุณภาพการศึกษาที่จัดขึ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาและสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสาธารณชนว่าสถานศึกษานั้นสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา และบรรลุเป้าประสงค์ของหน่วยงานต้นสังกัดหรือหน่วยงานที่กำกับดูแล (กระทรวงศึกษาธิการ, 2561) สำหรับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา การประกันคุณภาพการศึกษา เป็นระบบและกลไกในการกำกับการบริหารคุณภาพการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อควบคุมการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการอุดมศึกษา และตามพันธกิจหลักและยุทธศาสตร์ของสถาบันที่สอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา รวมถึงการจัดให้มีการติดตามตรวจสอบ การประเมินคุณภาพภายในและภายนอกตลอดจนการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการศึกษอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เรียนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและสาธารณชน (คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา, 2564) ซึ่งสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาต้องมีการจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตร คณะและสถาบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้พิจารณาใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพการศึกษาที่ครอบคลุมทั้งระดับหลักสูตร คณะ และสถาบัน โดยใช้ Council of University Presidents Quality Assurance หรือ CUPT QA สำหรับคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ ใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตรคือ เกณฑ์ ASEAN University Network – Quality Assurance (AUN-QA) ซึ่งเป็นเกณฑ์ระดับสากลที่สามารถประยุกต์ได้กับทุกสาขาวิชา มีสาระสำคัญเน้นการพัฒนาไปสู่ Expected Learning Outcome (ELO) สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ส่งผลให้คนมีวิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรผลิตบัณฑิตที่มี competence เหมาะสมกับภาวะการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต นักศึกษาและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ซึ่งเป็นการตอบโจทย์คุณภาพ การศึกษาโดยตรง และในการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับคณะ ใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน Council of the University Presidents Quality Assurance (CUPT QA) ที่ ถูกพัฒนาโดย ทปอ. โดยการประเมินมีทั้งเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยมีดำเนินการตามองค์ประกอบต่อไปนี้คือ โครงร่างองค์กร (Organizational Profile, OP) ตามแนวทาง EdPEx และ ตัวบ่งชี้หลัก 13 ตัวบ่งชี้ และตัวบ่งชี้เลือก 3 ตัวบ่งชี้

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันคุณภาพการศึกษา

เพ็ญศรี จังธนาเจริญเลิศ และ ภัชญา ธงศิลา (2554) ได้ทำการศึกษา ความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของบุคลากร ต่อการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษา วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สระบุรี ผลการวิจัยพบว่าบุคลากรมีคะแนนเฉลี่ยโดยรวมของความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วม ประกันคุณภาพการศึกษาอยู่ในระดับสูง ระดับคะแนนเฉลี่ยของความรู้ ความเข้าใจการประกันคุณภาพ การศึกษาของบุคลากรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขึ้นอยู่กับอายุ และตำแหน่ง งานตามสายบังคับบัญชา คะแนนเฉลี่ยความรู้ ความเข้าใจในช่วงอายุระหว่าง 40 – 49 ปี สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตำแหน่งอาจารย์ระดับ ปฏิบัติการมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าตำแหน่งเจ้าหน้าที่สายสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่พบว่าระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรมีผลต่อความแตกต่างของคะแนน ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา รวมทั้งไม่พบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมการ ประกันคุณภาพการศึกษาระหว่างกลุ่มบุคลากรที่มีอายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน และตำแหน่งตามสายบังคับบัญชาที่ต่างกัน

นวรรตน์ เงามานาม และ อรกัญญา เป้าจรรยา (2560) ได้ศึกษา การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำรายงาน การประเมินตนเองและหลักสูตรของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาที่สำคัญ 5 อันดับแรก ของการได้รับความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) การไม่มีส่วนร่วมของบุคลากรในหลักสูตร ทำให้ขาดขวัญกำลังใจ ไม่มีความภาคภูมิใจในงานที่เข้าใจและไม่เต็มใจทำ (2) ขาดกระบวนการทำงานเป็นทีม (3) ขาดความรู้และความตระหนักถึง ความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษา (4) ขาดความสอดคล้องสัมพันธ์กันของกระบวนการต่าง ๆ และ (5) ขาดกระบวนการทบทวนบทเรียนในอดีต ไม่มีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดความผิดพลาด/ เกิดปัญหา ซ้ำเดิม (6) การปรับเปลี่ยนเกณฑ์การประเมินบ่อยครั้ง (7) ตัวชี้วัดมีผู้รับผิดชอบมากกว่า 1 คน ทำให้มีปัญหาด้านการประสาน ข้อมูล และ (8) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศไม่รองรับการจัดทำประกันคุณภาพ

บุรพร กำบุญ และ กลมชนก โฆษิตคณิน (2560) ได้ทำการศึกษา การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของ บุคลากรทางการศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัญหาอุปสรรคที่พบจากการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพ การศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัญหาด้านบุคลากร คือ บุคลากรยังไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาเนื่องจากไม่อยากทุ่มเทการทำงานให้การประกันคุณภาพอย่างเต็มที่เพราะมีภาระงานมาก ไม่เข้าใจตัวบ่งชี้และเกณฑ์เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยและขาดทักษะในการทำงานเป็นทีม ผลการเปรียบเทียบ อุปสรรคจากการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา พบว่า ปัญหาอุปสรรคการประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัย การศึกษาระดับสูงแตกต่างกับบุคลากรสายสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พรรณี คอนจจอหอ และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยสู่ความสำเร็จของระบบและกลไกการประกันคุณภาพ การศึกษาภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ (1) นโยบาย และการถ่ายทอดนโยบายของผู้บริหารระดับสูง (2) กระบวนการกำกับและติดตาม (3) ภาวะความเป็นผู้นำของส่วนงาน ที่เกี่ยวข้อง (4) ความเชี่ยวชาญและความเป็นมืออาชีพของสายสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง (5) การตรวจประกันคุณภาพ การศึกษาผ่านระบบสารสนเทศที่สามารถประมวลผลและเชื่อมโยงกับระบบฐานข้อมูล (6) เครือข่ายการสื่อสารและ ความร่วมมือผ่านระบบออนไลน์ของผู้ประสานงานจากส่วนกลางกับผู้เกี่ยวข้องทุกระดับ 2) ผลการดำเนินงานการตรวจ ประกันคุณภาพการศึกษาภายในทั้งสามระดับมีพัฒนาการดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง 3 ปี

ปาริชาติ บัวเจริญ และ ประภัสสร สมสาน (2565) ได้กล่าวถึง แนวทางการประกันคุณภาพการศึกษาระดับ หลักสูตร กล่าวคือ การประกันคุณภาพการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ได้กำหนดให้มีการประกันคุณภาพการศึกษาระดับ หลักสูตร ซึ่งหลักสูตรเป็นแกนสำคัญเพื่อวางแผนแนวทางการจัดการศึกษา กำหนดทิศทางของการศึกษาที่จะให้ความรู้ การเสริมสร้างเจตคติ ตลอดจนการฝึกฝนในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ หลักสูตรเป็นหัวใจ ของการจัดการเรียนการสอน ทำให้การศึกษาดำเนินไปสู่เป้าหมายที่วางไว้และส่งผลทำให้การศึกษามีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพ การพัฒนาหลักสูตรที่ดีต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสังคม มีความหมายต่อชีวิตของผู้เรียน ยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสม และสร้างขึ้นด้วยความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้หลักสูตรมีคุณภาพ ในกระบวนการพัฒนาหลักสูตรการกำหนดจุดมุ่งหมายจะบอกถึงความมุ่งหวังว่าจะพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะและ มีความรู้ความสามารถ ทักษะ และเจตคติ ซึ่งเป็นแนวทางในการกำหนดเนื้อหาสาระ กิจกรรมการเรียนการสอนและ ประสบการณ์การเรียนรู้รวมทั้งการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน

จารุวัฒน์ ทองชูใจ, หยกแก้ว กมลวรรณ, และ สุกัญญา รุจิเมธธา (2565) ได้ศึกษา การพัฒนาระบบการประกัน คุณภาพการศึกษาแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาศูนย์การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหา

คือ ครูและบุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามระบบการประกันคุณภาพการศึกษา ดังนั้นการพัฒนาประกันคุณภาพการศึกษาแบบมีส่วนร่วมมีดังนี้ (1) การมีส่วนร่วมในการวางแผน (2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (3) การมีส่วนร่วมในการตรวจสอบ และ (4) การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้สถานศึกษามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

วิชญ์ โชโต และ สุภาภรณ์ บุญเจริญ (2565) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการประกันคุณภาพการศึกษาภายในกับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตร คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการประกันคุณภาพการศึกษา การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมจำแนกตามสายงานและประสบการณ์การทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อเสนอแนะการวิจัยหน่วยงานควรมีการพัฒนาความรู้ความเข้าใจสำหรับบุคลากร หน่วยงานควรให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษามากขึ้น ทั้งในด้านหลักสูตร ด้านบัณฑิต ด้านนักศึกษา ด้านอาจารย์ และด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

รุ่งเรือง สิทธิจันทร์ (2560) ได้ศึกษา การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการประกันคุณภาพการศึกษาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมจำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการทำงานทางด้านประกันคุณภาพ ไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สำนักวิทยบริการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงานทุก ๆ ด้านเท่าเทียมกัน มุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมแบบบูรณาการ ดึงค่านิยมด้านการยึดถือการเรียนรู้สู่ทีมคุณภาพ มีความตระหนักว่าการดำเนินงานประกันคุณภาพเป็นหน้าที่ของทุกคน

อาภากร ประจันตะเสน (2567) ได้ศึกษา ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติของนักวิชาการศึกษาเกี่ยวกับการประกันคุณภาพตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ ผลการศึกษา พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันคุณภาพตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ (EdPEX) มีค่าเฉลี่ยความรู้อยู่ในระดับน้อย ระดับทัศนคติเกี่ยวกับการประกันคุณภาพตามเกณฑ์การศึกษาเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศอยู่ในระดับมาก และความรู้ความเข้าใจของนักวิชาการไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

4. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการ จำนวน 23 คน และบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 17 คน ที่สังกัดคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี

2. การสร้างและพัฒนาคุณภาพเครื่องมือ

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทตำแหน่ง ส่วนงานที่สังกัด ข้อคำถามเป็นแบบเลือกรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 การวัดความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพ ประกอบด้วยข้อคำถามแบบเลือกตอบ 2 ข้อ “ใช่” กับ “ไม่ใช่” จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 การตระหนักถึงความสำคัญของระบบการประกันคุณภาพ ข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) เริ่มตั้งแต่ 5 เห็นด้วยมากที่สุด ไปจนถึง 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.2 การทดสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตามเทคนิค (Index of Item Objective Congruence: IOC) (Ravinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00 และทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นค่า (Reliability) โดยวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) ตามวิธีการของ Cronbach (1990) ทำการทดสอบกับบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากร จำนวน 30 ตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.809 ผลของการทดสอบเครื่องมือเป็นไปตามเกณฑ์คุณภาพของเครื่องมือสามารถนำเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรได้

3. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามประชากร ทั้งสายวิชาการ และสายสนับสนุนเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ การตระหนักต่อระบบการประกันคุณภาพ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับระบบการประกันคุณภาพของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผล

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของประชากร การวัดความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพ และการตระหนักถึงความสำคัญของระบบประกันคุณภาพ

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ t-test การวิเคราะห์ ANOVA โดยใช้ F-test (One-way ANOVA) เพื่อทำการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลกับการตระหนักถึงความสำคัญต่อการประกันคุณภาพการศึกษา

4.3 การรายงานผล นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาทำการสรุปประเด็นและเขียนเป็นรายงานผลการวิจัย

5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 กลุ่มประชากร ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้

บุคลากรสายวิชาการ

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากร

ประชากรสายวิชาการจำนวน 23 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.52 อายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.83 จบการศึกษาระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 82.61 ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ คิดเป็นร้อยละ 52.17 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 5 – 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47.83 ตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 86.96 ส่วนใหญ่มีบทบาทเป็นอาจารย์ผู้สอน คิดเป็นร้อยละ 52.78

2. ระดับความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ

ตารางที่ 1 ระดับความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ

ระดับคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
0 - 5 (ความรู้ความเข้าใจระดับน้อย)	0	0
6 - 13 (ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง)	1	4.35
14 - 20 (ความรู้ความเข้าใจระดับมาก)	22	95.65
รวม	23	100

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรสายวิชาการมีระดับความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมา มีความรู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 4.35

3. การตระหนักถึงความสำคัญจากระบบการประกันคุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ

ตารางที่ 2 การตระหนักถึงความสำคัญจากระบบการประกันคุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ

การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพ	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
1. งานที่บุคลากรสายวิชาการรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้การประกันคุณภาพการศึกษาของคณะฯ บรรลุผลสำเร็จ	4.74	0.61	มากที่สุด
2. การปฏิบัติงานครบถ้วนทุกขั้นตอนตามที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานของการประกันคุณภาพการศึกษา	4.52	0.50	มากที่สุด
3. การตรวจและการติดตามการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่เป็นภาระกับงานประจำ	4.22	0.98	มากที่สุด
4. การปรับแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับการแนะนำจากการตรวจติดตามประกันคุณภาพของคณะฯ เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกคนในหน่วยงาน	4.78	0.51	มากที่สุด
5. การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีประสิทธิผลจะต้องเริ่มจากตัวของบุคลากรเองก่อน	4.78	0.51	มากที่สุด
6. บุคลากรสายวิชาการจะมีการตรวจสอบ หรือทบทวนผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อนำมาปรับปรุงงานให้ดีขึ้น ตามหลักการประกันคุณภาพ	4.52	0.65	มากที่สุด
7. เมื่อมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการประกันคุณภาพการศึกษาบุคลากรสายวิชาการจะเข้าร่วมทุกครั้ง	4.48	0.71	มากที่สุด
8. นโยบายด้านการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติจริง	4.57	0.77	มากที่สุด
9. การมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น	4.61	0.65	มากที่สุด
10. การพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษาให้กับคณะฯ	4.87	0.45	มากที่สุด
รวม	4.60	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า บุคลากรสายวิชาการมีการตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลำดับความสำคัญที่บุคลากรสายวิชาการให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการคิดว่าการพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษา

4. การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลกับการตระหนักถึงความสำคัญต่อการประกันคุณภาพการศึกษา

4.1 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านเพศ พบว่า บุคลากรสายวิชาการที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องงานที่รับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้การประกันคุณภาพของคณะฯ ให้บรรลุผลสำเร็จ และระบบการประกันคุณภาพการศึกษาจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น โดยเพศชายให้ความสำคัญมากกว่าเพศหญิง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านเพศ

การตระหนัก	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. งานที่บุคลากรสายวิชาการรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้การประกันคุณภาพการศึกษาของคณะฯ บรรลุผลสำเร็จ	4.90	0.32	4.62	0.77	1.21	0.02*
2. การปฏิบัติงานครบถ้วนทุกขั้นตอนตามที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานของการประกันคุณภาพการศึกษา	4.60	0.52	4.46	0.52	0.64	0.59
3. การตรวจและการติดตามการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่เป็นภาระกับงานประจำ	4.40	1.07	4.08	0.95	0.76	0.62
4. การปรับแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับการแนะนำจากการตรวจติดตามประกันคุณภาพของคณะฯ เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกคนในหน่วยงาน	4.70	0.48	4.85	0.55	-0.66	0.40
5. การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีประสิทธิผลจะต้องเริ่มจากตัวของบุคลากรเองก่อน	4.70	0.67	4.62	0.77	0.28	0.56
6. บุคลากรสายวิชาการจะมีการตรวจสอบ หรือทบทวนผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อนำมาปรับปรุงงานให้ดีขึ้น ตามหลักการประกันคุณภาพ	4.60	0.52	4.46	0.78	0.49	0.13
7. เมื่อมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการประกันคุณภาพการศึกษา บุคลากรสายวิชาการจะเข้าร่วมทุกครั้ง	4.60	0.70	4.38	0.77	0.69	0.50
8. นโยบายด้านการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติจริง	4.50	0.97	4.62	0.65	-0.34	0.42
9. การมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น	4.80	0.42	4.46	0.78	1.34	0.02*
10. การพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษาให้กับคณะฯ	4.90	0.32	4.85	0.55	0.27	0.53

4.2 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านอายุ พบว่า บุคลากรสายวิชาการที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพไม่แตกต่างกัน

4.3 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านระดับการศึกษา พบว่า บุคลากรสายวิชาการที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องการปรับแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับการแนะนำจากการตรวจติดตามประกันคุณภาพ

เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกคน การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีประสิทธิผลจะเริ่มจากตนเองก่อน และการพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประกันคุณภาพการศึกษาให้กับคณะฯ โดยบุคลากรสายวิชาการระดับปริญญาเอกให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาโท ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านระดับการศึกษา

การตระหนัก	ปริญญาโท		ปริญญาเอก		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. งานที่บุคลากรสายวิชาการรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้ การประกันคุณภาพการศึกษาของคณะฯ บรรลุผลสำเร็จ	4.50	1.00	4.80	0.54	-0.56	0.10
2. การปฏิบัติงานครบถ้วนทุกขั้นตอนตามที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานของ การประกันคุณภาพการศึกษา	4.50	0.58	4.53	0.51	-0.92	0.92
3. การตรวจและการติดตามการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นเครื่องมือ หนึ่งในการพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่เป็นภาระกับงานประจำ	4.00	0.82	4.26	1.05	-0.47	0.27
4. การปรับแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับการแนะนำจากการตรวจติดตาม ประกันคุณภาพของคณะฯ เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกคนใน หน่วยงาน	4.25	0.96	4.89	0.32	-1.33	0.00*
5. การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีประสิทธิผลจะต้องเริ่มจากตัวของ บุคลากรเองก่อน	4.00	1.15	4.79	0.54	-2.17	0.00*
6. บุคลากรสายวิชาการจะมีการตรวจสอบ หรือทบทวนผลการดำเนินงาน ที่ผ่านมาก่อนนำมาปรับปรุงงานให้ดีขึ้น ตามหลักการประกันคุณภาพ	4.25	0.96	4.58	0.61	-0.90	0.19
7. เมื่อมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการประกันคุณภาพการศึกษา บุคลากรสายวิชาการจะเข้าร่วมทุกครั้ง	4.00	0.82	4.58	0.69	-1.48	0.73
8. นโยบายด้านการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติ จริง	4.25	0.96	4.63	0.76	-0.88	0.46
9. การมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาจะทำให้ภาพลักษณ์ของ องค์กรดีขึ้น	4.25	0.96	4.68	0.58	-1.22	0.15
10. การพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษา ให้กับคณะฯ	4.25	0.96	5.00	0.00	-1.57	0.00*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.4 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งทางวิชาการ พบว่า บุคลากรสายวิชาการที่มีตำแหน่งทางวิชาการต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพไม่แตกต่างกัน

4.5 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน พบว่า บุคลากรสายวิชาการที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน

4.6 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านประเภทตำแหน่ง พบว่า บุคลากรสายวิชาการที่มีประเภทตำแหน่งต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องการปฏิบัติงานครบถ้วนทุกขั้นตอนที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา โดยพนักงานมหาวิทยาลัย/ข้าราชการให้ความสำคัญมากกว่าพนักงานพิเศษ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านประเภทตำแหน่ง

การตระหนัก	พนักงานมหาวิทยาลัย/ข้าราชการ		พนักงานพิเศษ		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. งานที่บุคลากรสายวิชาการรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้การประกันคุณภาพการศึกษาของคณะฯ บรรลุผลสำเร็จ	4.71	0.64	5.00	0.00	0.55	0.16
2. การปฏิบัติงานครบถ้วนทุกขั้นตอนตามที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานของการประกันคุณภาพการศึกษา	4.57	0.51	4.00	0.00	0.00	0.00*
3. การตรวจและการติดตามการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่เป็นภาระกับงานประจำ	4.33	0.91	3.00	1.41	0.07	0.50
4. การปรับแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับการแนะนำจากการตรวจติดตามประกันคุณภาพของคณะฯ เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกคนในหน่วยงาน	4.81	0.51	4.50	0.71	0.43	0.54
5. การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีประสิทธิผลจะต้องเริ่มจากตัวของบุคลากรเองก่อน	4.81	0.51	3.00	0.00	0.00	0.26
6. บุคลากรสายวิชาการจะมีการตรวจสอบ หรือทบทวนผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อนำมาปรับปรุงงานให้ดีขึ้น ตามหลักการประกันคุณภาพ	4.52	0.68	4.50	0.71	0.96	0.69
7. เมื่อมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการประกันคุณภาพการศึกษา บุคลากรสายวิชาการจะเข้าร่วมทุกครั้ง	4.52	0.68	3.50	0.71	0.05	0.77
8. นโยบายด้านการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติจริง	4.57	0.81	4.50	0.71	0.91	0.77
9. การมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น	4.62	0.67	4.50	0.71	0.81	0.87
10. การพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษาให้กับคณะฯ	4.90	0.44	4.50	0.71	0.24	0.28

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากร

ประชากรสายสนับสนุนวิชาการ จำนวน 17 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 82.35 อายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.06 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.82 ตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 52.94 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.06

2. ระดับความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ

ตารางที่ 6 ระดับความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ

ระดับคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
0 - 5 (ความรู้ความเข้าใจระดับน้อย)	0	0
6 - 13 (ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง)	1	5.88
14 - 20 (ความรู้ความเข้าใจระดับมาก)	16	94.12
รวม	17	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมีระดับความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 94.12 รองลงมาคือมีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.88

3. การตระหนักถึงความสำคัญจากระบบการประกันคุณภาพของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ

ตารางที่ 7 การตระหนักถึงความสำคัญจากระบบการประกันคุณภาพของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ

การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพ	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
1. งานที่บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้การประกันคุณภาพการศึกษาของคณะฯ บรรลุผลสำเร็จ	4.53	0.61	มากที่สุด
2. การปฏิบัติงานครบถ้วนทุกขั้นตอนตามที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานของการประกันคุณภาพการศึกษา	4.41	0.60	มากที่สุด
3. การตรวจและการติดตามการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่เป็นภาระกับงานประจำ	4.24	0.64	มากที่สุด
4. การปรับแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับการแนะนำจากการตรวจติดตามประกันคุณภาพของคณะฯ เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกคนในหน่วยงาน	4.65	0.48	มากที่สุด
5. การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีประสิทธิผลจะต้องเริ่มจากตัวของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการเองก่อน	4.47	0.70	มากที่สุด
6. บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการจะมีการตรวจสอบ หรือทบทวนผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อนำมาปรับปรุงงานให้ดีขึ้น ตามหลักการประกันคุณภาพ	4.47	0.50	มากที่สุด
7. เมื่อมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการประกันคุณภาพการศึกษา บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการจะเข้าร่วมทุกครั้ง	4.47	0.85	มากที่สุด
8. นโยบายด้านการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติจริง	4.53	0.70	มากที่สุด
9. การมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น	4.65	0.48	มากที่สุด
10. การพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษาให้กับคณะฯ	4.71	0.46	มากที่สุด
รวม	4.51	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมีการตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลำดับความสำคัญที่บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการคิดว่าการพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษา

4. การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลกับการตระหนักถึงความสำคัญต่อการประกันคุณภาพการศึกษา

4.1 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านเพศ พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบการประกันคุณภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องการปฏิบัติครบถ้วนทุกขั้นตอนตามที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานของการประกันคุณภาพการศึกษา โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.2 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านอายุ พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพไม่แตกต่างกัน

4.3 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านระดับการศึกษา พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบการศึกษารูปภาพไม่แตกต่างกัน

4.4 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบประกันคุณภาพไม่แตกต่างกัน

4.5 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านประเภทตำแหน่งงาน พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการที่มีประเภทตำแหน่งต่างกันให้ความสำคัญกับการตระหนักต่อระบบการประกันคุณภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องการประกันคุณภาพที่มีประสิทธิผลจะเริ่มจากตัวของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการก่อน และนโยบายด้านการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติจริง โดยพนักงานมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญมากกว่าพนักงานพิเศษ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาเปรียบเทียบด้านประเภทตำแหน่งงาน

การตระหนัก	พนักงาน มหาวิทยาลัย		พนักงาน พิเศษ		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. งานที่บุคลากรสายวิชาการรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้ การประกันคุณภาพการศึกษาของคณะฯ บรรลุผลสำเร็จ	4.67	0.50	4.38		
2. การปฏิบัติงานครบถ้วนทุกขั้นตอนตามที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานของ การประกันคุณภาพการศึกษา	4.33	0.71	4.50	0.53	-0.54	0.43
3. การตรวจและการติดตามการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นเครื่องมือ หนึ่งในการพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่เป็นภาระกับงานประจำ	4.22	0.67	4.25	0.71	-0.08	0.81
4. การปรับแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับการแนะนำจากการตรวจติดตาม ประกันคุณภาพของคณะฯ เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกคนใน หน่วยงาน	4.78	0.4	4.50	0.53	1.17	0.10

ตารางที่ 8 (ต่อ)

การตระหนัก	พนักงาน มหาวิทยาลัย		พนักงาน พิเศษ		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	5. การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีประสิทธิผลจะต้องเริ่มจากตัวของบุคลากรเองก่อน	4.67	0.50	4.23		
6. บุคลากรสายวิชาการจะมีการตรวจสอบ หรือทบทวนผลการดำเนินงานที่ผ่านมานำมาปรับปรุงงานให้ดีขึ้น ตามหลักการประกันคุณภาพ	4.44	0.53	4.50	0.53	-0.22	0.77
7. เมื่อมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการประกันคุณภาพการศึกษา บุคลากรสายวิชาการจะเข้าร่วมทุกครั้ง	4.56	0.73	4.38	1.06	0.41	0.47
8. นโยบายด้านการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติจริง	4.78	0.44	4.25	0.89	1.53	0.02*
9. การมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น	4.67	0.50	4.62	0.52	0.17	0.74
10. การพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษาให้กับคณะฯ	4.78	0.44	4.63	0.52	0.66	0.22

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ความรู้ความเข้าใจต่อระบบประกันคุณภาพของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ ทั้งสายวิชาการ และสายสนับสนุนวิชาการมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก เนื่องจากหน่วยงานมีการถ่ายทอดระบบการประกันคุณภาพการศึกษาให้แก่บุคลากรทำให้บุคลากรเกิดความรู้ความเข้าใจต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ พรพรณี คอนจ่อหอ และคณะ (2561) ที่พบว่าปัจจัยความสำเร็จของการประกันคุณภาพคือการกำหนดและถ่ายทอดนโยบายที่ชัดเจนส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจและนำไปดำเนินการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ บุรพร กำบุญ และ ชลชนก โฆษิตตฉิน (2560) ที่พบว่าบุคลากรไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการประกันคุณภาพ การศึกษาเนื่องจากไม่เอายากทุ่มเทการทำงานให้การประกันคุณภาพอย่างเต็มที่เพราะมีภาระงานมาก ไม่เข้าใจตัวบ่งชี้และเกณฑ์เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย และไม่สอดคล้องกับ อาภากร ประจันตะเสน (2567) ที่พบว่า นักวิชาการการศึกษา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องจากมีการปรับเกณฑ์คุณภาพ การศึกษา และยังไม่มีการมอบหมายภาระหน้าที่อย่างชัดเจน อีกทั้งยังได้รับการอบรมความรู้ความเข้าใจในเกณฑ์คุณภาพ การศึกษาน้อย

2. การตระหนักถึงความสำคัญของระบบการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนวิชาการ ซึ่งบุคลากรของหน่วยงานมีความตระหนักถึงความสำคัญของระบบการประกันคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยบุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุนวิชาการให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตรเป็นส่วนสำคัญ ในการประเมินคุณภาพการศึกษาเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับปาริชาติ บัวเจริญ และ ประภัสสร สมสถาน (2565) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร กล่าวว่า การพัฒนาคุณภาพการศึกษาระดับ หลักสูตร เพื่อการประกันคุณภาพการศึกษาและการปรับปรุงคุณภาพการศึกษาในระดับหลักสูตรให้ดีขึ้น การแสวงหาวิธีการปรับปรุงและหาวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เป็นการสร้างความมั่นใจและสร้างความเชื่อถือแก่นักศึกษาและผู้มีส่วนได้

ส่วนเสีย ไม่สอดคล้องกับ นวรัตน์ เจาะสนาม และ อรกัญญา เป้าจรรยา (2560) ที่พบว่า ปัญหาที่สำคัญของการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกันคุณภาพ บุคลากรขาดความรู้และความตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพ ผู้บริหารแก้ไขโดยอาจดำเนินการร่วมกับคณะทำงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษาหาแนวทางการดำเนินงานให้ทุกหลักสูตรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3. การเปรียบเทียบการตระหนักถึงความสำคัญของระบบการประกันคุณภาพการศึกษา

3.1 สายวิชาการ การเปรียบเทียบการตระหนักถึงความสำคัญของระบบการประกันคุณภาพการศึกษา พิจารณาตามอายุ ตำแหน่งทางวิชาการ และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน พบว่าบุคลากรสายวิชาการมีการตระหนักถึงความสำคัญต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ เพ็ญศรี จังธนาเจริญเลิศ และ ภัชญา ธงศิลา (2554) ที่พบว่าอายุ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งสายการบังคับบัญชามีส่วนร่วมในการดำเนินงานประกันคุณภาพไม่แตกต่างกัน เนื่องจากระบบการประกันคุณภาพมหาวิทยาลัยได้มีการนำมาใช้ในสถาบันการศึกษาเป็นระยะเวลายาวนาน บุคลากรจึงตระหนักได้ถึงถึงความสำคัญ แต่เมื่อทำการเปรียบเทียบด้านเพศ ด้านการศึกษา และด้านประเภทตำแหน่งของงานของบุคลากรสายวิชาการ พบว่าบุคลากรมีการตระหนักถึงความสำคัญต่อระบบการประกันคุณภาพแตกต่างกัน โดยเพศชายให้ความสำคัญมากกว่าเพศหญิง บุคลากรระดับปริญญาเอกให้ความสำคัญมากกว่าปริญญาโท พนักงานมหาวิทยาลัย/ข้าราชการให้ความสำคัญมากกว่าพนักงานพิเศษ ซึ่งประเด็นที่เห็นแตกต่างกัน เช่น งานที่รับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพ การแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับการแนะนำจากการตรวจติดตาม เป็นหน้าที่ของทุกคน เป็นต้น อธิบายได้ว่า บุคลากรสายวิชาการบางส่วนมีการตระหนักถึงการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษา จะต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคน ดังนั้นบุคลากรที่มีความคิดเห็นแตกต่างควรจะทำให้บุคลากรเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม รับผิดชอบ และมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของคณะ ซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือและการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับ จารุวัฒน์ ทองชูใจ, หยกแก้ว กมลวรรณ และ สุภัฏญารุจิเมธธาภัส (2565) ที่ได้ทำการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาแบบมีส่วนร่วม โดยบุคลากรจะมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน การดำเนินงาน การตรวจสอบ และการปรับปรุงพัฒนา เพื่อให้สถานศึกษามีการพัฒนาคุณภาพ การศึกษาได้อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับ วิษณุ โชโต และ สุภาภรณ์ บุญเจริญ (2565) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษาและเกณฑ์มาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ จะต้องดำเนินงานในทุกขั้นตอน ทุกตัวบ่งชี้ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกคน

3.2 สายสนับสนุนวิชาการ การเปรียบเทียบการตระหนักถึงความสำคัญของระบบการประกันคุณภาพ การศึกษา พิจารณาตามอายุ การศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน พบว่าสายสนับสนุนวิชาการมีการตระหนักถึงความสำคัญต่อระบบการประกันคุณภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสายวิชาการ เนื่องจากมหาวิทยาลัยได้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาและมีการนำมาใช้ในการกำกับดูแลเป็นระยะเวลายาวนาน แต่เมื่อทำการเปรียบเทียบด้านเพศ และด้านประเภทตำแหน่งงาน พบว่าบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการให้ความสำคัญแตกต่างกัน โดยด้านเพศในเรื่องของการปฏิบัติงานครบถ้วนทุกขั้นตอนตามที่มีการระบุไว้ในมาตรฐานของการประกันคุณภาพการศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้เนื่องจากบุคลากรเพศหญิงของคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการมีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับทางด้านวิชาการ การจัดการเรียนการสอนโดยตรง ต่างจากบุคลากรเพศชายที่เป็นช่างเทคนิค ดังนั้นเพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานครบถ้วนตามขั้นตอนของมาตรฐานของการประกันคุณภาพควรที่จะมีการกำหนดให้การประกันคุณภาพเป็นส่วนหนึ่งของภาระงานนอกเหนือจากงานประจำ ซึ่งสอดคล้องกับ วิษณุ โชโต และสุภาภรณ์ บุญเจริญ (2565)

ที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพ จึงได้กำหนดให้การประกันคุณภาพเป็นส่วนหนึ่งของภาระการทำงานนอกเหนือจากงานประจำที่ได้รับมอบหมาย โดยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการวางแผน ควบคุมคุณภาพ และติดตามผล และทำการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการประกันคุณภาพ สำหรับด้านประเภทของตำแหน่งงาน พบว่าบุคลากรสายสนับสนุนตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย จะให้ความสำคัญต่อระบบการประกันคุณภาพมากกว่าพนักงานพิเศษ ในเรื่องของการประกันคุณภาพที่มีประสิทธิผล จะเริ่มจากตนเอง และนโยบายการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติจริง ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานพิเศษเป็นพนักงานที่มีเงื่อนไขการทำงานที่แตกต่างจากพนักงานมหาวิทยาลัย การทำงานจึงมุ่งเน้นการทำงานเฉพาะงานที่ได้รับมอบหมาย ดังนั้นเพื่อสร้างความตระหนักในการให้ความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษา จึงควรเน้นการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาให้กับพนักงานในทุกประเภทตำแหน่งงานอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับ รุ่งเรือง สิทธิจันทร์ (2560) ที่กล่าวว่า การประกันคุณภาพเป็นเรื่องของบุคลากรทุกคนในสถานศึกษา มิใช่เรื่องของคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ และมีใช้การดำเนินงานแบบต่างคนต่างทำ แต่เป็นเรื่องของทุกคนที่ต้องทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง และเชื่อมโยงกันทุกด้าน มีความตระหนักว่าการดำเนินงานประกันคุณภาพเป็นหน้าที่ของทุกคน

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ ควรมีการจัดวางระบบและกลไกในการประกันคุณภาพการศึกษา ด้วยการกำหนดบทบาทหน้าที่ทั้งในระดับหน่วยงานและระดับตำแหน่งงานเพื่อผลักดัน ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ

1.2 คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ อาจกำหนดให้การประกันคุณภาพเป็นส่วนหนึ่งของภาระการทำงานนอกเหนือจากงานประจำที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บุคลากรภายในคณะฯ ได้มีส่วนร่วมในการวางแผน และทำการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขงานประจำของตนตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการประกันคุณภาพ

1.3 บุคลากรของคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมมีความรู้ความเข้าใจต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษาในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณารายชื่อของแบบทดสอบพบว่ายังมีบางประเด็นที่บุคลากรของคณะฯ โดยส่วนใหญ่ยังมีความรู้ความเข้าใจน้อย เช่น ความรู้ความเข้าใจเรื่องเกณฑ์ UI Green ของสายสนับสนุนวิชาการ ความรู้ความเข้าใจเรื่องเกณฑ์มาตรฐานอาจารย์ประจำหลักสูตร ของสายวิชาการ เป็นต้น ดังนั้น คณะฯ อาจจัดอบรมให้ความรู้ หรือทำสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลของการประกันคุณภาพดังกล่าวให้แก่บุคลากรของคณะฯ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 หากมีการกำหนดให้การประกันคุณภาพเป็นส่วนหนึ่งของภาระงานนอกเหนือจากการทำงานประจำที่ได้รับมอบหมาย อาจจะมีการศึกษาถึงประสิทธิภาพในพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาที่ต่อเนื่อง รวมทั้งมีการติดตามการทำงานของบุคลากรว่ามีการทำงานตามเกณฑ์มาตรฐานการประกันคุณภาพหรือไม่

2.2 หากมีการจัดอบรมให้ความรู้ หรือทำสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษาให้แก่บุคลากร ควรจะมีการวิจัยถึงการอบรมให้ความรู้ หรือการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ว่าบุคลากรของคณะฯ มีความเข้าใจหรือตระหนักต่อระบบการประกันคุณภาพการศึกษาเพิ่มขึ้นหรือไม่

8. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551* (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2566, จาก http://www.moe.go.th/moe/th/news/detail.php?NewsID=38880&Key=news_research
- กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (2567). *สถิตินักศึกษา*. สืบค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2567, จาก https://acdserv.kmutnb.ac.th/student_statistics
- คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา. (2564, 19 กรกฎาคม). *ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์การประกันคุณภาพของสถาบันอุดมศึกษาในส่วนที่เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพ การติดตาม ตรวจสอบคุณภาพการศึกษา และการพัฒนาคุณภาพการศึกษา*. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 268, 64.
- จารุวัฒน์ ทองชูใจ, หยกแก้ว กมลวรรณ, และ สุกัญญา รุจิเมธาภาส. (2565). การพัฒนาระบบการประกันคุณภาพ การศึกษาแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาศูนย์การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดอุตรดิตถ์. *วารสารมหาจุฬานาครทรรคน*, 9(7), 206-220. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/262569>
- ดวงกมล สุวรรณล้วน. (2562). *ความสนใจและความตระหนักรู้ในการวางแผนการออมเงินกับพฤติกรรมการออมเงินกับพฤติกรรมการออมเงินของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยทักษิณ จังหวัดพัทลุง* (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ทอง ทองภูเบศร์, ประกอบ कुमारักษ์, วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์, กิจพิณัฐ อูสาโท, และ สุคนธ์ทิพย์ ทินาภรณ์. (2562). อนาคตของรูปแบบการประเมินและการประกันคุณภาพการศึกษายกระดับอุดมศึกษาในทศวรรษหน้า. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.*, 14(2), 161-177. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/edjour_stou/article/view/252793
- ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย. (2558). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษา CUPT QA ฉบับปีการศึกษา 2557*. กรุงเทพมหานคร: ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย.
- นวรรตน์ เงามะสนาม และ อรกัญญา เบ้าจรรยา. (2560). การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำรายงานการประเมินตนเองของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 40(4), 37-45. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDKKUJ/article/view/135890>
- บุรพร กำบุญ และ ชลชนก โฆษิตคณิน. (2560). การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ)*, 10(1), 1746-1757. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/89606>
- ปาริชาติ บัวเจริญ และ ประภัสสร สมสถาน. (2565). แนวทางการประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร. *วารสารปัญญา*, 29(3), 141-155. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/panya-thjo/article/view/259223>
- พรณี คอนจจอหอ, พีรศุขย์ บุญมาธรรม, น้ำฝน แสงอรุณ, ศิริวรรณ ปราชญ์ประยูร, และ ศักดิพัฒน์ ศรีอร่ามรุ่งเรือง. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของระบบและกลไกการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. *วารสารศาสตร์การศึกษาและการพัฒนามนุษย์*, 2(2), 85-90. <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jehds/article/view/1718>

- เพ็ญศรี จังธนาเจริญเลิศ และ ภัชญา ธงศิลา. (2554). ความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของบุคลากร ต่อการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษา วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สระบุรี. *วารสารการพยาบาลและการศึกษา*, 4(3), 92-105. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JNAE/article/view/636>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- รุ่งเรือง สิทธิจันทร์. (2560). การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *PULINET Journal*, 4(3), 105-112. <https://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal/article/view/242>
- วิษณุ โชโต และ สุภาภรณ์ บุญเจริญ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการประกันคุณภาพการศึกษาภายในกับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตร คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 33(1), 146-161. <https://so2.tci-thaijo.org/index.php/edubuu/article/view/256082>
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2554). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2553*. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- สุชาวดี ณรงค์ชัย. (2563). *ความรู้ ทักษะคิด และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกสำหรับดูแลผิวพรรณและเส้นผมของผู้บริโภค* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุทธิพันธุ์ ขวลิทเลขา. (2564). *การเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ สำหรับบุคลากรในบริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทยจำกัด* (สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อภากร ประจันตะเสน. (2567). ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติของนักวิชาการศึกษาเกี่ยวกับการประกันคุณภาพตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ. *วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน*, 2(1), 161-177. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd/article/view/338>
- Bloom, B. S., Engelhart, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. Handbook 1: Cognitive domain*. New York: Longman.
- Bloom, B.S., Hastings, J.T., & Madaus, G.F. (1971). *Handbook on formative and summative evaluation of student learning*. New York: McGraw-Hill.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of education*. New York: McGraw-Hill.
- Ravinelli, R.J., & Hambleton, R.K., (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49-60.

ความสุขทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย:

การประยุกต์ใช้แนวทางการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักรเพื่อลดข้อจำกัดของข้อมูล

UNDERSTANDING HAPPINESS ECONOMICS IN THE WORKING LIFE OF UNIVERSITY
ACADEMICIANS: AN APPLICATION OF MACHINE-BASED RESAMPLING APPROACH
TO REDUCE DATA CONSTRAINTS

รณกร กิติพัชรเดชาธร¹ ณัฐพล สีวลีพันธ์² และ พัชรี ผาสุข^{3*}

Ronnakron Kitipacharadechatron¹ Nattapon Siwareepan² and Padcharee Phasuk^{3*}

(Received: January 17, 2024; Revised: June 23, 2024; Accepted: June 28, 2024)

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งสำรวจความสุขทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยโดยใช้วิธีการสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักรเพื่อลดข้อจำกัดของข้อมูลเชิงสำรวจ อันจะก่อประโยชน์แก่หน่วยงานต้นสังกัดในการกำกับดูแลความอยู่ดีมีสุขของผู้ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตรงจุดและเป็นแนวทางในการวิจัยแก่ผู้ที่เผชิญกับข้อจำกัดของข้อมูล โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย (อาจารย์ประจำ) ทั้งสิ้น 30 ราย สำหรับข้อมูลเชิงสำรวจในการศึกษานี้ได้ถูกเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบอย่างง่ายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อนึ่ง ข้อมูลความสุขทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานจะถูกวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยตามวิธีแบบวางนัยทั่วไป (GLMs) ทั้งก่อนและหลังการสุ่มซ้ำ ร่วมกับการประเมินความเอนเอียงเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแบบจำลอง ผลลัพธ์การศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความสุขทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานมาจากการพัฒนาตนเองและผลงานเป็นหลัก รองลงมาคือสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตลอดจนภาระงานและการประเมินผล ซึ่งมีผลต่อความสุขในการทำงานมากกว่าร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มากไปกว่านั้น ผลลัพธ์จากการสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักรสามารถช่วยลดความเอนเอียงของแบบจำลองได้เมื่อช่วงการสุ่มอยู่ระหว่าง 100 ถึง 1,000 รอบ

คำสำคัญ: ความสุขทางเศรษฐศาสตร์ บุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย แนวทางการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักร

¹ นักวิจัยปฏิบัติการ สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Researchers and practitioners, Kasetsart University Research and Development Institute

² อาจารย์พิเศษ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Adjunct Lecturer, Faculty of Economics, Srinakharinwirot University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Assistant Professor, School of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University

* Corresponding authors, e-mail: padcharee.pha@stou.ac.th

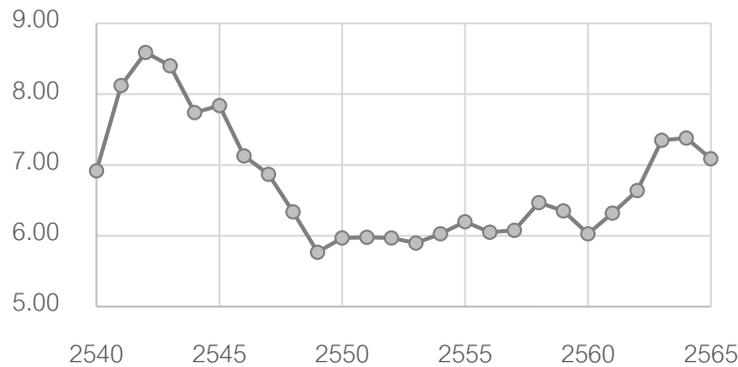
Abstract

This paper aims to investigate the happiness economics in the working lives of university academicians by applying machine-based resampling approaches to address data constraints. The findings could benefit organizations or universities by providing accurate oversight of academicians' well-being and serving as a guideline for researchers facing similar data constraints. The sample consists of 30 full-time university lecturers in Bangkok. To collect data, questionnaires were used through a simple sampling approach. The data concerning the happiness economics were analyzed using generalized linear models (GLMs). Additionally, bias analysis was applied to measure the models' efficiency. The empirical results indicated that happiness was mainly driven by self-development and work progression, followed by the working environment, work burden, and evaluation dimensions. These factors had a statistically significant effect on overall working happiness, contributing more than 60 percent. Furthermore, the results obtained from the machine-based resampling could reduce the models' biases when the resampling was between 100 and 1,000 rounds.

Keywords: Happiness Economics, Academicians in University, Machine-based resampling approach

1. บทนำ

ปัจจุบันค่านิยมและกระแสโลกาภิวัตน์ที่เพิ่มมากขึ้นในไทยได้นำพาให้พฤติกรรมและทัศนคติของตัวบุคคลเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความสุขเชิงอัตวิสัย ทั้งด้านการดำเนินชีวิตและด้านการทำงาน (ธิดารักษ์ ลือชา และ กฤษฏาภรณ์ ยุงทอง, 2560) ซึ่งแต่เดิมบริบทการใช้ดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นมุ่งเน้นเพื่อสร้างความมั่นคงและส่งต่อความมั่งคั่งแต่ทายาทเป็นสำคัญ ทำให้ประเด็นด้านความสุขในการดำเนินชีวิตและการทำงานนั้นไม่ได้ถูกนำมาพิจารณาเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ สถานการณ์ทั่วไปในการดำเนินชีวิตและการทำงานในขณะนั้นจึงเป็นไปด้วยความกดดัน และอาจเกิดผลกระทบทั้งสุขภาพกายและจิตใจ ซึ่งอาจมีแนวโน้มรุนแรงถึงการฆ่าตัวตายในท้ายที่สุด (Chandola, 2010) โดยสถิติของกระทรวงสาธารณสุขตลอดระยะเวลา 25 ปี ชี้ให้เห็นว่าอัตราการฆ่าตัวตายต่อประชากรหนึ่งแสนคนของไทยในอดีตนั้นสูงเกือบสองเท่าเมื่อเทียบกับอัตราการฆ่าตัวตายปัจจุบัน ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของสาเหตุการเสียชีวิตพบว่าปัจจัยกระตุ้นหลักมาจากปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีอิทธิพลสูงถึงร้อยละ 48.7 รองลงมาคือปัญหาทางเศรษฐกิจร้อยละ 22.6 และปัญหาอื่น ๆ ร้อยละ 28.7 (กระทรวงสาธารณสุข, 2565) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงอัตราการฆ่าตัวตายต่อประชากรหนึ่งแสนคนในไทย
ที่มา: กระทรวงสาธารณสุข (2565)

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันแนวคิดวิถีสุขนิยมสากลได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตเพิ่มมากขึ้น อันเป็นผลจากการรับรู้และเรียนรู้จากบริบทของสังคมโลกที่ไร้พรมแดน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงทัศนคติของบุคคลมากขึ้น ดังนั้นความสุขจึงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของบุคคลในบริบทการดำเนินชีวิตเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับการปรับตัวในการทำงานที่ผันเปลี่ยนสู่การถวิลหาความสมดุล ยืดหยุ่น มีความสุข และเหมาะสมกับตัวบุคคลมากขึ้น โดยที่ยังสามารถทำให้บุคคลบรรลุเป้าหมายในชีวิตได้โดยไม่ต้องทำงานหนักภายใต้ภาวะกดดันดั้งเดิม (Fisher, 2010) มากไปกว่านั้นอัตราการประโยชน์แห่งความสุขในการดำเนินชีวิตและการทำงาน คือ ช่วยให้บุคคลมีความคิดสร้างสรรค์ (Achor, 2011) และมีแนวโน้มผลผลิตภาพการทำงานที่สูงขึ้น (Wright, Cropanzano, & Bonett, 2007) หรือ สามารถบรรลุเป้าหมายในชีวิตได้เร็วกว่าคนทั่วไปด้วยเช่นกัน (Cropanzano & Wright, 2001)

สำหรับอาชีพสายวิชาการในมหาวิทยาลัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเป็นสายอาชีพที่มีบทบาทมุ่งเน้นเพื่อบริการวิชาการแก่สังคม ตลอดจนสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อตอบโจทย์ด้านการพัฒนาวิชาการ การถ่ายทอดองค์ความรู้ และบูรณาการเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศเป็นสำคัญ (El Hami & Batubara, 2018) และในปัจจุบันเป็นอาชีพที่มีแนวโน้มเสี่ยงต่อการมีระดับความเครียดสูง (เจษฎา คุงามมาก และ พาชิตชนิต ศิริพานิช, 2557) ด้วยสาเหตุมาจากการทำงานที่สูงเกินไปและไม่สอดคล้องต่อค่าตอบแทนที่ได้รับ มากไปกว่านั้นยังขาดอิสระในการทำงานอันเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยได้มีการกำหนดตัวชี้วัดที่เกินจำเป็นเพื่อประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งเป็นการเพิ่มภาระงานแก่อาจารย์อย่างเกินความจำเป็น (Kecheck, Isa, & Shahlal, 2021) และจากหลักฐานเชิงประจักษ์ในทางการแพทย์ชี้ชัดให้เห็นว่าการไม่มีความสุขในการทำงานสามารถนำไปสู่การเกิดความเครียดเรื้อรังได้มากถึงร้อยละ 70 (Chandola et al., 2008) โดยอาจรวมถึงการตัดสินใจลาออกจากการปฏิบัติหน้าที่ในท้ายที่สุดด้วยเช่นกัน (Greenberg & Baron, 2008) ก่อให้เกิดปัญหาการขาดทรัพยากรบุคคลด้านวิชาการและนำไปสู่ขบวนการสำคัญของการขาดเสถียรภาพทางวิชาการของประเทศหากไม่ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้องตรงจุด

ในอีกแง่มุมหนึ่งข้อค้นพบจากการศึกษาเกี่ยวกับความสุขในการทำงานของบุคลากรด้านวิชาการ ยังบ่งชี้ถึงประโยชน์ของความสุขต่อผลลัพธ์การทำงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยงานศึกษาของ Bangun et al. (2021) และ El Hami and Batubara (2018) ระบุว่าความสุขในการทำงานของบุคลากรด้านวิชาการที่เพิ่มขึ้นยังส่งผลต่อผลลัพธ์การทำงานที่ดีมากขึ้นหรือแม้แต่เพิ่มความสามารถในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ อันจะเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ช่วยให้การพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น การทำความเข้าใจถึงมิติความสุขในการทำงานของบุคลากรสายวิชาการอย่างถ่องแท้จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องกลับมาพิจารณาใหม่อย่างรอบด้านเพื่อให้ทราบสาเหตุอย่างแน่ชัดถึงมิติที่ขับเคลื่อนความสุขในการทำงานอย่างแท้จริงและมิติใดที่ควรได้รับการปรับปรุงเพื่อใช้ในการประยุกต์แผนปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความสุขในการทำงานของบุคลากร

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจความสุขทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการประมาณค่าจากการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักร

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขทางเศรษฐศาสตร์ในด้านการทำงาน

จากการปริทัศน์วรรณกรรมเกี่ยวกับความสุขทางเศรษฐศาสตร์ในการทำงาน พบว่า แต่เดิมความสุขทางเศรษฐศาสตร์ของการทำงาน หรือ อัตราประโยชน์ของการทำงาน มักถูกสะท้อนผ่านผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับหลักของแบบจำลองเศรษฐกิจจริง (Real Business Cycle Model) ที่จุดดุลยภาพอัตราประโยชน์ของผู้บริโภคหรือแรงงานในระบบเศรษฐกิจจะขึ้นกับค่าจ้างที่ได้รับ (Bhatia & Mohsin, 2020) โดยในเวลาต่อมาแนวคิดดังกล่าวได้มีข้อโต้แย้งจากนักวิชาการหลายแขนงว่า ความสุขจากการทำงานสามารถเกิดจากผลตอบแทนที่ไม่ได้เป็นตัวเงินด้วยเช่นกัน อาทิ ภาระงานที่ได้รับมอบหมาย (Arora, 2020; Duncan, Tilbrook, & Krivokapic-Skoko, 2015) ความก้าวหน้าในงานหรือการพัฒนาตนเอง (Isa et.al., 2019; Kun & Gadancecz, 2022) สภาพแวดล้อมของที่ทำงาน (Arora, 2020; Mawoli & Babandako, 2011) การประเมินงาน (Franco-Santos & Doherty, 2017) ตลอดจนปฏิสัมพันธ์และการได้รับการยอมรับจากสังคม (Kechek, Isa, & Shahlal, 2021; Mustapha & Zakaria, 2013) และในปัจจุบันกรอบแนวคิดทางการศึกษาได้มีการผสมผสานแนวคิดผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินมากขึ้นเพื่อการบรรยายความสุขในการทำงานของบุคคล

3.2 ภูมิหลังและข้อจำกัดของการวิจัยทางสังคมศาสตร์

การวิจัยในทางสังคมศาสตร์ส่วนใหญ่มักมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหรือปรากฏการณ์ที่ปรากฏในสังคม บุคคล หรือกลุ่มคน โดยหลักแล้วการวิจัยในศาสตร์นี้มักทำการศึกษา สืบสวน และทดลอง จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการบรรยายถึงเหตุการณ์ที่สนใจศึกษา ตลอดจนต่อยอดองค์ความรู้ กรอบแนวคิด และทฤษฎี เพื่อให้ผลลัพธ์ทางทฤษฎีและผลลัพธ์เชิงประจักษ์มีความสอดคล้องและเป็นปัจจุบัน

อย่างไรก็ดี บริบทการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เข้มงวดในปัจจุบันทำให้เกิดข้อจำกัดอย่างมากต่อการศึกษาทางสังคมศาสตร์ในวงกว้าง เพราะความหลากหลายในประชากรบางกลุ่มอาจถูกจำกัด ตลอดจนการจำกัดการเข้าถึงและแลกเปลี่ยนข้อมูลของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน (ภูมิ มูลศิลป์ และคณะ, 2565) อาทิ การเก็บรวบรวมข้อมูลในเด็กที่ยัง

ไม่บรรลุนิติภาวะและไม่มีผู้ปกครองดูแล ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบข้อจำกัดทางด้านข้อมูลกับการวิจัยทางการแพทย์หรือทางวิทยาศาสตร์ จะพบว่า การวิจัยทางสังคมศาสตร์ยังคงมีเงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างอยู่มาก เนื่องด้วยการศึกษาทางการแพทย์ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นศึกษาเชิงประเด็นที่เกี่ยวกับสุขภาพ หรือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องเฉพาะกลุ่มส่งผลให้ไม่ต้องเผชิญกับปัญหาความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง ดังในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (จตุพร บุญเหมย, 2563)

ยิ่งไปกว่านั้น การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยส่วนใหญ่ในทางสังคมศาสตร์มักอาศัยวิธีการที่อ้างถึงความน่าจะเป็น (Probability-based Method) ต่อกลุ่มประชากรเป็นสำคัญ ทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องดำเนินการเก็บรวบรวมในแต่ละครั้งมักมีจำนวนมาก อาทิ 300 ถึง 500 ราย (Kibuacha, 2021) ซึ่งตรงกันข้ามกับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในทางการแพทย์หรือทางวิทยาศาสตร์ที่ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างน้อยกว่ามากในแต่ละครั้งที่ทำการทดลอง อาทิ 30 ถึง 50 ราย (Rose & Bliemer, 2013)

3.3 กระบวนการสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักร

กระบวนการสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักรเป็นวิธีทางสถิติในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างซ้ำแบบใส่คืน (Resampling with Replacement) เพื่อใช้ในการจำลองค่าที่ได้จากการประมาณจะมีการผันแปรไปมาเล็กน้อยเพียงใดภายใต้สมมติฐานการกระจายตัวของประชากร (Efron & Tibshirani, 1993) ในทางสถิติเรียกว่า Bootstrapping Approach ซึ่งปัจจุบันวิธีการดังกล่าวเป็นที่รู้จักและใช้ในวงกว้างสำหรับการทดสอบความเชื่อมั่นทางสถิติของข้อมูลภายใต้ความไม่แน่นอนทั้งที่อาศัยพารามิเตอร์ (Parametric) และ ไม่อาศัยพารามิเตอร์ (Non-parametric) โดยไม่ละเมิดต่อการกระจายตัวของประชากร แม้ไม่ทราบลักษณะการกระจายตัวที่แท้จริง (พล สมบูรณ์ และ ธิดาเดียว มยุรีสุวรรณ, 2565) มากไปกว่านั้นกระบวนการสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักรยังสามารถประยุกต์ใช้กับวิธีการทางสถิติที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น การประมาณค่าพารามิเตอร์ (Parameter Estimation) การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) หรือ แม้แต่การทดสอบช่วงความเชื่อมั่นของข้อมูล (Confidential Interval) โดยภายหลังการสุ่มซ้ำสามารถประเมินประสิทธิภาพของข้อมูลได้หลายวิธี อาทิ การประเมินจาก ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความแปรปรวน (Variance) หรือแม้แต่ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error) ซึ่งแต่ละวิธีจะใช้บ่งชี้ถึงประสิทธิภาพของข้อมูลที่แตกต่างกันตามแต่ละการศึกษา (Bulmer, 1967)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้เลือกใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการเก็บสำรวจด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) จากนั้นข้อมูลที่ได้รับจะถูกแปลงเป็นรหัส (Coding) เพื่อจัดเก็บเป็นฐานข้อมูล (Database) และใช้ในการวิเคราะห์ในลำดับถัดไป

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสายวิชาการเฉพาะอาจารย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาขั้นต่ำ 30 กลุ่มตัวอย่าง ตามงานศึกษาของ Chang, Huang, and Wu (2006) และ Faul et al. (2007) ซึ่งเป็นขนาดที่เพียงพอสำหรับการอนุมานถึงประชากรในขั้นต้น และเป็นจำนวนที่มีโอกาสกระจายตัวเป็นปกติมากที่สุดเมื่อมีการทำซ้ำข้อมูล ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่ายเพื่อให้ข้อมูลมีความหลากหลาย

4.3 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมตลอดจนการศึกษาเชิงประจักษ์ที่ผ่านมา ซึ่งสาระสำคัญภายในถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ร่วมกับข้อคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) โดยประกอบไปด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ (ปี) ระดับการศึกษา สังกัด ตำแหน่งทางวิชาการ และ รายได้ต่อเดือน (บาท)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความสุทธางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบประเมินความเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) โดยที่ 1 แทน ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด และ 5 แทน ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งประกอบไปด้วยความสุทธางเศรษฐศาสตร์และค่าตอบแทน ด้านภาระงานและการประเมินผล ด้านการยอมรับทางสังคม ด้านการพัฒนาตนเองและการพัฒนาในงาน ด้านปฏิสัมพันธ์ในสังคม ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และ ภาพรวมความสุทธางจากการทำงาน

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น คณะผู้วิจัยได้วางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บสำรวจดังรายละเอียดในแต่ละส่วนต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปและความสุทธางเศรษฐศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและความสุทธางเศรษฐศาสตร์จะใช้หลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการบรรยายถึงลักษณะในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างและจัดแสดงในรูปแบบตารางสรุปผล โดยประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากการเก็บสำรวจ

ในการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูลจะใช้การตรวจสอบการกระจายตัวปกติของข้อมูล (Normality Testing) โดยวิธีดังกล่าวจะเป็นการเปรียบเทียบค่าความโด่ง (Kurtosis) และค่าความเบ้ (Skewness) ของข้อมูล ซึ่งอาศัยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-squared Test) เพื่อเทียบความแตกต่างของการกระจายตัว ดังนั้น ผลการทดสอบจะต้องไม่ปรากฏนัยสำคัญทางสถิติเพื่อสะท้อนผลลัพธ์ว่าข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นปกติ (Thode, 2002) ดังการคำนวณต่อไปนี้

$$Normality = n \left[\frac{Skewness^2}{6} + \frac{(Kurtosis - 3)^2}{24} \right]$$

เมื่อ

$$Skewness = \frac{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^3}{\left[\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \right]^{\frac{3}{2}}} \quad \text{และ} \quad Kurtosis = \frac{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^4}{\left[\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \right]^2}$$

มากไปกว่านั้นการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach (1951) ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเปรียบเทียบการกระจายตัวของค่าความแปรปรวนจากข้อคำถามที่เก็บสำรวจต่อความแปรปรวนของชุดคำถามทั้งหมด ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ที่สูง (0.80 ถึง 1.00) จะบ่งบอกถึงข้อมูลที่ได้จากการเก็บสำรวจไม่มีการกระจุกตัว หรืออาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลที่ได้จากการเก็บสำรวจมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) และเหมาะสมที่จะใช้ในการตีความผลการศึกษา (Validity) โดยสามารถคำนวณได้ดังสูตรต่อไปนี้

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

เมื่อ

α	แทน	สัมประสิทธิ์อัลฟาด้วยวิธีของครอนบราซ
k	แทน	จำนวนข้อคำถาม
σ_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนรายข้อ
σ^2	แทน	ค่าความแปรปรวนรวมของข้อคำถาม

3) การวิเคราะห์ความสุขทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิเคราะห์ความสุขทางเศรษฐศาสตร์จะใช้แบบจำลองถดถอยเชิงเส้นแบบวงนัยทั่วไป (Generalized Linear Model: GLMs) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่มีความยืดหยุ่นสำหรับการประมาณค่าในกรณีที่ข้อมูลไม่ได้มีการกระจายตัวเป็นปกติ (Abnormally Distributed) ตลอดจนลดข้อจำกัดของสมมติฐานแบบจำลองเชิงเส้นดั้งเดิม (Classical Linear Assumption) เพื่อให้การประมาณค่าข้อมูลที่ไม่ต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้สมมติฐานองค์ประกอบเชิงเส้น (Linear Combination) (พงษ์เดช สารการ และ ภูถกร จำปาหวาย, 2563) โดยใช้วิธีการประมาณค่าด้วยหลักภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation) ซึ่งโครงสร้างของแบบจำลองในการวิจัยสามารถแสดงในรูปแบบฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$E[\Omega_i] = g(\mu), \quad \Omega_i \sim Normal(0,1)$$

โดยที่

$$g(\mu) = \eta = \omega_o + \sum_{i=1}^k \theta_i X_i + \varepsilon_i$$

เมื่อ

Ω_i	แทน	ความสุขทางจากการทำงานที่ถูกปรับค่าให้เป็นปกติ (Normalized)
$g(\mu)$	แทน	ฟังก์ชันเชื่อมโยง ในที่นี้คือฟังก์ชันเกาส์ (Gaussian)
η	แทน	ส่วนประกอบเชิงระบบ หรือ ผลรวมเชิงเส้นของตัวแปรทำนายความสุข
ω_o	แทน	ค่าคงที่ในแบบจำลอง
X_i	แทน	เวกเตอร์ของตัวแปรทำนายที่ถูกปรับค่าให้เป็นปกติ (Normalized)

θ_i แทน ค่าพารามิเตอร์ที่ได้จากการประมาณ
 ε_i แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง

4) การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแบบจำลองจากการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักร

ในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการประมาณค่าของแบบจำลองจะพิจารณาจากค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า (Standard Error of Estimate) ระหว่างการประมาณค่าแบบปกติและการประมาณค่าที่มีการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักรจำนวน 1,000 รอบ และแสดงผลการทำนายในรูปแบบกราฟ ร่วมกับการวิเคราะห์ความเอนเอียง (Bias Analysis) จากการสุ่มซ้ำ 10 รอบ 100 รอบ และ 1,000 รอบ (Efron, 1982) เพื่อพิจารณาแนวโน้มจากการสุ่มซ้ำ สำหรับการเปรียบเทียบค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าและค่าความเอนเอียงสามารถแสดงในรูปฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้ (Efron & Tibshirani, 1986; Royston & Sauerbrei, 2009)

$$SEE = \left[\frac{1}{k-1} \sum_{i=1}^k (\theta_i - \bar{\theta})^2 \right]^{\frac{1}{2}} \quad \text{และ} \quad BIAS = \bar{\theta} - \theta_i \quad \text{โดยที่} \quad \bar{\theta} = \frac{1}{k} \sum_{i=1}^k \theta_i$$

เมื่อ

SEE แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า
 $BIAS$ แทน ค่าความเอนเอียงของแบบจำลอง
 k แทน จำนวนพารามิเตอร์
 $\bar{\theta}$ แทน ค่าพารามิเตอร์ที่ได้จากการสุ่มซ้ำเฉลี่ย
 θ_i แทน ค่าที่พารามิเตอร์ที่ได้จากการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักร

5. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการเก็บสำรวจสะท้อนผลให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 42 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโท ดำรงตำแหน่งอาจารย์ สังกัดมหาวิทยาลัยเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 ถึง 40,000 บาทต่อเดือน ซึ่งแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

		ความถี่	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เพศ	ชาย	10	33.33		
	หญิง	20	66.67		
	รวม	30	100		
อายุ (ปี)				41.87	8.01
ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	17	56.67		

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

		ความถี่	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	ปริญญาเอก	13	43.33		
	รวม	30	100		
สังกัด	มหาวิทยาลัยรัฐ	11	36.67		
	มหาวิทยาลัยเอกชน	19	63.33		
	รวม	30	100		
ตำแหน่งทางวิชาการ	อาจารย์	20	66.67		
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	10	33.33		
	รวม	30	100		
รายได้ต่อเดือน (บาท)	20,001 – 30,000	5	16.67		
	30,001 – 40,000	11	36.67		
	40,001 – 50,000	5	16.67		
	50,001 – 60,000	6	20		
	60,001 – 70,000	3	10		
	รวม	30	100		

มากไปกว่านั้นผลการสำรวจความสุขทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่มีการกระจายตัวเป็นปกติ (Normal Distribution) โดยพิจารณาจากการทดสอบสมมติฐานการกระจายตัวของข้อมูลซึ่งไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักได้ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ทำการทดสอบ ส่วนภาพรวมความสุขและมีดีความสุขในทุกด้านอยู่ในระดับมาก (ประมาณระดับ 4 จาก 5 ระดับ) โดยที่น้ำหนักค่าเฉลี่ยของความเห็นมีมากในด้านปฏิสัมพันธ์ในสังคม ด้านการยอมรับทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และ ด้านภาระงานและการประเมินผลตามลำดับ ซึ่งข้อมูลในทุกด้านมีการกระจายตัวของค่าความแปรปรวนในระดับดี กล่าวคือ ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้สามารถใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดีในการอนุมานถึงกลุ่มประชากรได้อย่างน่าเชื่อถือ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาข้อมูลความสุขทางเศรษฐศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Normality Test	Alpha
ภาพรวมความสุขจากการทำงาน	3.93	0.74	0.60 ns	0.91
ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	3.67	1.02	5.83 **	0.94
ด้านภาระงานและการประเมินผล	3.91	0.89	4.12 ns	0.96
ด้านการยอมรับทางสังคม	3.93	0.77	0.74 ns	0.91

ตารางที่ 2 (ต่อ)

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Normality Test		Alpha
ด้านการพัฒนาตนเองและงาน	3.79	0.91	1.96	ns	0.94
ด้านปฏิสัมพันธ์ในสังคม	4.00	0.82	2.58	ns	0.88
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.91	0.99	4.33	ns	0.94

หมายเหตุ: ***, **, * แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 0.10 และ ไม่มีนัยสำคัญ

ข้อมูลความสุขทางเศรษฐศาสตร์ในแต่ละด้านเป็นค่าเฉลี่ยจากข้อคำถามย่อย เพื่อลดความซับซ้อนของมิติวิจัย (Dimension Reduction) และช่วยให้การประมาณค่าในแบบจำลองเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

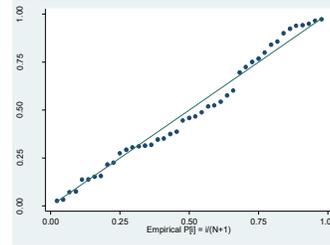
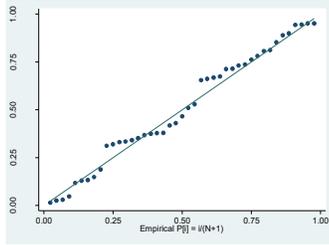
สำหรับการศึกษาความสุขในบทความนี้ได้จำแนกออกเป็น 6 แบบจำลองตามความสุขจากการทำงานในแต่ละด้านที่กลุ่มตัวอย่างได้ประเมินความเห็น ทั้งนี้ เนื่องจากการนำปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันสูงเข้าสู่การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองจะนำไปสู่การเกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น (Collinearity) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อค่าความคลาดเคลื่อนจากการประมาณ (Standard Error of Estimate) ทำให้ผลลัพธ์การวิจัยที่ได้ไม่เป็นไปตามหลักสถิติ (Gujarati & Porter, 2009)

ผลของแบบจำลองชี้ให้เห็นว่าด้านสวัสดิการและค่าตอบแทนมีอิทธิพลต่อความสุขจากการทำงานประมาณ 0.5530 หรือร้อยละ 55.30 เนื่องจากข้อมูลที่ได้นำมาประมาณค่าถูกแปลงฐานให้มีช่วงอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 (Oka, 2021) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแบบจำลองที่ได้มีความเหมาะสมและอยู่บนสมมติฐานการกระจายตัวเป็นปกติจะพิจารณาจากค่า Scale Parameter และ 1/Deviance ซึ่งเป็นค่าที่สะท้อนถึงความแปรปรวนของแบบจำลองนั้นมีค่าเท่ากัน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประมาณค่าแบบจำลองความสุขด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน

	Original			Resampling		
	Coef.		Std. Err.	Coef.		Std. Err.
ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	0.5530	***	0.0731	0.5530	***	0.0662
ค่าคงที่	0.3348	***	0.0476	0.3348	***	0.0428
Log likelihood	18.6757			18.6757		
1/Deviance	0.0258			0.0258		
Scale Parameter	0.0258			0.0258		

หมายเหตุ: ***, **, * แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.10



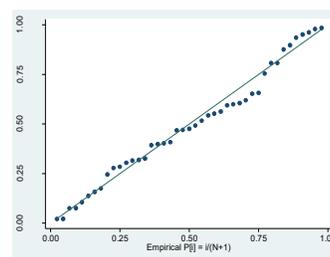
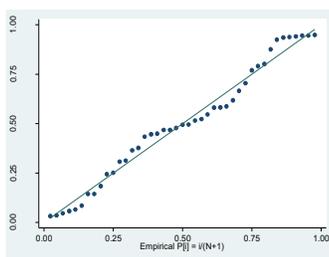
ภาพที่ 2 การเปรียบเทียบผลทำนายของแบบจำลองก่อน (ภาพซ้าย) และหลัง (ภาพขวา) การสู่ม้าด้วยเครื่องจักรจากความสุขด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน

สำหรับด้านภาระงานและการประเมินผล พบว่า มีอิทธิพลต่อความสุขจากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยประมาณ 0.6757 (หรือร้อยละ 67.57) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแบบจำลองที่ได้มีความเหมาะสมและอยู่บนสมมติฐานการกระจายตัวเป็นปกติ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประมาณค่าแบบจำลองความสุขด้านภาระงานและการประเมินผล

	Original		Resampling	
	Coef.	Std. Err.	Coef.	Std. Err.
ด้านภาระงานและการประเมินผล	0.6757 ***	0.0735	0.6757 ***	0.0821
ค่าคงที่	0.2139 ***	0.0515	0.2139 ***	0.0590
Log likelihood	23.9465		23.9465	
1/Deviance	0.0202		0.0202	
Scale Parameter	0.0202		0.0202	

หมายเหตุ: ***, **, * แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.10



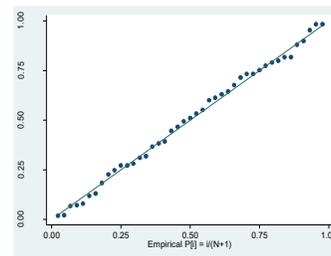
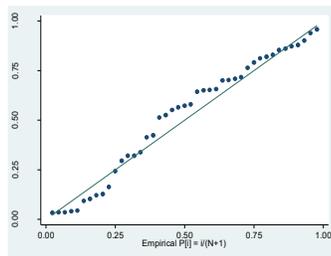
ภาพที่ 3 การเปรียบเทียบผลทำนายของแบบจำลองก่อน (ภาพซ้าย) และหลัง (ภาพขวา) การสู่ม้าด้วยเครื่องจักรจากความสุขด้านภาระงานและการประเมินผล

ส่วนด้านการยอมรับทางสังคม พบว่า มีอิทธิพลต่อความสุขจากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยประมาณ 0.6757 (หรือร้อยละ 67.57) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแบบจำลองที่ได้มีความเหมาะสมและอยู่บนสมมติฐานการกระจายตัวเป็นปกติ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการประมาณค่าแบบจำลองความสุขด้านการยอมรับทางสังคม

	Original			Resampling		
	Coef.		Std. Err.	Coef.		Std. Err.
ด้านการยอมรับทางสังคม	0.6370	***	0.1119	0.6370	***	0.1207
ค่าคงที่	0.2336	***	0.0774	0.2336	***	0.0907
Log likelihood	12.3921			12.3921		
1/Deviance	0.0345			0.0345		
Scale Parameter	0.0345			0.0345		

หมายเหตุ: ***, **, * แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 3 และ 0.10



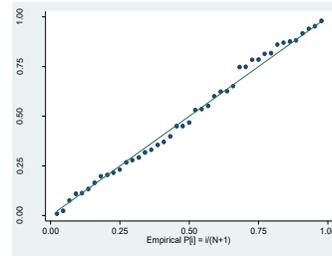
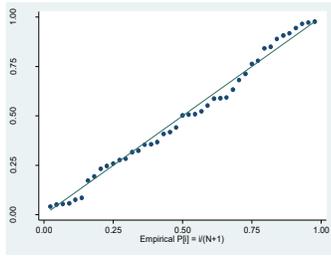
ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบผลทำนายของแบบจำลองก่อน (ภาพซ้าย) และหลัง (ภาพขวา) การสู่ม้าด้วยเครื่องจักรจากความสุขด้านการยอมรับทางสังคม

ด้านการพัฒนาตนเองและงาน พบว่า มีอิทธิพลต่อความสุขจากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย ประมาณ 0.7965 (หรือร้อยละ 79.65) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแบบจำลองที่ได้มีความเหมาะสมและอยู่บนสมมติฐานการกระจายตัวเป็นปกติ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการประมาณค่าแบบจำลองความสุขด้านการพัฒนาตนเองและงาน

	Original			Resampling		
	Coef.		Std. Err.	Coef.		Std. Err.
ด้านการพัฒนาตนเองและงาน	0.7965	***	0.0738	0.7965	***	0.0809
ค่าคงที่	0.1353	***	0.0509	0.1353	***	0.0626
Log likelihood	28.8262			28.8262		
1/Deviance	0.0161			0.0161		
Scale Parameter	0.0161			0.0161		

หมายเหตุ: ***, **, * แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.10



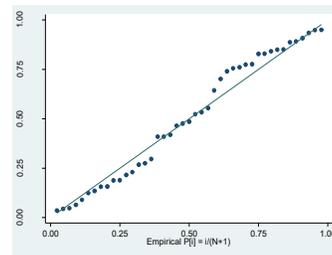
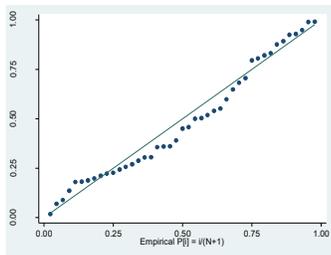
ภาพที่ 5 การเปรียบเทียบผลทำนายของแบบจำลองก่อน (ภาพซ้าย) และหลัง (ภาพขวา) การสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักรจากความสุ่มด้านการพัฒนาตนเองและงาน

สำหรับด้านปฏิสัมพันธ์ในสังคมมีอิทธิพลต่อความสุขจากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย ประมาณ 0.4643 (หรือร้อยละ 46.43) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแบบจำลองที่ได้มีความเหมาะสมและอยู่บนสมมติฐานการกระจายตัวเป็นปกติ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการประมาณค่าแบบจำลองความสุขด้านปฏิสัมพันธ์ในสังคม

	Original			Resampling		
	Coef.		Std. Err.	Coef.		Std. Err.
ด้านปฏิสัมพันธ์ในสังคม	0.4643	***	0.1208	0.4643	***	0.1436
ค่าคงที่	0.3339	***	0.0868	0.3339	***	0.1070
Log likelihood	6.4898			6.4898		
1/Deviance	0.0454			0.0454		
Scale Parameter	0.0454			0.0454		

หมายเหตุ: ***, **, * แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.10



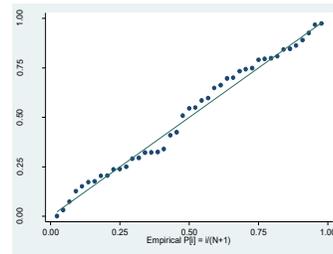
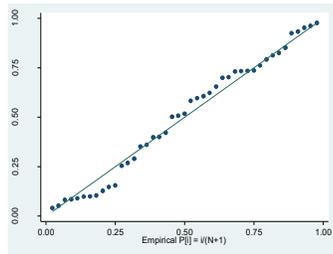
ภาพที่ 6 การเปรียบเทียบผลทำนายของแบบจำลองก่อน (ภาพซ้าย) และหลัง (ภาพขวา) การสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักรจากความสุ่มด้านปฏิสัมพันธ์ในสังคม

ท้ายที่สุดด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่า มีอิทธิพลต่อความสุขจากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยประมาณ 0.6957 (หรือร้อยละ 69.57) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแบบจำลองที่ได้มีความเหมาะสมและอยู่บนสมมติฐานการกระจายตัวเป็นปกติ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการประมาณค่าแบบจำลองความสุขด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

	Original		Resampling			
	Coef.	Std. Err.	Coef.	Std. Err.		
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.6957	***	0.1092	0.6957	***	0.1268
ค่าคงที่	0.1378	*	0.0838	0.1378		0.0948
Log likelihood	14.6619		14.6619			
1/Deviance	0.0310		0.0310			
Scale Parameter	0.0310		0.0310			

หมายเหตุ: ***, **, * แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.10



ภาพที่ 7 การเปรียบเทียบผลทำนายของแบบจำลองก่อน (ภาพซ้าย) และหลัง (ภาพขวา) การสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักรจากความสุขด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

มากไปกว่านั้นผลการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักร (Machine-based Resampling) ชี้ให้เห็นว่าการจัดทำข้อมูลซ้ำจำนวน 1,000 ครั้ง ยังสามารถช่วยลดค่าความคลาดเคลื่อนของการทำนายได้ดังภาพที่ 1 ถึง ภาพที่ 6 ซึ่งจำนวนครั้งการสุ่มยังส่งผลต่อการลดความเอนเอียง (Biasness) ในแบบจำลองที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน โดยผลเชิงประจักษ์นี้ พบว่า การสุ่มในช่วง 100 ถึง 1,000 ครั้ง สามารถช่วยให้ค่าความเอนเอียงที่ได้จากการประมาณลดลง (Downward Bias) อย่างเด่นชัด แต่ในช่วงการสุ่มที่ 10 ครั้ง ถึง 100 ครั้ง ทิศทางของค่าความเอนเอียงกลับไม่สามารถสรุปผลทิศทางได้ ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความเอนเอียงของการสุ่มซ้ำด้วยเครื่องจักรตามจำนวนรอบการสุ่มที่แตกต่างกัน

	Sensitivity of Biasness			Remark
	10 Replications	100 Replications	1,000 Replications	
ด้านสถิติการและค่าตอบแทน	0.0025	-0.0017	-0.0053	Downward Bias
ด้านภาระงานและการประเมินผล	0.0073	0.0013	-0.0016	Downward Bias
ด้านการยอมรับทางสังคม	-0.0119	-0.0034	-0.0001	Downward Bias
ด้านการพัฒนาตนเองและงาน	-0.0013	0.0088	0.0027	Downward Bias
ด้านปฏิสัมพันธ์ในสังคม	-0.0318	-0.0073	-0.0070	Downward Bias
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.0365	0.0061	0.0044	Downward Bias

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ตลอดการวิจัยในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าความสุขของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยถูกขับเคลื่อนจากการพัฒนาตนเองและผลงานเป็นสำคัญรองลงมาคือสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามงานศึกษาของ อิศารักษ์ ลือชา และ กฤษณากรณ์ ยุงทอง (2560) ที่ได้ระบุว่าความสุขในการทำงานนั้นสามารถถูกขับเคลื่อนได้เมื่อตัวบุคคลมีความพึงพอใจหรือมีทัศนคติในเชิงบวกต่องานหรืออาชีพ ส่งผลให้การทำงานในภาพรวมมีความรื่นรมย์หรือมีความสุข จิตใจว่างแจ่มใส ซึ่งนำไปสู่ความเลื่อมใสศรัทธาต่อสิ่งที่ตนทำและตระหนักถึงคุณค่าหรือคุณประโยชน์ของงาน

อย่างไรก็ตามข้อค้นพบสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ คือ ปฏิสัมพันธ์ในสังคมของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยต่อความสุขในการทำงานมีอิทธิพลต่ำที่สุดต่อความสุขในการทำงาน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงช่องว่างทางสังคมในการทำงาน ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งอาจมาจากลักษณะงานและภาระงานที่จำเป็นต้องใช้ความคิดและสมาธิในการทำงานค่อนข้างมากจึงเป็นเหตุผลสำคัญที่นำไปสู่ข้อค้นพบดังกล่าว โดย Chandoevvit and Thampanishvong (2016) และ Ginting et al. (2020) ได้ระบุว่าความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยยกระดับความสุขของบุคคล เพราะการพบปะของบุคคลจะมีโอกาสสูงที่จะได้แบ่งปันเรื่องราวและสภาพปัญหาทางใจ อันเป็นกระบวนการสำคัญในการลดความเครียดที่ตัวบุคคลกำลังเผชิญ มากไปกว่านั้นข้อค้นพบในครั้งนี้ยัง พบว่า สถิติการและผลตอบแทนนั้นไม่ใช่ปัจจัยหลักที่กำหนดความสุขในการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย โดยการค้นพบนี้ขัดแย้งกับผลลัพธ์เชิงประจักษ์ของ เจษฎา คุ้มมมาก และ พาชิตชนัด ศิริพานิช (2557) ที่ระบุว่าสถิติการและผลตอบแทนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสุขและความเครียดในการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับการศึกษาในภูมิภาคเอเชียจะเห็นได้ว่า ในกรณีศึกษา ประเทศมาเลเซีย และ ประเทศอินโดนีเซีย นั้นความสุขส่วนใหญ่ของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย มาจากการได้ปฏิบัติหน้าที่และพัฒนาศักยภาพในการทำงานเป็นหลักซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ที่ปรากฏในการศึกษานี้ (Isa & Palpanadan, 2020)

สำหรับผลลัพธ์ในการลดข้อจำกัดของข้อมูลด้วยการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักรดังในผลลัพธ์เชิงประจักษ์ของการวิจัยนี้สามารถยืนยันได้ว่าความเอนเอียงของแบบจำลองมีแนวโน้มที่ลดลงเมื่อช่วงการสุ่มอยู่ระหว่าง 100 รอบ ถึง 1,000 รอบ

กล่าวคือ ผลลัพธ์การประมาณค่ามีการกระจายตัวที่ตีมากขึ้นทำให้ความเอนเอียงของการประมาณค่าลดลงภายใต้แบบจำลองเชิงเส้น โดยเป็นไปตามการพิสูจน์และค้นพบของ Chang, Huang, and Wu (2006) ที่ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่เพียงพอต่อการศึกษาและสามารถวิเคราะห์ผลด้วยกระบวนการทางสถิติได้อย่างเหมาะสมคือ 30 ตัวอย่าง นอกจากนี้ จำนวนดังกล่าวยังเป็นจำนวนที่มีโอกาสเกิดการกระจายตัวปกติได้มากที่สุดเมื่อมีการสุ่มซ้ำในจำนวนเท่าเดิม

7. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อสำรวจความทุกข์ทางเศรษฐศาสตร์จากการทำงานของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยและเปรียบเทียบประสิทธิภาพการประมาณค่าจากการสุ่มซ้ำโดยเครื่องจักรในการลดข้อจำกัดของข้อมูล โดยตลอดการดำเนินการได้ใช้เทคนิคทางสถิติร่วมกับการขยายบริบทของการปริทัศน์วรรณกรรม ซึ่งนำไปสู่ข้อค้นพบที่น่าสนใจในหลากหลายประเด็น โดยผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางการพัฒนาความสุขในการทำงานของบุคลากรสายวิชาการโดย 1) มหาวิทยาลัยควรมีศูนย์ปรึกษาทางจิตแก่ผู้ปฏิบัติงานเพื่อลดภาวะเครียดจากการทำงาน และ 2) มหาวิทยาลัยและคณะควรมีการจัดกิจกรรมกระชับมิตรและสร้างเครือข่ายทางสังคมแก่ผู้ปฏิบัติงานเพื่อช่วยให้บรรยากาศสังคมในการทำงานอบอุ่นมากยิ่งขึ้น และสำหรับการวิจัยในอนาคตผู้วิจัยขอแนะนำให้มีการใช้เทคนิคการสุ่มซ้ำในการวิจัยในอนาคตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการประมาณค่าข้อมูลเชิงเชิงสำรวจที่มีข้อจำกัด เช่น มีการกระจายตัวไม่เป็นปกติ หรือ กลุ่มตัวอย่างมีความจำเพาะซึ่งเข้าถึงข้อมูลได้ยาก

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณภาคีเครือข่ายการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัย ตลอดจนผู้อนุเคราะห์ข้อมูลทุกท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้การชี้แนะเพื่อพัฒนาผลการวิจัยในบทความนี้ คณะผู้วิจัยมีความซาบซึ้งอย่างยิ่งต่อการได้รับความอนุเคราะห์อันดีมาโดยตลอด โดยหากผลใดพึงจะก่อประโยชน์และความดีงามทั้งปวง ขอมอบแต่บิดา มารดา คณาจารย์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งที่กล่าวถึงและไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ อนึ่ง หากมีข้อบกพร่องประการใดผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ด้วยความยินดี

9. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข. (2565). รายงานอัตราการฆ่าตัวตายของประชากร, สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2566, จาก

<https://spd.moph.go.th/>

จตุพร บุญเหมย. (2563). ผลกระทบจากพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ที่มีต่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เจษฎา คุงามมาก และ พาชิตชนัด ศิริพานิช. (2557). ความเครียดในการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยรัฐ. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 54(1), 260-285. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NDJ/article/view/17683>

ธิดารักษ์ ลือชา และ กฤษณาภรณ์ ยุงทอง. (2560). ความสุขในการทำงาน: ความหมายและการวัด. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 19(2), 9-18. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jpcru/article/view/202887>

- พงษ์เดช สารการ และ ภูถกร จำปาหวาย. (2563). ความครอบคลุมและยืดหยุ่น: ประเด็นที่ควรถูกพิจารณาสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตัวแบบเชิงเส้นน้อยทั่วไปในงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ. *วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพและการสาธารณสุขชุมชน*, 3(2), 144-158. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jhscph/article/view/244276>
- พส สมบูรณ์ และ ธิดาเดี่ยว มยุรีสุวรรณ. (2565). ประสิทธิภาพของช่วงความเชื่อมั่นบรูสเตอร์สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันควอไทล์. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 29(1), 1-10. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/tstj/article/view/167378>
- ภูมิ มูลศิลป์, พรเพ็ญ ไตรพงษ์, และ พิชชา ใจสมคม. (2565). ผลกระทบที่เกิดจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(6), 556-574. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/259114>
- Achor, S. (2011). *The happiness advantage: The seven principles of positive psychology that fuel success and performance at work*. location New York: Crown Currency.
- Arora, R. G. (2020). Happiness among higher education academicians: a demographic analysis. *Rajagiri Management Journal*, 14(1), 3-17. <https://doi.org/10.1108/RAMJ-11-2019-0024>
- Bangun, Y. R., Pritasari, A., Widjaja, F. B., Wirawan, C., Wisesa, A., & Ginting, H. (2021). Role of happiness: mediating digital technology and job performance among lecturers. *Frontiers in Psychology*, 12, 593155. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.593155>
- Bhatia, A., & Mohsin, F. (2020). Determinants of college teachers' happiness-a comprehensive review. *Journal of critical reviews*, 7(9), 9-17. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.09.02>
- Bulmer, M. G. (1967). *Principal of Statistics*. New York: Dover.
- Chandoeuwit, W., & Thampanishvong, K. (2016). Valuing Social Relationships and Improved Health Condition Among the Thai Population. *Journal of Happiness Studies*, 17(5), 2167-2189. <https://doi.org/10.1007/s10902-015-9690-0>
- Chandola, T. (2010). *Stress at Work*. London: The British Academy.
- Chandola, T., Britton, A., Brunner, E., Hemingway, H., Malik, M., Kumari, M., & Marmot, M. (2008). Work stress and coronary heart disease: what are the mechanisms?. *European heart journal*, 29(5), 640-648. <https://doi.org/10.1093/eurheartj/ehm584>
- Chang, H. J., Huang, K., & Wu, C. (2006). Determination of sample size in using central limit theorem for Weibull distribution. *International journal of information and management sciences*, 17(3), 153-174.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>

- Cropanzano, R., & Wright, T. A. (2001). When a "happy" worker is really a "productive" worker: A review and further refinement of the happy-productive worker thesis. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 53(3), 182-199. <https://doi.org/10.1037/1061-4087.53.3.182>
- Duncan, R., Tilbrook, K., & Krivokapic-Skoko, B. (2015). Does academic work make Australian academics happy?. *The Australian Universities' Review*, 57(1), 5-12.
- Efron, B. (1982). *The jackknife, the bootstrap and other resampling plans*. Philadelphia: SIAM.
<http://dx.doi.org/10.1137/1.9781611970319>
- Efron, B., & Tibshirani, R. (1986). Bootstrap methods for standard errors, confidence intervals, and other measures of statistical accuracy. *Statistical Science*, 1(1), 54-77. <https://doi.org/10.1214/ss/1177013815>
- Efron, B., & Tibshirani, R. J. (1993). *An Introduction to The Bootstrap*. London: Chapman & Hall.
- El Hami, A., & Batubara, M. (2018). The Role of Employee Work Happiness towards Innovative Work Behavior Among Lecturers in Indonesia. In *10th International Conference on Language, Humanities, Education and Social Sciences (ICLHESS-18)* (p. 36-41). Indonesia. <https://doi.org/10.15242/DIRPUB.DIRH0118038>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G* Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior research methods*, 39(2), 175-191.
- Fisher, C. D. (2010). Happiness at work. *International journal of management reviews*, 12(4), 384-412.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00270.x>
- Franco-Santos, M., & Doherty, N. (2017). Performance management and well-being: a close look at the changing nature of the UK higher education workplace. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(16), 2319-2350. <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1334148>
- Ginting, H., Bangun, Y. R., Budyanto, F., Wisesa, A., Pritasari, A., Wirawan, C., & Widarani, Y. (2020). Happiness and its determinants: preliminary findings among lecturers in an Indonesian university. *J. Sosioteknol*, 19(3), 351-362. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2020.19.3.4>
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (2008). *Behavior in Organizations* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Gujarati, D., & Porter, D.C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Isa, K., & Palpanadan, S. T. (2020). Happiness At Higher Education Institutions: An Empirical Study Among Malaysian Lecturers. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(11), 338.
- Isa, K., Jaes, L., Damin, Z. A., Latiff, A. A., Rahman, A., Maslan, N., A'ain, A. K., & Tenah, S. S. (2019). Determining indicators of happiness index among university staff. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8 (5), 726-730. <https://doi.org/10.35940/ijeat.E1103.0585C19>

- Kecek, N. N. A., Isa, K., & Shahlal, S. S. (2021). Organization Factor Contribute Lecturers' Happiness. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (p. 702-710). Indonesia.
- Kibuacha, F. (2021). *How to determine sample size for a research study*. Retrieved 28 December 2023, from <https://www.geopoll.com/blog/sample-size-research/>
- Kun, A., & Gadanez, P. (2022). Workplace happiness, well-being, and their relationship with psychological capital: A study of Hungarian teachers. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 41(1), 185-199. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00550-0>
- Mawoli, M. A., & Babandako, A. Y. (2011). An evaluation of staff motivation, dissatisfaction, and job performance in an academic setting. *Australian journal of Business and management research*, 1(9), 1-13. <https://doi.org/10.52283/NSWRCA.AJBMR.20110109A01>
- Mustapha, N., & Zakaria, Z. C. (2013). Measuring job satisfaction from the perspective of interpersonal relationship and faculty workload among academic staff at public universities in Kelantan, Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(15), 120-124.
- Oka, M. (2021). Interpreting a standardized and normalized measure of neighborhood socioeconomic status for a better understanding of health differences. *Archives of Public Health*, 79(1), 226. <https://doi.org/10.1186/s13690-021-00750-w>
- Rose, J. M., & Bliemer, M. C. (2013). Sample size requirements for stated choice experiments. *Transportation*, 40(5), 1021-1041. <https://doi.org/10.1007/s11116-013-9451-z>
- Royston, P., & Sauerbrei, W. (2009). Bootstrap assessment of the stability of multivariable models. *The Stata Journal*, 9(4), 547-570. <https://doi.org/10.1177/1536867X0900900403>
- Thode, H. C. (2002). *Testing for normality*. Boca Raton: CRC press.
- Wright, T. A., Cropanzano, R., & Bonett, D. G. (2007). The moderating role of employee positive well being on the relation between job satisfaction and job performance. *Journal of occupational health psychology*, 12(2), 93. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/1076-8998.12.2.93>

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน ที่ได้รับรางวัลดีเด่นในประเทศไทย

A STRUCTURAL EQUATION MODEL OF SUCCESS FACTORS FOR OUTSTANDING COMMUNITY ENTERPRISES IN THAILAND

เพ็ญสิริ ภูวรกิจ¹ ยุพภรณ์ ชัยเสนา^{1*} และ สุกัญญา ดวงอุปมา¹

Pensiri Phuworakij¹ Yupaporn Chaisena^{1*} and Sukanya Duanguppama¹

(Received: June 2, 2024; Revised: June 28, 2024; Accepted: June 30, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย และ 2) วิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย โดยศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลบริหารงานดีเด่นระหว่างปี พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2566 จำนวน 249 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2=87.356$, $df=67$, $\chi^2/df=1.321$, $CFI=0.990$, $IFI=0.990$, $GFI=0.923$, $RMSEA=0.035$) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ และความสามารถทางนวัตกรรม สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นได้ร้อยละ 84% และพบว่าความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นได้รับอิทธิพลรวมจากความสามารถทางนวัตกรรมมากที่สุด โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.59 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำและความสามารถทางนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะผู้นำที่มีความเป็นผู้ประกอบการ มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง และมีความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ จะช่วยเพิ่มความสามารถของในการปรับตัวของกลุ่มให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนดีเด่น

คำสำคัญ: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ปัจจัยการดำเนินงาน ความสำเร็จ วิสาหกิจชุมชนดีเด่น

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Lecturer, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

* Corresponding author, e-mail: yupaporn.chaise@gmail.com

Abstract

The purposes of this research were to 1) develop the causal factors affect on the success of outstanding community enterprises in Thailand, 2) analyze direct, indirect, and total effects of the factors affecting the success of outstanding community enterprises in Thailand. The research samples were 249 community enterprises that received the Outstanding Community Enterprise Award in Thailand. Data were collected through questionnaires and subsequently analyzed using structural equation modeling. The analysis revealed a good fit between the developed causal relationship model and the empirical data ($\chi^2=87.356$, $df =67$, $\chi^2/df =1.321$, $CFI=0.990$, $IFI=0.990$, $GFI=0.923$, $RMSEA=0.035$). Leadership and innovation capabilities factors explained 84% of the variance in success variables for outstanding community enterprises. Notably, innovative capabilities exerted the strongest combined influence on operational success, with a path coefficient of 0.59. This finding suggests that leadership and innovation capabilities are critical factors influencing the success of community enterprise operations. Particularly, leaders who exhibit entrepreneurial qualities, focus on change, and possess strategic flexibility in knowledge management will enhance the group's ability to adapt to changing environments. This continuous creation of new innovations is crucial for the operational success of outstanding community enterprises.

Keywords: The Causal Model, Operating Factors, Success, Outstanding Community Enterprises

1. บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 กระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ นำไปสู่การทบทวนบทบาทของวิสาหกิจชุมชนในฐานะกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มบุคคลในท้องถิ่นที่รวมตัวกันเพื่อประกอบกิจการบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม ทำหน้าที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก สร้างรายได้ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิต และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2566) งานวิจัยที่ผ่านมาล้วนชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของวิสาหกิจชุมชนในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ผ่านการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรที่มีมาพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มุ่งสู่การพึ่งพาตนเอง สร้างรายได้ และความเข้มแข็งให้กับชุมชน (Chumkate, 2015; ยุพาภรณ์ et al., 2565) ปัจจุบันภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ผ่านกลไกต่างๆ เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) นโยบายการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เน้นการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) จะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนเปรียบเสมือนฟันเฟืองสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนของท้องถิ่น ทว่าในปัจจุบันการดำรงอยู่ของวิสาหกิจชุมชนเหล่านี้ต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้จากภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนและการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถอยู่รอดและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทและผลิตภัณฑ์ของตนเอง กล

ยุทธ์ดังกล่าวควรเริ่มต้นจากการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนอย่างละเอียด โดยเฉพาะวิสาหกิจที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นวิสาหกิจที่มีการดำเนินงานดีเด่นระดับประเทศ

กรมส่งเสริมการเกษตร ได้จัดโครงการประกวดวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในระดับประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงาน กระบวนการการทำงาน และการบริหารจัดการที่สามารถดำเนินกิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจได้อย่างต่อเนื่องและมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน สามารถเป็นต้นแบบสำหรับการดำเนินงานให้กับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาประสิทธิภาพการประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคง โดยกลุ่มต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนดจึงมีสิทธิ์สมัครเข้ารับการคัดเลือกตามโครงการ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องเป็นกลุ่มที่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และมีผลการประเมินศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มอยู่ในระดับดี โดยคณะกรรมการสามารถตรวจสอบข้อมูลการดำเนินงานย้อนหลังไม่น้อยกว่า 3 ปี นับตั้งแต่วันยื่นสมัครและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินงานโดยมีสมาชิกและเป็นบุคคลในชุมชนที่มีทักษะและศักยภาพที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนหรือแผนพัฒนาชุมชน ซึ่งคุณลักษณะวิสาหกิจชุมชนดีเด่นประกอบด้วยความสามารถในการบริหารและการจัดการมีผู้นำที่เข้มแข็ง การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการมีส่วนร่วมของสมาชิก รวมทั้งการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566)

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวนี้ นำไปสู่คำถามวิจัยที่ว่า ปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน จากวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลดีเด่นระดับประเทศ โดยปัจจัยเชิงสาเหตุที่นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยได้ตัดแปลงจากคุณลักษณะวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับประเทศที่กำหนดโดยกรมส่งเสริมการเกษตร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ และปัจจัยด้านความสามารถทางนวัตกรรม และใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) หาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ตลอดจนอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยด้านภาวะผู้นำ และปัจจัยด้านความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย สามารถอยู่รอดและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ภาวะผู้นำ ความสามารถทางนวัตกรรม และความสำเร็จขององค์กร

บทบาทของผู้นำในการขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กรได้รับการศึกษามากมายอย่างกว้างขวาง โดยเน้นที่ว่ารูปแบบการเป็นผู้นำที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมและผลลัพธ์ในการดำเนินงานอย่างไร การเป็นผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ซึ่งมีลักษณะเด่นในการสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นพนักงาน เป็นที่รู้จักกันดีในด้านผลกระทบสำคัญต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมที่มีนวัตกรรมภายในองค์กร การศึกษาของ Ghasabeh, Reaiche, and Soosay

(2015) ชี้ให้เห็นว่าผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงสามารถเพิ่มนวัตกรรมในองค์กรได้โดยการสร้างวิสัยทัศน์ที่สนับสนุนแนวคิดใหม่ๆ และสนับสนุนการทดลอง รูปแบบการเป็นผู้นำนี้ไม่เพียงแต่กระตุ้นให้พนักงานทำเกินกว่าความสนใจส่วนตัวเพื่อประโยชน์ขององค์กร แต่ยังสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมสามารถเจริญเติบโตได้

นอกจากการเป็นผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงแล้ว ความเป็นผู้นำแบบผู้ประกอบการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากเน้นการสร้างนวัตกรรม ความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ และการตัดสินใจเชิงรุก งานวิจัยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าผู้นำแบบผู้ประกอบการสามารถเสริมสร้างการเติบโต ประสิทธิภาพ และความยืดหยุ่นขององค์กรได้อย่างมาก โดยการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการเรียนรู้ขององค์กร ผลการศึกษานี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนาผู้นำแบบผู้ประกอบการภายในองค์กรเพื่อให้ได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนและประสบความสำเร็จในระยะยาว (Bagheri & Pihie, 2011; Renko et al., 2015)

นอกจากนี้ บทบาทของการเป็นผู้นำในการเสริมสร้างความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์และการจัดการความรู้เป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความสำเร็จในระยะยาว Zhou and Wu (2010) เน้นว่าผู้นำที่ส่งเสริมความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ช่วยเพิ่มความสามารถขององค์กรในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความสามารถทางเทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ Donate and de Pablo (2015) เพิ่มเติมว่าการเป็นผู้นำที่มุ่งเน้นความรู้มีบทบาทสำคัญในการนำแนวทางปฏิบัติในการจัดการความรู้ที่ขับเคลื่อนนวัตกรรม Avolio, Walumbwa, and Weber (2009) เสริมว่าการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและความสำเร็จในการดำเนินงาน

การวิจัยเกี่ยวกับการเป็นผู้นำและความสามารถในการสร้างนวัตกรรมเน้นย้ำถึงความสำคัญของการเป็นผู้นำในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการนวัตกรรม Gumusluoglu and Ilsev (2009) แสดงให้เห็นว่าการเป็นผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงสามารถเพิ่มนวัตกรรมได้โดยการให้การสนับสนุนทั้งภายในและภายนอก เช่น ทรัพยากรและเครือข่ายที่จำเป็นสำหรับกิจกรรมนวัตกรรม ในทำนองเดียวกัน Yoshida et al. (2014) ชี้ให้เห็นว่าการเป็นผู้นำแบบผู้รับใช้ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยการสร้างความรู้สึกเป็นตัวตนและชุมชนที่แข็งแกร่งภายในองค์กร ข้อค้นพบเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่เกี่ยวกับการกำกับดูแลการดำเนินงาน แต่ยังเกี่ยวกับการสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและนวัตกรรม การศึกษาทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นนี้แสดงถึงผลกระทบหลายด้านของการเป็นผู้นำต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมและความสามารถในการปรับตัว

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View: RBV)

งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีฐานทรัพยากรเพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย แนวคิดของทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่า ทรัพยากรภายในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ และองค์กรต่าง ๆ มีทรัพยากรและความสามารถแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งองค์กรจะได้รับความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนเหนือคู่แข่งเมื่อทรัพยากรและความสามารถของบริษัทนั้นเลียนแบบได้ยาก (Inimitable) ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable) มีคุณค่า (Valuable) และหายาก (Rare) (Barney, 2014) ดังนั้นหากวิสาหกิจชุมชนมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรภายในกลุ่มให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ (มีคุณค่า หายาก เลียนแบบไม่ได้ และไม่สามารถทดแทนได้) จะสามารถนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จได้ในระยะยาว ในงานวิจัยทางการจัดการเมื่อไม่นานมานี้ระบุว่าภายใต้ RBV สินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความเป็นผู้นำ และความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม นับเป็นทรัพยากรภายในองค์กรที่สำคัญในการขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กร โดยพบว่าความสามารถและพฤติกรรมความเป็น

ผู้นำที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผู้นำที่มุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ ถือเป็นทรัพยากรภายในขององค์กรที่สำคัญในการทำให้องค์กรเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้ (Addin, 2020; Meraku, 2017; Uusiattu, 2015; Vasilescu, 2019) นอกจากนี้งานวิจัยที่ผ่านมายังพบว่า ภาวะความเป็นผู้นำที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ความเป็นผู้นำเชิงนวัตกรรม และความเป็นผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสามารถในการเรียนรู้และวิธีการปรับตัวขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานได้ (Al-Sharif et al., 2023; Azizah et al., 2021; Riza et al., 2020; Pourkarimi et al., 2020) จากมุมมองทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่กล่าวถึงข้างต้นภาวะผู้นำและความสามารถทางนวัตกรรมจึงถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร

จากการทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย ได้ดังภาพที่ 1 และมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

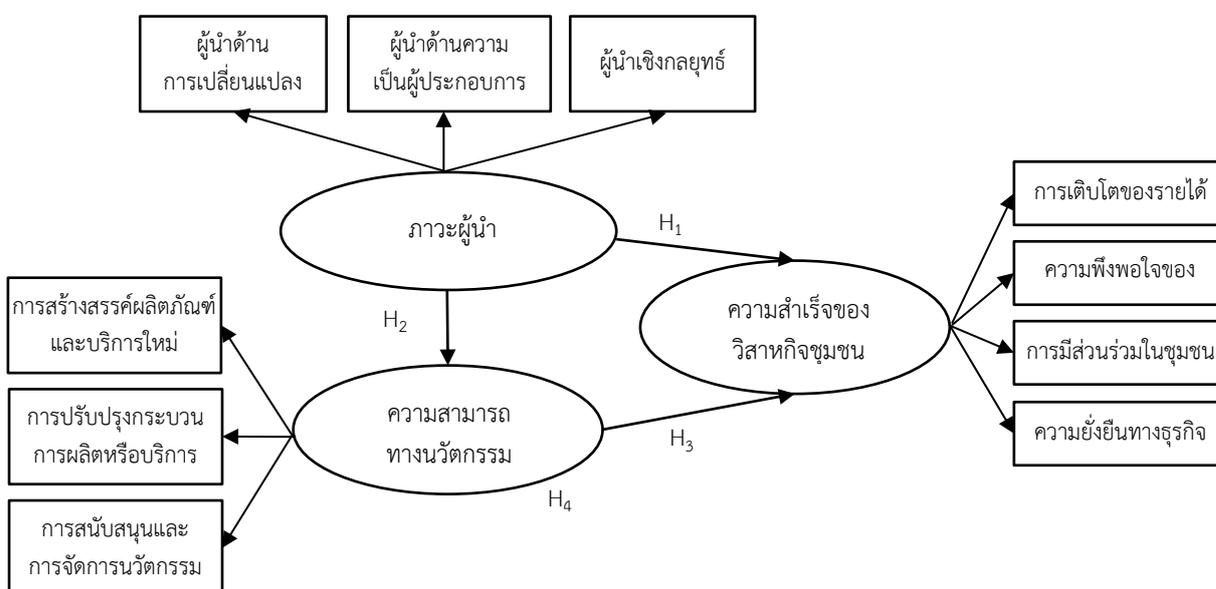
สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 3 ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนผ่านความสามารถทางนวัตกรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดีเด่นที่ได้รับรางวัลผลการดำเนินงานดีเด่นจากกรมส่งเสริมการเกษตร ระหว่างปี พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2566 จำนวน 384 ราย (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) จากข้อมูลของ Kline (2011) ขนาดตัวอย่างสำหรับการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างควรมากกว่า 200 ตัวอย่าง และควรมี 5-10 ตัวอย่างต่อหนึ่งพารามิเตอร์ เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เพียงพอต่อผลการวิจัยที่เชื่อถือได้ และบรรลุอัตราการตอบกลับสูงสุด ดังนั้น การวิจัยนี้จึงใช้วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลดีเด่นทั้งหมดในประเทศไทย จำนวน 384 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการของ Kline (2011) และเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความเชื่อถือได้สูงสุด

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลผลการประกวดวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ประจำปี 2562-2566

ปี พ.ศ./จำนวนวิสาหกิจชุมชนดีเด่น/เขต	2562 (กลุ่ม)	2563 (กลุ่ม)	2564 (กลุ่ม)	2565 (กลุ่ม)	2566 (กลุ่ม)
วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับประเทศ	6	6	6	6	6
วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด สสจ.ที่ 1 ภาคกลาง	7	8	8	8	8
วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด สสจ.ที่ 2 ภาคตะวันตก	8	7	7	7	7
วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด สสจ.ที่ 3 ภาคตะวันออก	8	8	8	8	8
วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด สสจ.ที่ 4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19	18	19	19	19
วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด สสจ.ที่ 5 ภาคใต้	13	13	13	13	13
วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด สสจ.ที่ 6 ภาคเหนือ	16	16	16	16	16
รวม	77	76	77	77	77
รวมทั้งสิ้น	384				

ที่มา: กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน (2566)

เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

แบบสอบถามได้รับการพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเก็บข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาของการเป็นสมาชิก และตำแหน่งงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินงานที่มีผลต่อความสำเร็จ และส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่น รวมทั้งหมด 32 ข้อ เป็นแบบสอบถามโดยใช้มาตราส่วน Likert 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) หลังจากพัฒนาเครื่องมือแล้ว แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาด้วยการวิเคราะห์ความสอดคล้องของรายการ (Index of Consistency: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของการวัดผลเครื่องมือและวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามทั้ง 32 ข้อ มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.65 - 1.00 > 0.5 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามวัดได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ (Turner & Carlson, 2003) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลอง

ใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องและนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ค่าระหว่าง 0.709 – 0.789 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ 0.70 (Hair et al., 2010) จึงถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ

การวัดตัวแปร

ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง ความสามารถและทักษะของผู้นำในการกำหนดทิศทาง การสร้างแรงบันดาลใจ และการกระตุ้นให้สมาชิกในวิสาหกิจชุมชนมีการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ มีแนวคิดใหม่ๆ มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ภาวะผู้นำวัดจากลักษณะและพฤติกรรมของผู้นำในสามด้านหลัก ได้แก่ ผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลง ผู้นำด้านความเป็นผู้ประกอบการ และผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Bagheri & Pihie, 2011; Ghasabeh, Soosay, & Reaiche, 2015; Vasilescu, 2019)

ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovative capabilities) หมายถึง ความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในการสร้างสรรค์และนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและเพิ่มมูลค่าให้กับวิสาหกิจ รวมถึงความสามารถในการปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การวัดความสามารถทางนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน ความสามารถทางนวัตกรรมวัดจากระดับความสามารถทางนวัตกรรมสามด้านหลัก ได้แก่ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือบริการ และการสนับสนุนและการจัดการนวัตกรรม (Chesbrough & Bogers, 2014; Tidd & Bessant, 2014)

ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน (The success of community enterprise operations) หมายถึงผลลัพธ์ที่แสดงถึงการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยวัดจากมิติต่าง ๆ เช่น การเติบโตของรายได้ ความพึงพอใจของสมาชิก การมีส่วนร่วมในชุมชน และความยั่งยืนทางธุรกิจ (Rural Development Policy Institute, 2018; Zhang & Swanson, 2014)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามที่ถูกตรวจสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้ว โดยส่งไปยังประธานหรือคณะกรรมการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีความเข้าใจลึกซึ้งและมีความรับผิดชอบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ การแจกจ่ายแบบสอบถามทำผ่านทางไปรษณีย์ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ต่างๆ ผู้วิจัยได้ทำการโทรติดตามผลหลังจากการส่งจดหมายครั้งแรกสองสัปดาห์ เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับ การโทรติดตามนี้เป็นที่ยืนยันการได้รับแบบสอบถามและกระตุ้นให้ผู้รับส่งกลับแบบสอบถามให้ครบถ้วน (Dillman, Smyth, & Christian, 2014) ผลจากการแจกจ่ายและติดตามผลแบบสอบถามดังกล่าว ส่งผลให้มีจำนวนแบบสอบถามที่ส่งกลับมาทั้งสิ้น 249 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 64.84 อัตราการตอบกลับในระดับนี้ถือว่าน่าพอใจและสามารถนำมาวิเคราะห์ได้อย่างมีนัยสำคัญ (Baruch & Holtom, 2008)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการสรุปคุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ใช้เพื่อประเมินทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เบื้องต้นระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม รวมถึงระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ

การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถประมาณอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรในแบบจำลองเชิงสาเหตุ โดยการวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เพื่อตรวจสอบและยืนยันความสัมพันธ์ที่ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งทำให้สามารถระบุได้ว่าปัจจัยใดมีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมและความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

5. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.7 โดยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.2 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.35 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.50 ระยะเวลาของการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอยู่ในช่วง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.58 และตำแหน่งในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นคณะกรรมการของกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 55.38

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาพบว่า คะแนนเฉลี่ยสำหรับตัวแปรทั้งหมดเกิน 2.5 ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ความสามารถและทักษะของผู้นำวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก และรับรู้วิสาหกิจชุมชนของตนมีความสามารถทางนวัตกรรม สามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันแสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.586 ถึง 0.629 โดยมีค่า $p < 0.05$ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวก อีกทั้งไม่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ใดที่เกิน 0.80 จึงไม่พบปัญหาความสัมพันธ์ที่รุนแรงในการศึกษานี้ (Hair et al., 2013) แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สถิติเชิงพรรณนาและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรสังเกตได้

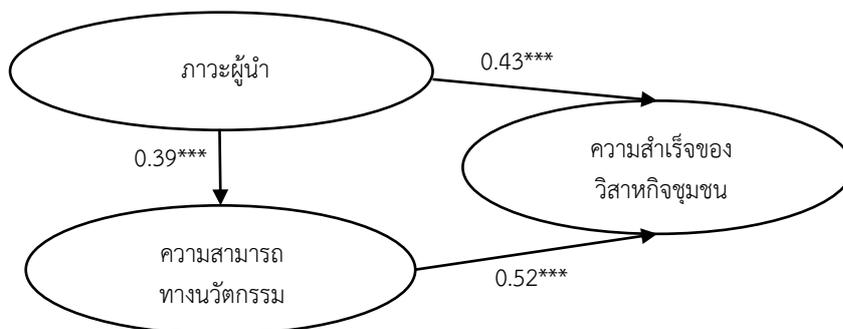
ตัวแปร	ภาวะผู้นำ	ความสามารถทางนวัตกรรม	ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน
ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	3.64	3.47	4.11
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	.80	.72	.54
ภาวะผู้นำ	1.000		
ความสามารถทางนวัตกรรม	.564***	1.000	
ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน	.586***	.629***	1.000

*** $p < 0.01$

ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) พบว่าแบบจำลองเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยค่า Chi-Square (χ^2), Degree of Freedom (df), χ^2/df , Comparative Fit Index (CFI), Incremental Fit Index (IFI),

Goodness of Fit Index (GFI), และ Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) โดยมีรายละเอียดดังนี้ ($\chi^2=87.356$, $df =67$, $\chi^2/df =1.321$, $CFI=0.990$, $IFI=0.990$, $GFI=0.923$, $RMSEA=0.035$) ค่าดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (revised model)

$N=249$; $\chi^2= 87.356$, $df = 67$, $\chi^2/df = 1.321$; $GFI = 0.923$; $RMSEA = 0.035$; $IFI = 0.990$; $CFI = 0.990$

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดล

Effect	Hypothesis	Structural Path Relationship	R ²	Standardized Regression Coefficient			(Hypothesis Test)
				DE	IE	TE	
Direct Effect	H1	ภาวะผู้นำ → ความสำเร็จ	0.61	0.43***	-	0.43***	Accept
Direct Effect	H2	ภาวะผู้นำ → นวัตกรรม	0.58	0.39***	-	0.39***	Accept
Direct Effect	H3	นวัตกรรม → ความสำเร็จ	0.70	0.52***	-	0.52***	Accept
Indirect Effect	H4	ภาวะผู้นำ → นวัตกรรม → ความสำเร็จ	0.84	0.37***	.22***	0.59***	Accept

***p<.01

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรแบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยการวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) พบว่า ภาวะผู้นำและความสามารถทางนวัตกรรมสามารถอธิบายความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นได้ที่ 84% ($R^2=0.84$) โดยภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.43 ($p < 0.01$) และมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.39 ($p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H1 และ H2 ตามลำดับ ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.52 ($p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H3 ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นผ่านความสามารถทางนวัตกรรม ขนาด

อิทธิพลเท่ากับ 0.59 ($p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H4 ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวบ่งชี้ว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย และ 2) วิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในประเทศไทย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ดังกล่าวงานวิจัยนี้จึงนำทฤษฎี RBV มาพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างระบุว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และตัวแปรทั้งหมดในแบบจำลองสามารถอธิบายความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นได้ 84% ผลการวิจัยยังบ่งชี้ถึงอิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำต่อความสามารถทางนวัตกรรมและความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่น และความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ อันได้แก่ ผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลง ผู้นำด้านความเป็นผู้ประกอบการ และผู้นำเชิงกลยุทธ์มีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนการทำงานของสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนให้มีการทำงานที่มีประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรมได้ (Bagheri & Pihie, 2011; Ghasabeh, Soosay, & Reaiche, 2015; Vasilescu, 2019) นอกจากนี้ความสามารถทางนวัตกรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนโดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ การปรับตัวและการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย และการสร้างความยั่งยืน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสนับสนุนความสามารถทางนวัตกรรมในวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเจริญเติบโตและความยั่งยืนในระยะยาว สอดคล้องกับ (Chesbrough & Bogers, 2014; Tidd & Bessant, 2014) พบว่าวิสาหกิจชุมชนที่มีความสามารถในการนำนวัตกรรมมาใช้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ การมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพสูงและเป็นเอกลักษณ์ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่าภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นผ่านความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุดต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่น แสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมในวิสาหกิจชุมชน โดยผู้นำที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนการสร้างสรรค์ จัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น ส่งเสริมการทำงานร่วมกันและการเรียนรู้ และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม ทั้งนี้การพัฒนาภาวะผู้นำที่สนับสนุนความสามารถทางนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนในระยะยาวสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และความสามารถในการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการคิดค้นและพัฒนาวัตกรรมได้ (Mittal & Dhar, 2015) และภาวะผู้นำที่สนับสนุนและให้ทรัพยากรที่เพียงพอสามารถเพิ่มความสามารถทางนวัตกรรมและผลลัพธ์ทางการดำเนินงานขององค์กรได้ (Amabile et al., 2018) รวมถึงผู้นำที่สามารถสร้างและรักษาวินัยวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถนำแนวคิดใหม่ๆ มาใช้และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง (Naranjo-Valencia, Jiménez-Jiménez, & Sanz-Valle, 2016)

7. ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าภาวะผู้นำมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมและความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ภาวะผู้นำที่ดีไม่เพียงแต่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นและส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งเป็นตัวกลางที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและอบรมผู้นำวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มพูนทักษะและความสามารถในการเป็นผู้นำที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ และมีความรู้ความสามารถในการสร้างกลยุทธ์เพื่อจัดการเรียนรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่มเพื่อสร้างโอกาสและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการคิดค้นและนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินงานจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ควรส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนานวัตกรรมในวิสาหกิจชุมชนผ่านการสนับสนุนทางการเงินและการให้คำปรึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างโปรแกรมที่เน้นการพัฒนานวัตกรรมและการสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด ในระยะยาวการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมและภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างความเจริญเติบโตและความยั่งยืนในสังคม และเป็นตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในประเทศและในระดับสากล

8. เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2566). ผลการประกวดวิสาหกิจชุมชนดีเด่น 2566. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <http://www.sceb.doe.go.th/>
- Addin, N. A. H. T. (2020). The relationship between the leadership and organizational performance a review. *International Journal of Innovations in Engineering Research and Technology*, 7(11), 120-128.
- Al-Sharif, A. M., Ali, M. H., Jaharuddin, N. S., Abdulsamad, A., & Jandab, A. (2023). The role of innovation capability in the relationship between entrepreneurial leadership and innovation performance in the SMEs service industry. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 10(1), 264-278. <https://doi.org/10.14738/assrj.101.13802>
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., & Staw, B. M. (2005). Affect and creativity at work. *Administrative science quarterly*, 50(3), 367-403. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.367>
- Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., & Weber, T. J. (2009). Leadership: Current theories, research, and future directions. *Annual review of psychology*, 60(1), 421-449. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163621>
- Azizah, S., Nurhayati, S., Anggraeni, A., & Helmy, I. (2021). The impact of transformational leadership on innovative capability: Mediating role of employee optimism. *Management Science Letters*, 11(2), 435-440. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.9.025>
- Bagheri, A., & Pihie, Z. A. L. (2011). Entrepreneurial leadership: Towards a model for learning and development. *Human Resource Development International*, 14(4), 447-463. <https://doi.org/10.1080/13678868.2011.601594>

- Barney, J. B. (2014). Revisiting the resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 35(12), 1456-1476.
- Baruch, Y., & Holtom, B. C. (2008). Survey response rate levels and trends in organizational research. *Human Relations*, 61(8), 1139-1160. <https://doi.org/10.1177/0018726708094863>
- Chesbrough, H., & Bogers, M. (2014). Explicating open innovation: Clarifying an emerging paradigm for understanding innovation. *Research Policy*, 44(1), 1-23.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed mode surveys: The tailored design method* (4th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Donate, M. J., & de Pablo, J. D. S. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. *Journal of business research*, 68(2), 360-370. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.022>
- Ghasabeh, M. S., Soosay, C., & Reaiche, C. (2015). The emerging role of transformational leadership. *The Journal of Developing Areas*, 49(6), 459-467. <https://doi.org/10.1353/jda.2015.0090>
- Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership and organizational innovation: The roles of internal and external support for innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 26(3), 264-277. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2009.00657.x>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hair, Jr.J.F., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York: Guilford Press.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Meraku, A. (2017). Role of leadership in organizational effectiveness. *Journal of Economics, Business and Management*, 5(11), 336-340. <https://doi.org/10.18178/joebm.2017.5.11.535>
- Mittal, S., & Dhar, R. L. (2015). Transformational leadership and employee creativity: mediating role of creative self-efficacy and moderating role of knowledge sharing. *Management decision*, 53(5), 894-910. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2014-0464>
- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2016). Studying the links between organizational culture, innovation, and performance in Spanish companies. *Revista latinoamericana de psicología*, 48(1), 30-41. <https://doi.org/10.1016/j.rlp.2015.09.009>
- Pourkarimi, J., Homayeni Demirchi, A., Fakoor, R., & Najafpour, Y. (2020). An investigation of the mediating effect of organizational creativity on the relationship between transformational leadership and organizational innov. *Journal of Research in Human Resources Management*, 12(3), 153-182.

- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of small business Management*, 53(1), 54-74. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12086>
- Riza, M. F., Nimran, U., Al Musadieq, M., & Utami, H. N. (2020). The Effect of Innovative Leadership and Creative Leadership to Organizational Learning, Organizational Adaptation and Adaptive Performance. *JPAS (Journal of Public Administration Studies)*, 5(2), 51-55. <https://doi.org/10.21776/ub.jpas.2020.005.02.2>
- Rural Development Policy Institute. (2018). Measuring the success of rural enterprises: A comprehensive approach. *Journal of Rural Development*, 34(2), 123-145.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2014). *Innovation and entrepreneurship* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International journal of testing*, 3(2), 163-171. https://doi.org/10.1207/S15327574IJT0302_5
- Uusiautti, S. (2015). Success at work requires successful leaders? The elements of successful leadership according to leaders and employees in a Finnish mid-size enterprise. *International Journal of Research Studies in Psychology*, 4(3), 49-65. <https://doi.org/10.5861/ijrsp.2015.1164>
- Vasilescu, M. (2019). Leadership styles and theories in an effective management activity. *Annals-Economy Series*, 4, 47-52.
- Yoshida, D. T., Sendjaya, S., Hirst, G., & Cooper, B. (2014). Does servant leadership foster creativity and innovation? A multi-level mediation study of identification and prototypicality. *Journal of Business Research*, 67(7), 1395-1404. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.08.013>
- Zhang, W., & Swanson, L. (2014). Community enterprises: Success factors and performance outcomes. *Journal of Community Development*, 39(1), 76-90.
- Zhou, K. Z., & Wu, F. (2010). Technological capability, strategic flexibility, and product innovation. *Strategic management journal*, 31(5), 547-561. <https://doi.org/10.1002/smj.830>

ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19
กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
THE RELATIONSHIP BETWEEN ESSENTIAL SKILLS OF THE FUTURE OF WORK
IN THE POST-COVID-19 ERA WITH THE PERFORMANCE OF SMEs
ENTREPRENEURS IN THE NORTHEASTERN REGION

ยุพาภรณ์ ชัยเสนา¹ เพ็ญสิริ ภูวรกิจ^{1*} กัลยรัศมี ทิณรัตน์¹

วไลพร พลอยวิเลิศ¹ และ วนิตา บุญโฉม²

Yupaporn Chaisena¹ Pensiri Phuworakij^{1*} Ganyarat tinnarat¹

Walaiporn Ploywilert¹ and Wanita Boonchom²

(Received: May 30, 2024; Revised: June 28, 2024; Accepted: June 30, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 กับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ จำนวน 258 ราย และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 1) ด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่น 2) ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3) ด้านความฉลาดทางอารมณ์และ 4) ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการหรือบุคคลที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจยุคหลังโควิด-19 นำทักษะจำเป็นมาพิจารณาและพัฒนาทักษะของตนเองให้เหมาะสม โดยเฉพาะทักษะด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่เกิดจากการเรียนรู้ รั้วสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อสร้างความอยู่รอดและส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในด้านของทักษะที่จำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 จึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: ทักษะความจำเป็น ยุคหลังโควิด-19 ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

¹ อาจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Lecturer, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Lecturer, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan

* Corresponding author, e-mail: pensiri.ph@ksu.ac.th

Abstract

The objective of this research was to test the relationship between the skills required for future work in the post-COVID-19 era with the performance of small and medium sized businesses in the manufacturing sector in the Northeast. This research was quantitative. The sample group consisted of 258 entrepreneurs, determined using Taro Yamane's formula. The research instrument used to collect data was a questionnaire. Data was analyzed using multiple regression analysis. The results found that essential skills for the future of work in the post-COVID-19 era include: 1) adaptability and flexibility; 2) creativity and innovation; 3) emotional intelligence; and 4) lifelong learning. There was a significant relationship and positive impact on the performance of SMEs at the statistical level of 0.05. Therefore, as a guideline for entrepreneurs or individuals who will become entrepreneurs in doing business in the post-COVID-19 era, it is important to take these necessary skills into consideration and develop them appropriately for survival and business success. Particularly, lifelong learning skills, which involve continuously being aware of new developments, create creativity and innovation necessary for survival and business success. Entrepreneurs' preparation in terms of necessary skills for the future of work in the post-COVID-19 era is crucial for conducting business in the present.

Keywords: Essential Skills, The Post COVID-19 Era, Small and Medium-Sized Enterprises

1. บทนำ

ในปี พ.ศ. 2563 เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ไปทั่วโลกจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจระดับโลก ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ได้รับผลกระทบอย่างมหาศาลการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่เกิดขึ้นส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจ สังคมและธุรกิจในประเทศได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ วิชาทฤษฎีขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นอีกหนึ่งธุรกิจในช่วงโซ่การผลิตที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว ธุรกิจ SMEs จึงมีบทบาทที่สำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจ้างงานที่คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 69.48 จากการจ้างงานรวมทั้งประเทศ ประมาณการการก่อสร้างมูลค่าเพิ่มร้อยละ 35.30 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศและการส่งออกโดยตรงคิดเป็นมูลค่ากว่าร้อยละ 26.08 ของการส่งออกโดยรวมทั้งหมด

ธุรกิจ SMEs จึงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมในประเทศ โดยเฉพาะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวน ธุรกิจ SMEs ในภาคการผลิตจำนวนมากที่สุดในประเทศ เช่น ธุรกิจ SMEs ในภาคการผลิต ภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม การทำเหมืองแร่ โรงงานผลิตกระดาษ โรงงานผลิตอาหารกระป๋อง หรือโรงงานธุรกิจที่ผลิตเครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ (สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัล (องค์การมหาชน), 2566) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังเป็นพื้นที่ที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เมื่อเปรียบเทียบกับภาคอื่น ๆ ในประเทศเนื่องจากเป็นพื้นที่เกษตรกรรมและมีภาคอุตสาหกรรมที่เป็นแรงสนับสนุนให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น การมีเส้นทางขนส่งสินค้าที่สะดวกเนื่องจากมีพื้นที่ติดเขตพรมแดนกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศกัมพูชา เมื่อเกิดความเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบอย่างมหาศาลหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 การดำรงชีวิตและพฤติกรรมของคนในสังคมและ

ผู้บริโภคจึงเปลี่ยนแปลงไป เกิด “New Normal” หรือ “ความปกติใหม่” ผู้นำ ผู้บริหารองค์กรและผู้ประกอบการต่างต้องตระหนักและให้ความสำคัญการปรับตัว การใช้ความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่สอดคล้องกับเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้องค์กรธุรกิจอยู่รอดและสามารถขับเคลื่อนได้ในยุคของการเปลี่ยนแปลง (พนิดา สัตโยภาส, อาชวิน ใจแก้ว, และ เพียงตะวัน พลอาจ, 2566).

จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์และดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิม Bergman, Jantunen, and Saksa (2004) กล่าวว่า การปรับตัวเป็นความสามารถของธุรกิจที่ส่งผลต่อความอยู่รอดและการประสบความสำเร็จภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อนอยู่ตลอดเวลาและความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองได้ตลอดเวลาประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ปัจจัยของ Dynamic Capability ได้แก่ 1) ความสามารถในการครอบครอง หมายถึงลักษณะพิเศษหรือลักษณะเฉพาะของทรัพยากรที่ธุรกิจมีอยู่ในองค์กร 2) การจัดสรรทรัพยากรที่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) ความสามารถในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน คือ การเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทั่วโลกให้การยอมรับและใช้ดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเกิดความยั่งยืนภายใต้เศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในยุคหลังโควิด-19 ต้องตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องการปรับตัว การมุ่งเน้นพัฒนาทักษะในหลาย ๆ ด้าน การพัฒนาทักษะความรู้เดิม (Upskill) และเสริมสร้างทักษะความรู้ใหม่ (Reskill) จากการศึกษาของ กมลพร กัลยาณมิตร (2564) พบว่า ทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 ประกอบด้วย 7 ทักษะ ได้แก่ 1) ทักษะการปรับตัวและความยืดหยุ่น 2) ทักษะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3) ทักษะการใช้ข้อมูล 4) ทักษะความคิดเชิงสร้างสรรค์ 5) ทักษะเชิงดิจิทัล 6) ทักษะความฉลาดทางอารมณ์ และ 7) ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ผู้วิจัยจึงได้นำทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 มาประยุกต์ใช้โดยจากการศึกษาของ จารุวรรณ เมืองเจริญ และ ประสพชัย พสุนนท์ (2562) พบว่าการสร้างสรรค์นวัตกรรมในกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน ซึ่งต้องอาศัยความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาระบบและขั้นตอนการทำงาน ในการวิจัยในครั้งนี้ จึงได้รวมทักษะความคิดเชิงวิเคราะห์และทักษะการใช้ข้อมูลและใช้กรอบแนวคิดในการศึกษา 5 ด้านตามกรอบงานวิจัยที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้

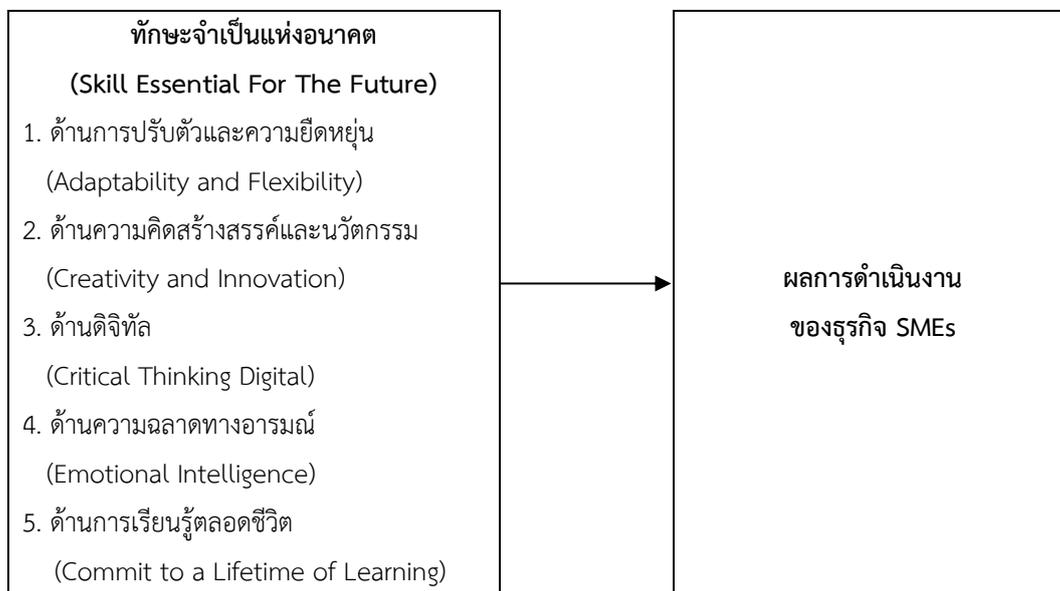
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เพื่อเป็นแนวทางให้กับบุคคลที่สนใจการเป็นผู้ประกอบการนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจและได้พิจารณาทักษะ ความรู้ คุณลักษณะของตนเองเพื่อประกอบธุรกิจให้อยู่รอดและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน รวมทั้งผู้ประกอบการที่สนใจสามารถนำทักษะด้านต่าง ๆ ไปปรับประยุกต์ใช้เพื่อการดำเนินธุรกิจและเป็นการพัฒนาศักยภาพเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในยุคหลังโควิด-19

2. วัตถุประสงค์

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 กับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต (Skill Essential for The Future)

ผลกระทบของการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องตระหนักถึงการเพิ่มทักษะในการทำงานเพื่อปรับตัวพร้อมรับสถานการณ์หลังจากเหตุการณ์ดังกล่าว จึงมีการให้ความหมายของทักษะจำเป็นแห่งอนาคตจากนักวิชาการในหลายมุมมองดังนี้ Ngang, Mohamed, and Kanokorn (2015) กล่าวว่าทักษะในการทำงานคือทักษะที่จำเป็นของบุคคลเพื่อการทำงานนั้น ๆ เช่น ทักษะทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการทำงาน และส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทำให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่นของแต่ละบุคคลซึ่งการมีทักษะของผู้ปฏิบัติงานจะเป็นการช่วยทำให้การปฏิบัติงานราบรื่นและประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านวิชาชีพในอาชีพนั้น ๆ หากผู้ปฏิบัติงานมีทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญสูงย่อมเกิดโอกาสที่ธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายในการปฏิบัติงาน และจากอดีตที่ผ่านมาได้มีการให้ความสำคัญทักษะด้านความรู้มากกว่าทักษะทางอารมณ์ แต่ในปัจจุบันความฉลาดทางอารมณ์กลายเป็นทักษะที่ผู้บริหารระเ็นองค์กรเป็นสิ่งยืนยันที่สำคัญของความเป็นบุคคลนั้น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (กุหลาบ บุริสาร, 2561) และทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 วิชญะน้อยมาลา (2564) ได้กล่าวถึงทักษะจำเป็นแห่งอนาคต หมายถึง ความเชี่ยวชาญในการทำการด้านใดด้านหนึ่ง แบ่งเป็น 2 แบบคือ ทักษะด้านความรู้ที่สามารถเรียนรู้ วัตถุประสงค์ และนำไปใช้ได้ง่าย กับทักษะทางอารมณ์ที่ต้องใช้เวลาในการพัฒนา วัตถุประสงค์และนำไปใช้ได้ยาก ซึ่งการทำงานจำเป็นต้องมีทักษะด้านความรู้และทักษะทางอารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ วารินทร์พร ฟังเฟื่องฟู (2565) ได้ศึกษาการเรียนรู้ทักษะชีวิตภายใต้ความปกติใหม่ พบว่าบุคคลจะต้องมีทั้งความรู้และทักษะที่จำเป็นประกอบด้วย ทักษะทางความคิด ทักษะทางจิตใจ ทักษะทางการกระทำ ทักษะทางสังคมรวมทั้งทักษะการใช้เทคโนโลยี และทักษะด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อนำทักษะไปใช้ในการปรับตัวและแก้ปัญหาตลอดจนการเตรียมความพร้อม

สำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อตอบสนองต่อสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงภายใต้ความปกติใหม่ ซึ่งการศึกษาทักษะของผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญคือ การมีความคิดสร้างสรรค์เรียนรู้และพัฒนาตนเอง มีจิตบริการ มีความมุ่งมั่นและอดทน และมีความเชื่อมั่นในตัวเอง (กัลยา, งามอาจ และ อรุณา, 2565)

ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic capability) เป็นความสามารถขององค์กรในการสร้างความคล่องตัวที่ตระหนักถึงความจำเป็นของธุรกิจที่ต้องจัดการกับความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและให้ความสำคัญกับทักษะในการปฏิบัติงานที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมและสามารถบริหาร กำกับดูแลกิจการได้เป็นอย่างดี (Teece, Peteraf, & Leith, 2016) ความสามารถเชิงพลวัต แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ด้านพลวัต (Dynamic) เป็นการสร้างสิ่งใหม่ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร 2) ด้านความสามารถ (Capability) เป็นการใช้ความรู้และทักษะใหม่ ๆ ในการบริหารทรัพยากรที่สำคัญอย่างต่อเนื่องจนเกิดความเชี่ยวชาญพร้อมปรับโครงสร้างการทำงานใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Jantunen, Ellonen, & Johansson, 2012) และสามารถบูรณาการความรู้ความสามารถ ปรับเปลี่ยนสินทรัพย์ที่เป็นทรัพยากรภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลส่งผลกระทบต่อดำเนินการขององค์กรจากการปรับเปลี่ยนแบบพลวัตควบคู่กับสมาชิกในองค์กรอย่างต่อเนื่อง (Teece, Pisano, & Shuen, 1997)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิตในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 2,928 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) ได้ใช้สูตรกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 (Yamane, 1973) โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 353 ราย ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบอย่างง่าย โดยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2566 มีแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับ จำนวน 258 ชุด และมีอัตราตอบกลับร้อยละ 73.08 สอดคล้องกับ สอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ที่กล่าวว่าต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งได้รับการพัฒนามาจากแนวคิด ทฤษฎี แนวปฏิบัติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และตำแหน่งงานในบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลของบริษัทที่อยู่ในภาคการผลิต SMEs ได้แก่ อายุการดำเนินงานของบริษัท จำนวนพนักงาน เงินลงทุน ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 จำนวน 35 ข้อ และส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 ข้อ โดยส่วนที่ 3 และ 4 เป็นแบบสอบถามลักษณะมาตราส่วนประเมินค่าของลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) 5 ระดับ

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบคุณภาพก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาว่าแบบสอบถามมีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้ภาษาที่ถูกต้อง พร้อมทั้งให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ระหว่างข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์งานวิจัย ผลพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.68 -1.00 มากกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามวัดได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ (Turner & Carlson, 2003) ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมขององค์ประกอบของความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.79 – 0.83 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.70 แสดงถึงความถูกต้องและเชื่อถือได้ (Hair et al., 2010) และได้ทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียง จำนวน 30 ชุด ได้ค่าระหว่าง 0.75 - 0.79 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ (Hair et al., 2010) ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยสำหรับทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

5. ผลการวิจัย

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 68.50 อายุ 41- 50 ปี ร้อยละ 39.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54.35 ประสบการณ์ทำงาน 6-10 ปี ร้อยละ 39.56 และข้อมูลของสถานประกอบการที่อยู่ในภาคการผลิต SMEs ส่วนใหญ่อายุการดำเนินงาน 6-10 ปี ร้อยละ 44.45 ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ร้อยละ 78.45 และมีเงินลงทุนน้อยกว่า 25 ล้านบาท ร้อยละ 64.49

การวิจัยนี้ได้ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 กับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสมมติฐานดังนี้

H1: ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่น (ADF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

H2: ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (CRI) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

H3: ทักษะจำเป็นแห่งอนาคตด้านดิจิทัล (CTD) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

H4: ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านความฉลาดทางอารมณ์ (EMI) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs และ

H5: ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต (CLL) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs มีรายละเอียดผลการวิจัยดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	PMO	ADF	CRI	CTD	EMI	CLL	VIF
x	4.44	4.10	4.11	3.82	3.98	4.18	-
S.D.	0.53	0.40	0.47	0.49	0.47	0.54	-
PMO	-	0.389*	0.495*	0.170*	0.344*	0.504*	-
ADF		-	0.505*	0.109*	0.239*	0.357*	1.403
CRI			-	0.236*	0.309*	0.463*	1.721
CTD				-	0.600*	0.314*	1.649
EMI					-	0.400*	1.790
CLL						-	1.505

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF₅ ของตัวแปรอิสระทักษะจำเป็นแห่งอนาคตมีค่าตั้งแต่ 1.403 – 1.721 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Keith, 2019) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทักษะจำเป็นแห่งอนาคตแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.170-0.504

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยของทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.221	0.363	3.359	0.001*
- ด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่น Adaptability and flexibility (ADF)	0.154	0.078	1.987	0.048*
- ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Creativity and innovation (CRI)	0.303	0.072	4.179	0.000*
- ด้านดิจิทัล Critical thinking digital (CTD)	-0.127	0.068	-1.871	0.062
- ด้านความฉลาดทางอารมณ์ Emotional intelligence (EMI)	0.146	0.063	2.319	0.021*
- ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต Lifelong learning skills (CLL)	0.262	0.060	4.406	0.000*
F=23.158, p=0.000, AdjR ² =0.376				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่น (ADF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs (MPO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (p -value = 0.048) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะการดำเนินธุรกิจยุคหลังโควิด-19 ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวในสถานการณ์ใหม่ ๆ มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ด้วยแนวคิดที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงส่งผลถึงการปรับทรัพยากร กระบวนการ และกลยุทธ์ขององค์กรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบ ในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพทำให้องค์กรอยู่รอดและเติบโตภายใต้สถานการณ์ และบรรลุเป้าหมายขององค์กรธุรกิจที่ตั้งไว้ (กิตติพงศ์ นาสาลี, นิติพงษ์ สงครีโรจน์, และ สุธนา บุญเหลือ, 2563) และความพร้อมในการปรับตัวของผู้ประกอบการในการดำเนินงานในสถานการณ์ที่มีความแตกต่างกันในการดำเนินกลยุทธ์ การกำหนดนโยบายธุรกิจ แผนการปฏิบัติงานและความพร้อมของพนักงานให้มีความสอดคล้องกันเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงให้ธุรกิจอยู่รอดและส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจ จึงยอมรับสมมติฐานที่ H_1

ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (CRI) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs (MPO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (p -value = 0.000) เนื่องจากปัจจัยสำคัญในการสร้างนวัตกรรมของธุรกิจคือผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน การเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นตัดสินใจร่วมกันในการปรับใช้ทรัพยากรร่วมกันได้อย่างเหมาะสมเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจจากการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยถือเป็นงานที่ท้าทายความรู้ ทักษะ ความสามารถและเป็นการปรับเปลี่ยนเชิงรุกทำให้ปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการทำงานที่ดีขึ้น (ณรงค์ศักดิ์ ธงอาษา, กิตติมา จึงสุวดี, และ ธรรมวิมล สุขเสริม, 2565) ซึ่งผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ก่อเกิดนวัตกรรมในกระบวนการทำงานและการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงยอมรับสมมติฐานที่ H_2

ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านดิจิทัล (CTD) ไม่มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงลบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs (MPO) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เนื่องจาก ผู้ประกอบการในปัจจุบันที่มีความพร้อมในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ ด้วยดิจิทัลพบว่า ความสามารถทางดิจิทัลมีผลกระทบรองลงมาจากภาวะผู้นำที่ส่งผลกระทบต่อความพร้อมในการปรับเปลี่ยนธุรกิจ (รุ่งทิวา ภิรมย์, อรพิน สันติธากุล, และ เขมกร ไชยประสิทธิ์, 2566) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาจากธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตที่มีขนาด Small หรือขนาดย่อม ในภาคการผลิตมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน ซึ่งอาจจะเป็นผลสืบเนื่องจากบริบทการใช้ทักษะด้านดิจิทัลที่เป็นการเชื่อมโยงกันระหว่างข้อมูลและเทคโนโลยีในการดำเนินงาน เมื่อพนักงานในองค์กรมีจำนวนน้อยจึงไม่ส่งผลต่อทักษะด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H_3

ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านความฉลาดทางอารมณ์ (EMI) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs (MPO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (p -value = 0.021) เนื่องจากผู้ประกอบการเมื่อเจอสภาวะสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ความฉลาดทางอารมณ์จึงถือเป็นความสามารถของผู้ประกอบการในการตระหนักถึงความรู้สึกของตนเองและความรู้สึกของผู้อื่นและสามารถบริหารหรือจัดการกับอารมณ์ของตนในการเผชิญกับสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ (สุคนธ์ทิพย์ อินทรกมล, สุมาลี รามัญ, และ ธัญนันท์ บุญอยู่, 2565) โดยความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่สำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการบริหารจัดการควบคุมภาวะอารมณ์ สามารถแสดงอารมณ์ออกมาได้อย่างเหมาะสม เก่งคนและเก่งงาน เป็นสิ่งผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน จึงยอมรับสมมติฐานที่ H_4

ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต (CLL) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs (MPO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (p -value = 0.000) เนื่องจากผู้ประกอบการเมื่อประสบกับสภาวะวิกฤตการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและสลับซับซ้อน การแก้ปัญหาทางออกที่

สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานในตนเอง การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม โดยเฉพาะกระบวนการด้านการเรียนรู้ที่มีผลต่อความเข้าใจ การรับรู้ และทัศนคติ ที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัว สร้างสรรค์สังคม วัฒนธรรมองค์กรธุรกิจ การเรียนรู้จึงเป็นกุญแจสำคัญของผู้ประกอบการที่ต้องเปลี่ยนแปลงตนเองและดำรงตนและธุรกิจเพื่อความอยู่รอดและยั่งยืนของธุรกิจ (อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง และ จิรัชยา เจียวก๊ก, 2563) ทั้งนี้การเรียนรู้ตลอดชีวิตต้องให้ความสำคัญต่อการรับรู้ และเรียนรู้ที่แท้จริง คือการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากประสบการณ์ส่งผลถึงวิถีคิด การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่จะทำให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₅

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงจากผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา นับเป็นสิ่งสำคัญอีกหนึ่งบทพิสูจน์สำหรับผู้ประกอบการหรือบุคคลที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการที่ต้องบริหารทักษะเพื่อความยืดหยุ่นของธุรกิจในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการปรับตัวและเติบโตขององค์กรผู้ประกอบการจึงต้องมีความพร้อมในการเตรียมแผนการฟื้นฟูธุรกิจหลังวิกฤตโควิด-19 และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการศึกษารายนี้ คือ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการสำรวจผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 258 ราย ผลการทดสอบเชิงประจักษ์ พบว่า ทักษะด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่น ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ด้านความฉลาดทางอารมณ์และด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬารัตน์ โสตะ และ วิธนา อิศรางกูร ณ อยุธยา (2564) พบว่า การพัฒนา Soft Skill สำหรับผู้นำในสถานการณ์โควิด การพัฒนาทักษะความสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ใหม่ๆ การฝึกสร้างความคิดสร้างสรรค์ เสริมสร้างความฉลาดทางอารมณ์และมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต ผู้นำควรนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตเป็นทักษะการทำงานเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาระบบและปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและการอยู่ร่วมกันในองค์กรอย่างราบรื่น รวมถึงงานวิจัยของ Dean and East (2019) ที่ระบุว่า ผู้นำที่มีความคิดสร้างสรรค์ฝึกพัฒนาวิธีการทำงานใหม่ๆ ที่แตกต่างจากเดิมโดยนำกระบวนการมาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ใหม่ๆ เมื่อเจอกับวิกฤตที่ไม่คาดคิดจะสามารถประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน และสอดคล้องกับ ปกรณ์ โปยรุ่งโรจน์ และ ฌกมล จันทร์สม (2564) ที่ระบุว่า การพัฒนาด้านเทคโนโลยีทำให้เกิดนวัตกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการดำเนินงานใหม่ๆ ดังนั้นการพัฒนาแนวคิด ทัศนคติ การพร้อมที่จะเรียนรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เป็นการนำ soft skill ไปประยุกต์ใช้เป็นการสร้างนวัตกรรมให้ธุรกิจหรือองค์กรมีความโดดเด่นสร้างความแตกต่างจากธุรกิจอื่น (Mhalla, 2020) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่ต้องพัฒนาเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SMEs จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 พบว่า ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุด รองลงมาคือด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ด้านการบริหารจัดการและด้านความมั่นใจในตนเอง ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (ชนะพัฒน์, 2565) สอดคล้องกับ เจริญชัย เอกมาไพศาล และ เสาวณี จันทะพงษ์ (2565) พบว่า การจัดการทรัพยากรภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพถือเป็นทักษะความยืดหยุ่นในการปรับตัวที่สำคัญของธุรกิจและประสบการณ์ในการทำงานของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวซึ่งสามารถแสดงผ่านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ การพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่องและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้พบว่า ทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19 ด้านดิจิทัล ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน การใช้ทักษะด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการ ในการลงทุนสร้างเครือข่ายและนำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินงาน การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสารออนไลน์มาใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการปฏิบัติงานและการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ ๆ หรือระบบงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการดำเนินการดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการดำเนินงานที่สูงขึ้น เมื่อเทียบกับจำนวนพนักงานในองค์กร ดังนั้นทักษะด้านดิจิทัลจึงไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ต้องมุ่งเน้นในด้านอื่น ๆ มาเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนินุช เรืองการ และคณะ (2566) พบว่า ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ด้านการจัดการ การเงิน การตลาด และการปฏิบัติการและเทคโนโลยี โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการ

การศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจยุคหลังโควิด-19 จำเป็นต้องนำทักษะที่สำคัญมาพิจารณาเพื่อพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองเพื่อความอยู่รอดและประสบความสำเร็จ การเตรียมพร้อมของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งสำคัญในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมอย่างรวดเร็ว การเรียนรู้ตลอดเวลาเป็นส่วนหนึ่งของผู้ประกอบการต้องตระหนักและให้ความสำคัญเพราะเป็นสิ่งที่จะนำไปสู่การพัฒนาแนวความคิด มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ เพื่อปรับตัวและพร้อมรับความท้าทายที่เกิดขึ้น ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์จะสามารถสร้างแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาวิธีการในการดำเนินงานที่แตกต่างจากกระบวนการเดิมและส่งผลกระทบต่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานที่ต้องมีการประยุกต์ใช้ทรัพยากรในองค์กรได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้ได้ แนวทางการทำงานได้อย่างเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งจะต้องอาศัยความสามารถในการจัดการอารมณ์และควบคุมอารมณ์ตนเองที่ต้องแสดงออกทางอารมณ์ของตนเองได้เป็นอย่างดีในการปฏิบัติงานร่วมกับพนักงานหรือลูกค้าที่ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่การอยู่รอดของธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องพร้อมที่จะรับมือกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยมีทักษะที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่เป็นสิ่งที่นำไปสู่การให้ผลลัพธ์ที่มีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในกลุ่มธุรกิจ SMEs ประเภทอื่น ๆ ที่ต่างออกไป เช่น ภาคบริการ หรือกลุ่มธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ เพื่อเปรียบเทียบทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในการศึกษาว่ามีความแตกต่างหรือมีทักษะใหม่ ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจยุคหลังโควิด-19 และนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับใช้ของผู้ประกอบการในแต่ละประเภทของธุรกิจ นอกจากนี้การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) เป็นการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพที่มีกระบวนการในการศึกษาที่ได้ข้อมูลเชิงลึก การใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ทิศทางและแนวโน้ม ตามบริบทที่มีความแตกต่างของธุรกิจ แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลที่ได้เพื่อให้ได้ผลการศึกษาในภาพกว้างครอบคลุมในทุกมิติของทักษะความจำเป็นในกลุ่มธุรกิจ SMEs

8. เอกสารอ้างอิง

กมลพร กัลยาณมิตร. (2564). ทักษะจำเป็นแห่งอนาคตการทำงานยุคหลังโควิด-19. *วารสาร มจร. พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 6(3), 163-176. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/256756>

- กิตติพงษ์ นาสาลี, นิติพงษ์ สงครีโรจน, และ สุธนา บุญเหลือ. (2563). ผลกระทบของการปรับตัวอย่างยืดหยุ่นที่มีผลต่อการดำเนินงานของสำนักงานตัวแทนประกันชีวิตในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 14(2), 45-55. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/242142>
- กุหลาบ ปุริสาร. (2561). แนวทางการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์สู่ผู้นำที่มีประสิทธิผลของผู้บริหารในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 8(1), 1-9.
- จารุวรรณ เมืองเจริญ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2562). การสร้างสรรค์นวัตกรรมกระบวนการทำงานที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 6(2), 73-88. <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jems/article/view/2391>
- จุฬารณณ์ โสตะ และ วิมา อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2564). การพัฒนา Soft Skill สำหรับผู้นำในสถานการณ์โควิด. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 11(4), 123-130. <https://casjournal.cas.ac.th/detiajournal.php?idupdate=&id=1604&position3=4&position=11>
- เจริญชัย เอกมาไพศาล และ เสาวณี จันทร์พงษ์. (2565). ความยืดหยุ่นในการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารภายใต้ภาวะวิกฤตการณ์โควิด-19. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 45(174), 53-78. http://doi.nrct.go.th/?page=resolve_doi&resolve_doi=10.14456/jba.2022.9
- ณรงค์ศักดิ์ ชงอาษา, กิตติมา จึงสุวดี, และ ธรรมวิมล สุขเสริม. (2565). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความเป็นผู้ประกอบการความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 12(4), 1626-1639. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/249796>
- ชนะวัฒน์ วิริต. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 6(2), 458-473. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jeir/article/view/256730>
- ธนินุช เร็วการ, ภัทรา ทิพย์ศรี, พนรัตน์ เตชะพันธ์รัตนกุล, และ มงคลกร ศรีวิชัย. (2566). อิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 10(2), 74-94. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/mmr/article/view/267405>
- ปกรณ์ โปรรุ่งโรจน์ และ ณกมล จันทร์สม. (2564). ปัจจัยด้านจรรยาบรรณ Soft Skill ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชตศาสตร์*, 15(42), 117-128. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/252492>
- พนิดา สัตโยภาส, อาชวิน ใจแก้ว, และ เพียงตะวัน พลอาจ. (2566). ผลกระทบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ SMEs ภาคอุตสาหกรรมการผลิตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารการจัดการและการพัฒนา*, 10(2), 167-183. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/269940>
- รุ่งทิwa ภิรมย์, อรพิน สันติธากุล, และ เขมกร ไชยประสิทธิ์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ในการปรับเปลี่ยนธุรกิจด้วยดิจิทัล. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 15(1), 48-60. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/256072>
- วารินทร์พร ฟังเฟื่องฟู. (2565). การเรียนรู้ทักษะชีวิตภายใต้ความปกติใหม่. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ*, 9(2), 149-157. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/rdi-arua/article/view/249012>
- วิชญา น้อยมาลา. (2564). ทักษะจำเป็นของการทำงานในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิชาการรัตนบุศย์*, 3(1), 47-57. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/rtnb/article/view/595>

- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2566). *จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2555-2565*. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://data.go.th/en/dataset/groups/https-sme-go-th-th-page-php-modulekey-348>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *ภาพรวม SME แยกรายจังหวัดหรืออุตสาหกรรม*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.smebigdata.com/home>
- สุคนธ์ทิพย์ อินทรกมล, สุมาลี รามัญญ์, และ ฉัญนันท์ บุญอยู่. (2565). อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและความมุ่งมั่นทุ่มเทในงานที่อยู่ในฐานะตัวแปรต้นกลางระหว่างความฉลาดทางอารมณ์สู่ผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 12(1), 60-69.
- อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง และ จิรัชยา เจียวีกัก. (2563). การถอดบทเรียนเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตในมนุษย์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 14(2), 241-250. <https://so02.tcithaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/185589>
- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Bergman, J., Jantunen, A., & Saksa, J. (2004). Managing knowledge creation and sharing—scenarios and dynamic capabilities in inter-industrial knowledge networks. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 63-76. <https://doi.org/10.1108/13673270410567639>
- Dean, S. A., & East, J. I. (2019). Soft skills needed for the 21st century workforce. *International Journal of Applied Management and Technology*, 18(1), 17-32. <https://doi.org/10.5590/IJAMT.2019.18.1.02>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Jantunen, A., Ellonen, H. K., & Johansson, A. (2012). Beyond appearances-do dynamic capabilities of innovative firms actually differ?. *European Management Journal*, 30(2), 141-155. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2011.10.005>
- Keith, T. Z. (2019). *Multiple Regression and Beyond: An Introduction to Multiple Regression and Structural Equation Modeling* (3rd ed.). Oxfordshire: Routledge.
- Mhalla, M. (2020). The Impact of Novel Corona virus (Covid-19) on the Global Oil and Aviation Markets. *Journal of Asian Scientific Research*, 10(2), 96-104. <https://doi.org/10.18488/journal.2.2020.102.96.104>
- Ngang, T. K., Mohamed, S. H., & Kanokorn, S. (2015). Soft skills of leaders and school improvement in high performing schools. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191, 2127-2131. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.652>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7%3C509::AID-SMJ882%3E3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7%3C509::AID-SMJ882%3E3.0.CO;2-Z)
- Teece, D.J., Peteraf, M., & Leith, S. (2016). Dynamic capabilities and organizational agility: risk, uncertainty, and strategy in the innovation economy. *California Management Review*, 58(4), 13-35. <https://doi.org/10.1525/cmr.2016.58.4.13>
- Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International journal of testing*, 3(2), 163-171. https://doi.org/10.1207/S15327574IJT0302_5
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.

คำแนะนำสำหรับการส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ข้อกำหนดหลัก

1. บทความที่แสดงเจตจำนงเพื่อตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จะต้องก่อให้เกิดประโยชน์แก่วงการวิชาการโดยตรง ซึ่งแสดงถึงการพัฒนา หรือต่อยอดองค์ความรู้ทางการบริหาร การบัญชี การเงิน การจัดการ การตลาด เศรษฐศาสตร์ การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬาและสหวิทยาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. บทความที่ประสงค์จะเผยแพร่จะต้องไม่มีเนื้อหาที่แสดงถึงการหมิ่นประมาท ดูหมิ่น ให้อับหรือยุยงให้เกิดความเกลียดชังต่อบุคคลหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง และการกระทำต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีงามของประชาชน ทั้งนี้ความคิดเห็นที่ปรากฏในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ถือเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนเพียงผู้เดียว โดยกองบรรณาธิการและคณะผู้จัดทำวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องและไม่รับผิดชอบต่อใด ๆ ทั้งสิ้น

3. บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการ เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเผยแพร่ของวารสารใดวารสารหนึ่งมาก่อน ทั้งการเผยแพร่ในรูปแบบของเล่มหรือ บางส่วนของข้อมูลหรือทั้งสองอย่าง

4. ข้อมูล ตาราง รูปภาพ แผนภาพ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และของผู้เขียน การคัดลอกหรือเผยแพร่จะต้องได้รับอนุญาตจากคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นลายลักษณ์อักษร

การพิจารณาบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการตรวจสอบและประเมินคุณภาพเบื้องต้น (Initial Review) จากกองบรรณาธิการวารสาร โดยกองบรรณาธิการวารสารจะตรวจสอบความเหมาะสมของหัวข้อและเนื้อหาของบทความ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร ประโยชน์ทางด้านทฤษฎีและทางด้านปฏิบัติ ความถูกต้องของรูปแบบการเตรียมบทความ ความซ้ำซ้อน และการคัดลอกวรรณกรรม (duplication and plagiarism) กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการรับ หรือปฏิเสธบทความเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิในขั้นตอนนี้ก่อนเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

หากบทความผ่านการ Initial Review แล้ว กองบรรณาธิการจะดำเนินการส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ท่าน ตรวจสอบและประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะส่งตีพิมพ์หรือไม่ โดยกระบวนการพิจารณา กลั่นกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ส่งบทความจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (double-blinded peer reviews) ระยะเวลาในการประเมินคุณภาพของบทความเป็นไปตามขั้นตอนการดำเนินงานของวารสาร

เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาประเมินกลั่นกรองบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ว่าบทความนั้นๆ ควรนำลงตีพิมพ์ หรือควรที่จะส่งให้กับผู้เขียนบทความแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง หรือปฏิเสธการลงตีพิมพ์ สำหรับบทความที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพตามผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วจะได้รับพิจารณาอนุมัติให้ตีพิมพ์บทความ ซึ่งในขั้นตอนสุดท้ายกองบรรณาธิการวารสารจะดำเนินการตรวจสอบการเขียนรายการอ้างอิงและพิสูจน์อักษรโดยอาจจะส่งบทความให้ผู้เขียนแก้ไขก่อนที่จะเผยแพร่บทความแบบออนไลน์ลงในเว็บไซต์ของวารสาร

จริยธรรมในการตีพิมพ์

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

1. กองบรรณาธิการมีหน้าที่ดำเนินการตรวจสอบเนื้อหาและคุณภาพของบทความทุกเรื่องที่ยื่นมา เพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์กับวารสาร โดยจะต้องพิจารณาความสำคัญ ความใหม่ ความเกี่ยวข้องกับขอบเขตและวัตถุประสงค์ของวารสาร เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของบทความก่อนที่จะตีพิมพ์
2. กองบรรณาธิการต้องพิจารณาคุณภาพบทความภายใต้หลักเกณฑ์ทางวิชาการเป็นหลักในการคัดเลือกบทความ โดยปราศจากอคติต่อผู้เขียนบทความ และไม่ใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์
3. ในกระบวนการประเมินบทความ กองบรรณาธิการต้องตรวจสอบการคัดลอกผลงานของบทความ (Plagiarism) หากตรวจพบการคัดลอกผลงานจะต้องระงับการประเมิน และติดต่อผู้เขียนเพื่อเป็นหลักฐานประกอบการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์
4. กองบรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนหรือผู้ประเมินบทความ และไม่แสวงหาประโยชน์จาก บทความทั้งในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง
5. กองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น แก้อไข หรือแทรกแซงเนื้อหาบทความ รวมถึงผลประโยชน์ของผู้ประเมินบทความ และต้องปกป้องข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความจากบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องในระหว่างกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์
6. กองบรรณาธิการจะต้องปรับปรุงวารสารอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษามาตรฐานและคุณภาพให้มีความทันสมัยเสมอ

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องพิจารณาคุณภาพบทความภายใต้หลักเกณฑ์ที่ถูกต้องตามหลักทางวิชาการ โดยไม่ใช้ความคิดเห็นส่วนตัว และต้องตระหนักว่าตนเองมีความรู้ความชำนาญในเนื้อหาของบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง
2. ผู้ประเมินบทความต้องมีความเป็นกลาง ไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน
3. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูลในบทความแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องได้รับรู้ในระหว่างการประเมินบทความก่อนที่จะทำการตีพิมพ์
4. ผู้ประเมินบทความต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์จากบทความ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดทำวารสาร
5. ผู้ประเมินบทความต้องทำการประเมินบทความตรงเวลาตามกรอบที่กำหนด
6. ผู้ประเมินบทความต้องช่วยเหลือการตัดสินใจของกองบรรณาธิการในการพิจารณาบทความก่อนที่จะตีพิมพ์ เช่น หากตรวจพบการคัดลอกผลงาน หรือการใช้ผลการวิจัยเท็จ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้เขียน

1. บทความที่ยื่นมาพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการส่งต้นฉบับเพื่อรอตีพิมพ์กับวารสาร หรือแหล่งเผยแพร่อื่น รวมถึงการไม่นำบทความไปตีพิมพ์เผยแพร่กับแหล่งอื่นหลังจากที่ได้รับการตีพิมพ์กับวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการแล้ว หากพบการตีพิมพ์ซ้ำซ้อนผู้เขียนจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในทุกกรณี

2. ผู้นิพนธ์ต้องตรวจสอบบทความทั้งในแง่รูปแบบและเนื้อหา โดยทำการอ้างอิงเอกสารวิชาการหรือผลงานผู้อื่นให้ถูกต้องครบถ้วนตามแบบฟอร์ม (template) ของวารสาร และไม่ทำการคัดลอกผลงานทั้งของตนเองและผู้อื่น
3. ผู้นิพนธ์ต้องเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้ประเมิน และพร้อมปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาตามคำแนะนำของผู้ประเมินและกองบรรณาธิการ เพื่อให้บทความถูกต้องตามมาตรฐานทางวิชาการและตรงตามตามรูปแบบของวารสาร
4. กรณีที่มีผู้นิพนธ์หลายคน ผู้ที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างแท้จริง และการส่งต้นฉบับบทความให้วารสารพิจารณาตีพิมพ์จะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้นิพนธ์ทุกคนแล้ว
5. หากผู้นิพนธ์ประสงค์จะกล่าวขอบคุณผู้มีส่วนช่วยเหลือในบทความ จะต้องขออนุญาตก่อนระบุในกิตติกรรมประกาศท้ายบทความนั้น ๆ เสียก่อน
6. กรณีที่บทความเกี่ยวข้องกับการวิจัยในคนหรือสัตว์ทดลอง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อศักดิ์ศรี สิทธิ และ ความปลอดภัยของมนุษย์ ขอให้ผู้นิพนธ์แนบหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์หรือสัตว์ทดลอง เพื่อเป็นหลักฐานประกอบการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์

หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับสำหรับผู้เขียนในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์

แนวทางการเขียนบทความวิจัย ให้เรียงลำดับตามหัวข้อ ดังนี้

1. บทคัดย่อ (Abstract)
2. บทนำ (Introduction)
3. วัตถุประสงค์ (Objective)
4. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)
5. วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)
6. ผลการวิจัย (Results)
7. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย (Conclusion and Discussion)
8. ข้อเสนอแนะ (Suggestions)
9. เอกสารอ้างอิง (References)

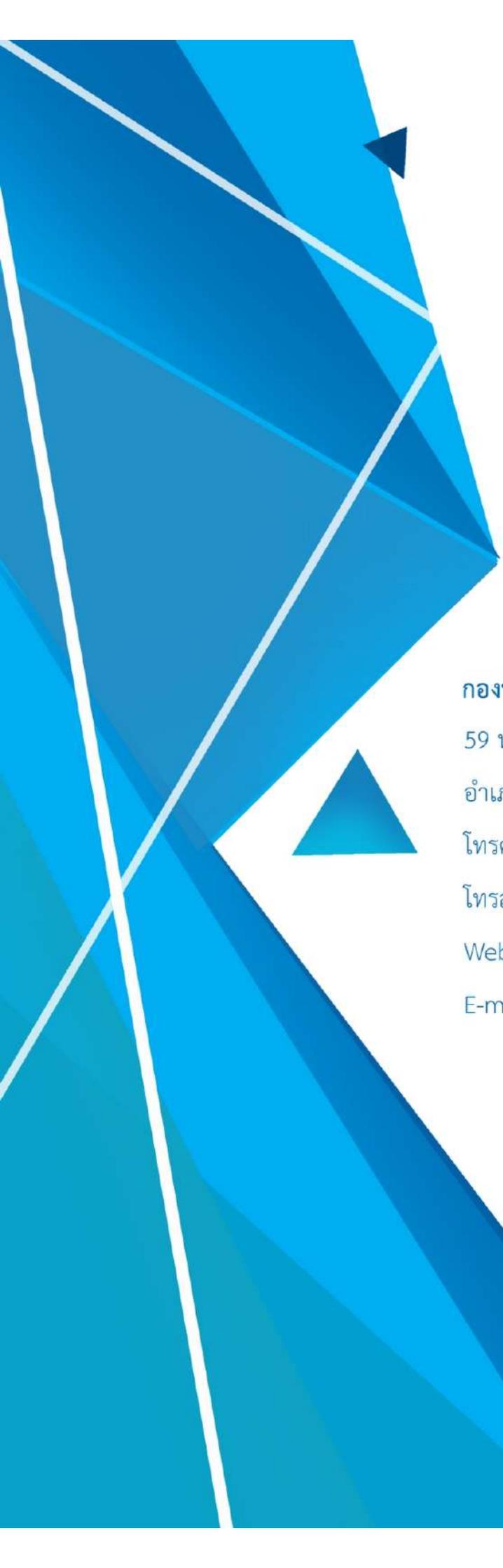
แนวทางการเขียนบทความวิชาการ ให้เรียงลำดับตามหัวข้อ ดังนี้

1. บทคัดย่อ (Abstract)
2. บทนำ (Introduction)
3. เนื้อหาบทความ (Content)
4. สรุป (Conclusion)
5. ข้อเสนอแนะ (Suggestion)
6. เอกสารอ้างอิง (References)

รายละเอียดการเตรียมบทความต้นฉบับ

1. บทความต้นฉบับต้องระบุ ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ ตำแหน่งทางบริหาร สถานที่ทำงานหรือสถาบันการศึกษาที่อยู่ติดต่อได้ และอีเมลล์ของผู้เขียนไว้ในหน้าแรกของบทความ
2. บทความต้นฉบับพิมพ์ลงเอกสารหน้าเดียว ควรมีความยาวไม่เกิน 20 หน้ากระดาษ A4 ตั้งค่าน้ำกระดาษ ดังนี้ บน (Top) 3.81 ซม., ล่าง (Bottom) 3 ซม., ซ้าย (Left) 3 ซม. และ ขวา (Right) 2.54 ซม.
3. ชื่อเรื่องภาษาไทย ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 Point ตัวหนา และชื่อเรื่องภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 Point ตัวหนา
4. มีบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 270 คำต่อบทคัดย่อ
5. หัวเรื่องหลัก เช่น บทคัดย่อ บทนำ วัตถุประสงค์ การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย สรุปและอภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง ภาษาไทยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 Point ตัวหนา และภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 Point
6. การพิมพ์เนื้อเรื่อง ภาษาไทยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point ภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point
7. ผู้ส่งบทความจะต้องเขียนอ้างอิงเอกสารตามรูปแบบที่วารสารกำหนด ต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการอ้างอิงก่อนส่งบทความต้นฉบับ

หมายเหตุ: ผู้ส่งบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับสำหรับผู้เขียนในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ มิเช่นนั้นทางวารสารขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการตอบรับบทความ



Journal of Liberal Arts
and Management Science
Kasetsart University

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

59 หมู่ 1 ถนน วปรอ. 366 ตำบลเชียงเครือ

อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร 47000

โทรศัพท์: 0-4272-5039

โทรสาร: 0-4272-5040

Website: <http://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam>

E-mail: id.journaloflams@gmail.com