



วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น

Academy Journal of Northern

ISSN : 2651 - 1509

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม - มีนาคม 2563

การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ สุริย์พร สลับสี และพงษ์พัฒน์ วัฒนพงศ์ศิริ.....	1
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา จังหวัดลำปาง กิตติคุณ เกรียงกำารกิจ และกึ่งดาว อาภาพรหาญ.....	16
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ชรินทร์ โคตรพันธ์, ปิยะธิดา ขวัญญา, เพ็ญศรี ป่ากรียงไกร, อนุชา ปัญญาเย็นและเหนือขวัญ บัวเพื่อน.....	26
การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” กิตติพงศ์ รัตนวงกต, สุปรานี ทับมงคล และเทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร.....	37
คุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจะเซียงเกรา วัลลภย์ เขตกลาง และรชพล ศรียาวรส.....	44
การวิเคราะห์ปัจจัยการใช้แก๊สโซฮอลล์ ของรถยนต์ส่วนบุคคล ชัยนิกร กุลวงษ์, สวอน วงษ์ชลิตกุล และมารุต โคตรพันธ์.....	55
การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าและปริมาณการส่งออกยาวพาราของไทยในประเทศสิงคโปร์ อภิสิทธิ์ หะยัฎมา และชนวิทย์ บุญสิทธิ์.....	65
ความสามารถในการทำกำไรจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะรา อำเภอมะเณร จังหวัดตาก ยุพิน มีใจเจริญ และสรินยา สุภัทรานนท์.....	79
การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านในการทอผ้าไหม อำเภอบึงขัง จังหวัดนครราชสีมา อรณิษา ทศดา, สุกัญญา ใจอดทน และศิริกาญจนา พิลาบุตร.....	88



สารบัญ

หน้า

การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ สุรีย์พร สลับสี และพงษ์พัต วัฒนพงศ์ศิริ.....	1
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา จังหวัดลำปาง กิตติคุณ เกร็งกำจรกิจ และกิ่งดาว อาจคงหาญ.....	16
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน ในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ชรินทร์ โคตรพันธ์, ปิยะธิดา ขวัญญา, เพ็ญศรี ปาเกรียงไกร, อนุชา ปัญญาเย็น และเหนือขวัญ บัวเฟื่อน.....	26
การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่อง “ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” กิตติพงศ์ รัตนวงกต, สุปราณี ทัพมงคล และเทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร	37
คุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา วัลณีย์ เขตกลาง และรชพล ศรีขาวรส.....	44
การวิเคราะห์ปัจจัยการใช้แก๊สโซฮอลล์ ของรถยนต์ส่วนบุคคล ชัยนิกร กุลวงษ์, สงวน วงษ์ขวลิตกุล และมารุต โคตรพันธ์.....	55
การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทย ในประเทศสิงคโปร์ อภิสิทธิ์ หะยิอูมา และธนวิทย์ บุญสิทธิ.....	65



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ความสามารถในการทำกำไรจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะรา อำเภอมะรุม จังหัดตาก ยุพิน มีใจเจริญ และสรินยา สุภัทรานนท์.....	79
การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านในการทอผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา อรณิชา ทศตา, สุกัญญา ใจอดทน และศิริกาญจนา พิลาบุตร.....	88



การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี
และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ

The Management of Sustainable Community-Based Tourism:
A Case Study of Bangplee Floating Market and Wat Bangplee Yainai,
Samutprakarn

สุรีย์พร สลับสี¹ พงษ์พัทธ์ วัฒนพงศ์ศิริ²

Sureeporn Salapsri Pongpat Wattanapongsiri

Received: 10 January 2020; Revised: 2 February 2020; Accepted: 10 February 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวชุมชนแห่งนี้ เพื่อนำมาสู่การสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนบางส่วน และใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติอ้างอิง และสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ มีการจัดการการท่องเที่ยวที่สำคัญใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนแห่งนี้มีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้จักขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตริมน้ำ เช่น กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านริมน้ำ รวมทั้งการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนมากขึ้น ชุมชนตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน และหน่วยงานภาครัฐ ยังได้ร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาดและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวชุมชน ตลาดน้ำโบราณบางพลี วัดบางพลีใหญ่ใน

¹ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เบอร์โทรศัพท์ 0-2325-2010

² สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เบอร์โทรศัพท์ 0-2325-2010

ABSTRACT

The purposes of this research were: to explore the management of sustainable community-based tourism : A Case Study of Bangplee Floating Market and Wat Bangplee Yainai, Samutprakarn, to survey the satisfaction of tourists, and to suggest the guidelines of sustainable tourism development and management. This research was a mix method; interviews collect from the staff of government, private sectors, and tourism entrepreneurs and questionnaires collect from 385 people by using a descriptive method to analyses the text data. The result showed that tourists overall satisfaction levels were high. The management of tourism are enhancing a tourism capacity such as history, culture, riverside community and promoting Bangplee Floating Market and Wat Bangplee Yainai, Samutprakarn' community to be a learning center by tourism activities as a boat views of river, kayaking and others, and tourism management should establish facilities and promote conservation of natural resources.

Keywords: Community-based Tourism, Bangplee Floating Market, Wat Bangplee Yainai

บทนำ

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ และเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนระบบการท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบของการท่องเที่ยวชุมชน (Community - based Tourism) นั้น เป็นแนวทางที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นที่จะสร้างความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ปัจจุบันรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกคาดหวังให้เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น ทั้งกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม การสร้างงาน การกระจายรายได้สู่ชุมชน ไปจนถึงการแก้ไขปัญหาความยากจน ดังนั้น การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนจะมีความยั่งยืนได้นั้น จะต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการของชุมชน การสร้างเครือข่ายของชุมชน รวมไปถึงการต่อยอดในเรื่องของการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย (พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, 2557)

จังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดหนึ่งที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นด้านอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัด ฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์ให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นและพึงพอใจต่อมาตรฐานความปลอดภัยและการให้บริการ และสิ่งสำคัญคือ ต้องการ

ให้ชุมชนต่าง ๆ มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ จังหวัดสมุทรปราการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลากหลาย อาทิ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากมีพื้นที่ติดต่อกับกรุงเทพมหานครและจังหวัดปริมณฑลที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ทั้งนี้สามารถเดินทางไป-กลับได้เพียง 1 วัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทางจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการในปี 2559 มีมากถึง 2,896,849 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559) และในอนาคตนั้นจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งเป็นผลมาจากการเดินทางที่สะดวกจากรถไฟฟ้า และการจัดระบบจราจรที่มีประสิทธิภาพผนวกกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว แบบ One Day Trip (กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ, 2560)

ทั้งนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในภาครัฐ เอกชน หรือชุมชนท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ชุมชน หรืออยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ดังนั้น จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ชุมชน รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้น การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนจึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน มีการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพ ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

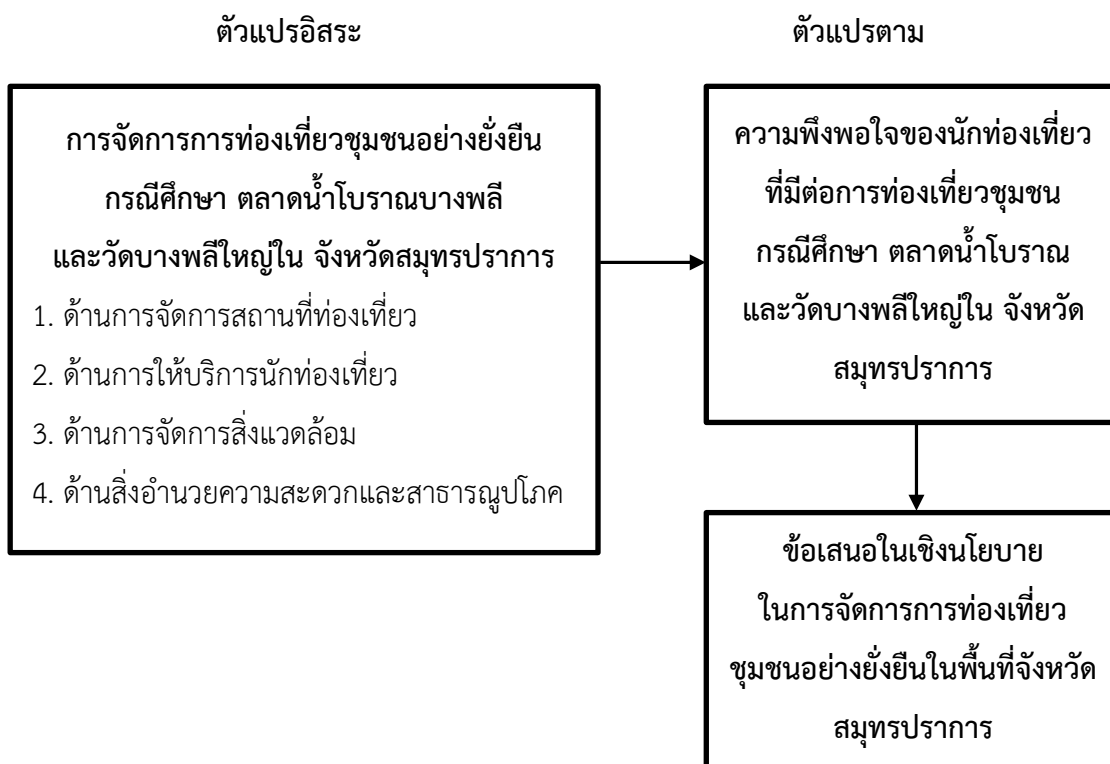
ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นชุมชนต้นแบบสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ โดยเหตุผลสำคัญในการเลือกศึกษาชุมชนแห่งนี้เนื่องจากแต่เดิมโดยพื้นฐานแล้วเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย มีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมอยู่มาหลายชั่วอายุคน ดำรงชีวิตเรียบง่าย ไม่นิยมทำธุรกิจบริการหรือธุรกิจท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันชุมชนแห่งนี้ได้มีการปรับตัวโดยอาศัยการเข้ามาของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน โดยอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตและทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นให้มีความยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ

3. เพื่อสร้างข้อเสนอในเชิงนโยบายในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยเชิงผสมผสาน (Mix Research) ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ร่วมกันดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ผู้ที่รับผิดชอบในการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ชาวบ้านในชุมชน หน่วยงานรัฐบาล และผู้ประกอบการการท่องเที่ยว รวมทั้งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม จากการให้บริการต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ในส่วนของวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะจัดทำบันทึกภาคสนาม (Field Note) จากการสัมภาษณ์และการสังเกต พร้อมทั้งจัดทำรายละเอียดจากการเก็บข้อมูล

(Transcripts) และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสรุปใจความสำคัญ (Thematic Analysis) เพื่อตอบคำถามในการวิจัย

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยใช้กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งใช้สูตรของ W.G. Cochran (1977) ในการคำนวณ ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งแบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค

จากนั้น ได้นำแบบสอบถามส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแล้วมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุ ประสงค์กับ ข้อคำถาม (Index of item-objective congruence หรือ IOC) โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับวัดบางพลีใหญ่ใน ได้แก่ วัดบางโกลนนอก จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันคือ มีสถานที่ทำบุญและตลาดอยู่ภายในวัด จำนวน 30 คน เพื่อเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.873 จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างจริง คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 385 ราย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ใช้สถิติการทดสอบค่าที (T-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มและการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มไปโดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ในการวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค มีผลการวิจัยดังนี้

1.1 ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว

“ตลาดน้ำโบราณบางพลี” เป็นตลาดเก่าแก่อายุกว่า 150 ปี ซึ่งตลาดน้ำบางพลีเป็นชุมชนใหญ่ชุมชนหนึ่งและมีความรุ่งเรืองมากในอดีต เป็นตลาดขนส่งสินค้า และผู้โดยสาร จากภาค

ตะวันออกชายฝั่งทะเลกรุงเทพมหานคร การเดินทางในสมัยก่อน ใช้เรือเป็นพาหนะเดินทางมาค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าจะอยู่ในคลองสำโรง ตลาดน้ำบางพลีถือเป็นตลาดน้ำประวัติศาสตร์แห่งหนึ่ง มีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและมี วัฒนธรรมที่งดงามสั่งสมอยู่มากมาย วัดบางพลีใหญ่ในเป็นชื่อของวัดพระอารามหลวงชั้นตรีที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานและมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งหนึ่งในประเพณีวิถีชีวิตของชุมชนแห่งนี้ ก็คือ ประเพณีรับบัว หรือ โยนบัว ที่พอถึงวันขึ้น 14 ค่ำ เดือน 11 ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในละแวกชุมชนตลาดน้ำ ก็จะตื่นเช้าออกมาร่วมกันโยนบัว เพื่อสักการะองค์หลวงพ่อดำที่ล่องเรือมาตามลำคลองสำโรง ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนแห่งนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ประชาชนในท้องถิ่น รวมทั้งผู้ประกอบการได้ร่วมกันในการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้มีความยั่งยืน สะดวก และเป็นที่พักพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “ในส่วนของสถานที่ทำบุญถ้าเป็นวันพระจะมีสถานที่สำหรับทำบุญตักบาตรและฟังพระสวดมนต์ที่ศาลา หากใครต้องการมาทำบุญปิดทองหลวงพ่อดำทางเรามีบริการดอกไม้ ธูป เทียน สามารถนำไปบูชาองค์หลวงพ่อดำในพระอุโบสถได้เลย” (คำสัมภาษณ์ พระราชเสนาบดี,เจ้าอาวาสวัดบางพลีใหญ่ใน)

“ส่วนร้านค้าเราจัดให้มีล้อคตามถนนซึ่งมีทั้งหมด 350 ล้อคแม่ค้าที่ค้าขายมานานให้เป็นเจ้าของล้อค ส่วนแม่ค้าใหม่ให้เข้ามาขายได้เวลา 08.45 กรณีมีเทศกาลสำคัญ ทางเราจะเปิดโซนให้ใหม่ และในส่วนการจัดระเบียบการจราจรบริเวณวัด ตามถนนเรามีอาสาสมัครจราจร และตำรวจอีก 2 นาย คอยดูแลตามถนนอำนวยความสะดวกบนถนน เมื่อรถเข้ามาในบริเวณวัดเราจะมีที่จอดรถให้ และมีอาสาสมัครจราจร คอยอำนวยความสะดวกในที่จอดรถให้ อปกร. ที่อยู่ตามถนนก็จะคอยอำนวยความสะดวกให้รถวิ่งเข้ามาภายในวัดได้คล่องตัว ส่วน อปกร. ที่อยู่ภายในวัดก็จะคอยอำนวยความสะดวกให้รถวิ่งเข้า-ออกภายในวัดสะดวกและคล่องตัวขึ้น แต่เนื่องจากการจราจรในเขตบางพลีถนนแคบมาก ทางเราจึงจัดการไม่ได้มากเท่าไร แต่เราก็พยายามทำให้การจราจรคล่องตัวขึ้น” (คำสัมภาษณ์ นายชินทร์ สว่างแก้ว,ผู้อำนวยการวัดบางพลีใหญ่ใน)

1.2 ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ให้ความสำคัญกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยมีเจ้าหน้าที่อาสาสมัครในชุมชน ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการจัดการแบ่งแยกโซนพื้นที่การทำงานกันอย่างชัดเจน ทั้งในส่วนของบริษัทตลาดน้ำโบราณบางพลี และบริเวณวัดบางพลีใหญ่ใน ซึ่งใช้เป็นสถานที่ในการประกอบพิธีทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงของวันหยุด จะมีจำนวนเจ้าหน้าที่อาสาสมัครจำนวนมากขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้นด้วย

ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “ทางเรามีบริการทุกด้าน จันทร์-ศุภร์ จะมีเจ้าหน้าที่อยู่ตามแผนกต่างๆ 80 คน แต่ถ้าเป็นวันเสาร์-อาทิตย์จะมีอยู่ประมาณ 100 กว่าคนคอยแนะนำอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวต้องการจะทำบุญ ก็มีดอกไม้ ธูป เทียน จำหน่าย เพียงแค่นำปัจจัย 20 บาท หยอดลงตู้บริจาคก็สามารถนำดอกไม้ ธูป เทียน ไปบูชาองค์หลวงพ่อดำได้เลย หากต้องการไปทำบุญตรงไหนก็สามารถเดินไปได้เลย บางอาทิตย์ก็มีอาหารคาวหวานมาให้บริการฟรีแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

ในส่วนของด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เรามี อปพร. และกล้องวงจรปิด ทุกถนนทุกจุดสามารถตรวจสอบได้ตลอด มี อปพร.เดินอยู่ตามถนนใช้วอล์กในการสื่อสารตรงไหนที่เกิดปัญหาทางเราจะให้ อปพร. ที่อยู่ตามจุดต่างๆเข้าไปตรวจดู ค่อนข้างจะปลอดภัย เนื่องจากมีศูนย์อำนวยความสะดวกคอยดูแลกล้องวงจรปิดอยู่และมีศูนย์กระจายข่าวที่เราสามารถประกาศได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นของหาย หรือสิ่งของไว้ทางเราก็จะประกาศให้เจ้าของมารับคืน คือของหายได้คืน เราจะมีกำนันป้องกันตลอดให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะรถเมื่อนักท่องเที่ยวจอดไว้แล้ว ก็จะมี อปพร. คอยตรวจตราอยู่” (คำสัมภาษณ์ นายชินทร์ สว่างแก้ว, ผู้อำนวยการวัดบางพลีใหญ่ใน)

1.3 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาตินั้น เนื่องจากตลาดน้ำโบราณบางพลีเป็นตลาดเก่าแก่ตั้งอยู่ริมคลองสำโรง อยู่ใกล้กับวัดบางพลีใหญ่ใน เดิมมีชื่อว่า “ตลาดศิริโสภณ” สันนิษฐานว่าชาวจีนเป็นผู้เข้ามาเปิดร้านในตลาดนี้ราว พ.ศ. 2400 ตรงกับรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) เดิมเป็นชุมชนใหญ่มีความรุ่งเรืองมากในอดีต โดยเป็นตลาดขนส่งจากภาคตะวันออกชายฝั่งทะเลสู่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากการคมนาคมในสมัยนั้นใช้เส้นทางเรือเป็นหลัก ดังนั้น จากความสำคัญของพื้นที่ที่ตั้งอยู่ริมคลอง จึงมุ่งเน้นการรักษาความสะอาดเป็นสำคัญ โดยมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ทั้งขยะให้เหมาะสม ไม่ทิ้งสิ่งปฏิกูลลงในลำคลอง รวมถึงอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยการเพิ่มจุดทิ้งขยะให้มากขึ้นด้วย

ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “ในเรื่องของความสะอาดเรามีพื้นที่ที่จะทิ้งขยะได้ มีถังขยะตามจุดต่างๆ ตั้งอยู่เยอะพอสมควร เพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นถังขยะอยู่ใกล้ๆแล้วจะไม่ทิ้งขยะลงตามพื้นตามที่นั่งพัก รวมทั้งมีเจ้าหน้าที่คอยเดินตรวจและตักเตือนคนที่ทิ้งขยะไม่ถูกที่ด้วย” (คำสัมภาษณ์ นายชินทร์ สว่างแก้ว, ผู้อำนวยการวัดบางพลีใหญ่ใน)

“ในส่วนของตลาดน้ำโบราณบางพลีมีการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณริมคลองได้รับความช่วยเหลือจากทางเทศบาลตำบลบางพลีให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่อยู่ริมคลองโดยให้วางขยะไว้บริเวณริมคลองก็จะมีทางเจ้าหน้าที่เข้าไปเก็บ อีกปัญหาคือผักตบชวา ตลาดเราอยู่ปลายน้ำก็จะมีพวก

ผักตบชวาลอยมาตรงนี้ก็จะมีเจ้าหน้าที่ของทางเทศบาลเข้ามาเก็บผักตบชวา” (คำสัมภาษณ์ นายชะออม สังข์ทอง,รองนายกเทศมนตรีตำบลบางพลี)

1.4 ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดและสาธารณูปโภค

ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการนั้นจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชนบางพลี มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้น จึงต้องมีการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและความสะอาดและสาธารณูปโภคต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะอาดและพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยอาศัยความร่วมมือในการจัดการจากภาคส่วนต่าง ๆ เช่น บริการห้องน้ำ บริการเก้าอี้สำหรับนั่งพัก เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐในการปรับปรุงซ่อมแซมถนนที่ชำรุด การอำนวยความสะดวกในช่วงหยุด รวมถึงการทำป้ายบอกทางที่มีจำนวนมากขึ้นและมีความชัดเจนในการเดินทางเข้ามายังตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ในได้สะดวกยิ่งขึ้น

ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “ในส่วนของสิ่งแวดล้อมและความสะอาดและสาธารณูปโภค ทางเรามีน้ำดื่มเป็นแก้วให้แก่นักท่องเที่ยวฟรีตลอดทั้งวัน ห้องน้ำของเราเป็นห้องน้ำไฮเทคมีความสะอาดและสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ หากนักท่องเที่ยวต้องการจะชาร์ตแบตเตอรี่โทรศัพท์ทางวัดก็มีไฟฟ้าให้ใช้ได้ใช้ไม่มีปิดกั้น ตู้เอทีเอ็มก็มีให้บริการทุกธนาคาร” (คำสัมภาษณ์ นายชินทร์ สว่างแก้ว, ผู้อำนวยการวัดบางพลีใหญ่ใน)

“เทศบาลตำบลบางพลีได้เห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ดังนั้น จึงได้จัดสิ่งแวดล้อมและความสะอาดให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ของเทศบาล ฯ รวมไปถึงการซ่อมแซมถนนหนทางที่อาจชำรุดเนื่องจากมีการสัญจรไปมาบริเวณนั้นเป็นจำนวนมาก เพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นได้รับความสะอาดสบายสูงสุด” (คำสัมภาษณ์ นายชะออม สังข์ทอง,รองนายกเทศมนตรีตำบลบางพลี)

2. ในส่วนวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ปรากฏดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากที่สุด คือ ร้อยละ 65.70 และเพศชาย ร้อยละ 34.30 มีอายุ 21 – 30 ปี มากที่สุด คือ ร้อยละ 39.50 รองลงมา มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 24.90 อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 21.30 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 11.40 และอายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.90 ตามลำดับ เป็นนักเรียน นักศึกษามากที่สุด คือ ร้อยละ 40.30 รองลงมา มีอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 40.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 10.10 และอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 2.90 ตามลำดับ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด คือ ร้อยละ 35.60 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 29.90 มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 19.20 และรายได้มากกว่า 20,001 บาท ร้อยละ 15.30 ตามลำดับ มีภูมิลำเนา

อยู่ภาคกลาง ร้อยละ 53.20 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 36.10 ภาคเหนือ ร้อยละ 7.00 และภาคใต้ ร้อยละ 3.60 และมีผลการวิเคราะห์ ๓ ได้จากตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ (n=385)

ประเด็นการจัดการการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1.ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว	3.93	.66	มาก	3
2.ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว	3.78	.67	มาก	4
3.ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	3.98	.72	มาก	1
4.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค	3.96	.70	มาก	2
รวม	3.91	.60	มาก	-

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวพอใจด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) และด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้จากตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ (n=385)

เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	p
ชาย	132	3.84	.61	-1.626	.105
หญิง	253	3.95	.59		

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ทัศนศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ๆ กับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ทัศนศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ (n=385)

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	9.537	4	2.384	7.161	.000*
	ภายในกลุ่ม	126.515	380	.333		
	รวม	136.052	384			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	8.302	4	2.075	6.174	.000*
	ภายในกลุ่ม	127.751	380	.336		
	รวม	136.052	384			
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	4.797	3	1.599	4.642	.003*
	ภายในกลุ่ม	131.255	381	.345		
	รวม	136.052	384			
ภูมิลำเนา	ระหว่างกลุ่ม	5.172	3	1.724	5.019	.002*
	ภายในกลุ่ม	130.880	381	.344		
	รวม	136.052	384			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ทัศนศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน ทำให้วิเคราะห์ได้ถึงเอกลักษณ์ของชุมชนแห่งนี้ ได้ดังนี้

1.1 ชุมชนแห่งนี้มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาช้านาน ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม มีการจับปลาในลำคลองมาใช้ในการดำรงชีวิต และในปัจจุบันถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีความก้าวหน้าแต่ความเป็นชุมชนดั้งเดิมยังมีอยู่ ชาวบ้านส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในชุมชนก็เป็นคนในพื้นที่มาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน มีการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 มาใช้ในการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่แบบพอเพียงเข้ากับวัฒนธรรมชุมชนได้ การมีการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนนั้นมีผลดีทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี แต่จะต้องมีการพัฒนาที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลักด้วย

1.2 ชุมชนแห่งนี้มีวิถีชีวิตที่แตกต่างจากชุมชนทั่วไป เพราะนอกจากจะอาศัยอยู่บนฝั่งแล้วยังมีการปลูกบ้านอาศัยอยู่ริมน้ำ หรือเรียกว่า “วิถีชีวิตริมน้ำ” เพราะทุกบ้านจะใช้เวลาเดินทางโดยเรือเป็นส่วนใหญ่ เพราะมีความสะดวก สบายเป็นอย่างมาก แต่ในปัจจุบันนี้การเดินทางทางเรือก็ได้ลดความนิยมลงไป มีการใช้รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เพราะสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการเดินทางมากขึ้น แต่ในปัจจุบันเรายังสามารถเห็นชีวิตริมน้ำของชุมชนแห่งนี้ได้ ประกอบกับชุมชนแห่งนี้อยู่ใกล้กับ “วัด” อันเป็นสถานที่ทางพระพุทธศาสนา และมีความผูกพันกับวิถีชีวิตคนไทยมาช้านาน จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ปัจจุบันทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนได้ร่วมมือกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดและสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอย่างมาก

1.3 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ มีดังนี้ ชุมชนแห่งนี้เป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นแหล่งอาศัยของสัตว์น้ำนานาชนิด ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนจึงมีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้จักขนบธรรมเนียมและวิถีชีวิตริมน้ำ ตัวอย่างเช่น กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านริมน้ำ เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยม ในอดีตชาวบ้านจะเดินทางโดยเรือเป็นส่วนใหญ่ เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่มีบ้านติดริมน้ำ การเดินทางโดยเรือจึงเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกสบายที่สุด ดังนั้น การนั่งเรือผ่านบ้านเรือนริมสองฝั่งคลอง ทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นความเป็นอยู่ของชาวบ้านสองฝั่งริมน้ำได้อย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวบางคนมีการพักแรมกับชาวบ้านเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านริมน้ำ รวมไปถึงกิจกรรมพายเรือคายัก เป็นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ เพราะ

นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังได้สัมผัสกับสัตว์ในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวที่พายเรือคายักเจ้าหน้าที่จะคอยดูแลและจะมีอุปกรณ์ที่ใส่เพื่อป้องกันอันตราย อาทิ หมวกนิรภัย เสื้อชูชีพ เป็นต้น

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ มาอภิปรายผลเพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี เป็นนักเรียน นักศึกษามากที่สุด มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลางโดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นมาตั้งแต่กำเนิด ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความเห็นในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ ทำให้ชุมชนตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ในเปลี่ยนแปลงไปมีความเจริญมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสาธารณูปโภคเพื่ออำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชน เช่น ซ่อมแซมถนนที่ชำรุด ทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนและเพียงพอ มีการให้บริการนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและทั่วถึง เช่น บริการเรือข้ามฟาก เจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย การให้คำแนะนำให้ข้อมูลเรื่องต่าง ๆ ผู้ประกอบการร้านค้าให้บริการสุภาพและตั้งราคาสินค้าอย่างเป็นธรรม เป็นต้น นอกจากนี้ ชุมชนตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน และหน่วยงานภาครัฐ ในจังหวัดสมุทรปราการยังได้ร่วมกันจัดกิจกรรมสร้างเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาดด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณมน จันทดิษฐ์ (2552) ที่ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าอยู่ในระดับมาก

นอกจากนี้ยังมีความเห็นจากนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประชาชนในชุมชนนั้นเองว่า คนในชุมชนแห่งนี้มีความภาคภูมิใจในการเปิดชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมและมีชื่อเสียงในจังหวัดสมุทรปราการด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 18-19) กล่าวคือ การพัฒนาแบบยั่งยืนควรจะคำนึงถึงความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ว่า คนในชุมชนต้องการที่จะเปิดชุมชนของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ หากไม่พร้อมที่จะเปิดชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวก็ควรจะชะลอไปก่อน มิฉะนั้นจะเกิดการทะเลาะเบาะแว้งกันของคนในชุมชน ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของชุมชนแย่ลง แต่ถ้าหากคนในชุมชนพร้อมใจกันเห็นด้วย กับการเปิดชุมชนให้เป็น

แหล่งท่องเที่ยว นั้น จะต้องเตรียมความพร้อมทุก ๆ ด้าน ทั้งการจัดการแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการนักท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์ในชุมชนให้เกิดความยั่งยืนสืบต่อไป

อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ยังได้สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนมากขึ้น จากการค้าขายสินค้าชนิดต่าง ๆ รวมไปถึงการเกิดอาชีพใหม่ ๆ ของคนในชุมชน ตามที่ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 30-31) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญในพื้นที่เมื่อการท่องเที่ยวเข้าไปถึงยังชุมชนนั้น ๆ ก็จะทำให้เกิดเศรษฐกิจที่ดีต่อชุมชนนั้น ๆ และยังสามารถคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพร ทาวิกุล (2544) และวีระศักดิ์ กราปัญจะ (2554) ที่พบว่า เมื่อมีการพัฒนาทางการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้ชุมชนมีระบบเศรษฐกิจที่ดีขึ้นมีการปรับปรุงสาธารณูปโภคเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกทั้งยังทำให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดรายได้จากการท่องเที่ยว เช่นการขายของที่ระลึกหรือสินค้า O-TOP นอกจากนี้ยังมีการนำสินค้าทะเลมาแปรรูปให้อยู่ในของแห้งเพื่อนักท่องเที่ยวซื้อไปฝากญาติ พี่น้องหรือบุคคลที่ตนสนิทหรือรู้จัก

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เป็นประชาชนในละแวกใกล้เคียงชุมชนตลาดน้ำโบราณ และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ยังมีความเห็นที่ว่าสิ่งสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน คือ การสร้างจิตสำนึกร่วมกันของคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต และร่วมกันสืบสานประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 18-19) กล่าวคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องคำนึงถึงประชาชนในการมีส่วนร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวซึ่งจะทำให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์อะไรบางอย่างจากการท่องเที่ยว และพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดังกล่าวให้ดีขึ้นด้วย และควรคำนึงถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่ว่า จะถูกกระทบหรือถูกทำลายหรือไม่ ซึ่งจะเป็นแนวทางพิจารณาในการดูแลรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และดำรงรักษาวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามของท้องถิ่น อีกทั้งคำนึงถึงสิ่งปลูกสร้างในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ว่า มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของชุมชนหรือไม่ ชุมชนเน้นการจัดการความสะอาด ความสะดวกสบายตามมาตรฐานสากลหรือไม่ ทำให้สะท้อนถึงความสำเร็จที่เกิดขึ้นสามารถทำให้เกิดเอกลักษณ์ที่มีเสน่ห์เฉพาะตัวของท้องถิ่นตามมาตรฐานสากล ทั้งนี้ จากการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนกรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบางพลี และวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ให้มีความยั่งยืนนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือในการจัดการ และการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการเอกชน และประชาชนในชุมชน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญสำคัญในการขับเคลื่อนให้ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน อีกทั้ง ยังต้องอาศัยข้อมูลจากการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามผู้ให้บริการหรือนักท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อให้ทราบผลของ

การบริการ และนำมาปรับปรุงแก้ไขการจัดการ และการบริการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้มากขึ้น โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกคนอื่น ๆ ในชุมชนอาจจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว แต่เป็นการมีส่วนร่วมในฐานะการเป็นเจ้าของที่ดี ร่วมต้อนรับหรือแสดงออกถึงการต้อนรับเวลาที่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นคนภายนอกเดินทางเข้ามาในชุมชน นอกจากนี้ ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือจัดการความรู้ภายในชุมชน เพื่อให้สมาชิกคนอื่น ๆ ได้มีโอกาสเรียนรู้และร่วมพัฒนาทิศทางการเติบโตของชุมชน

2. ควรมีการฝึกอบรม ให้ความรู้แก่บุคลากรผู้ทำหน้าที่ให้บริการ ตลอดจนจัดให้มีการศึกษาดูงานฝึกปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง มีระบบการควบคุมและประเมินผลเป็นอย่างดี โดยอาศัยความร่วมมือจากทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และประชาชนในชุมชน เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนแห่งนี้มีความยั่งยืน

3. ควรปรับปรุงแก้ไขการบริหารจัดการท่องเที่ยวในบางส่วนที่ได้รับข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว เช่น ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมปัญหาหลักที่พบ จะเป็นเรื่องที่จอดรถ เช่น หาที่จอดรถยาก ที่จอดรถคับแคบ ลานจอดรถควรมีทางเข้าและออกให้ชัดเจนมากกว่านี้ และควรมีถังขยะให้มากกว่านี้ รวมถึงด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมปัญหาหลักที่พบ จะเป็นเรื่องความสะอาดบริเวณริมแม่น้ำ น้ำคลองมีสีดำและส่งกลิ่น ควรมีการจัดการในเรื่องความสะอาดของคลองบริเวณตลาดน้ำโบราณบางพลีให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2559). สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2559. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก www.tourism.go.th/view/1/สถิตินักท่องเที่ยว/วันที่ค้นข้อมูล: 14 ธันวาคม 2560.

กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ. (2559). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก www.tourism.go.th (วันที่ค้นข้อมูล: 14 ธันวาคม 2560).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). การจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุคส์แอนด์มัลติมีเดีย.

ปรีชา แดงโรจน. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ไฟวแอนดโฟร์ พรินติ้ง.

- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. การศึกษาเฉพาะบุคคลตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิต
วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคก
ไคร จังหวัดพังงา. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 7 (3).
- วรรณมน จันทิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณี
ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. การศึกษาเฉพาะบุคคลตามหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีระศักดิ์ กราปญจะ. (2554). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ป่าชุมชนบานอ
ท่าเลน –บ้านทาพร ตำบลเขาทอง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. การศึกษาอิสระปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุถิ เสริฐศรี. (2557). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโค่น อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ
อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3d ed. New York : John Wiley and Sons Inc.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา
จังหวัดลำปาง

Factors influencing the purchase of souvenirs of Thai tourists: a case
study of Lampang Province

กิตติคุณ เกร็งกำจรกิจ¹ และกิงดาว อางคงหาญ²
Kittikhun Kreangarmjornkit and Kingdao Artkongharn

Received: 15 January 2020; Revised: 7 February 2020; Accepted: 14 February 2020

บทคัดย่อ

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าประเทศไทยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงให้สังคมเศรษฐกิจ (Social economy) เติบโตโดยเฉพาะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Economic of tourist) เนื่องจากประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสถานที่ที่เกิดขึ้นโดยฝีมือมนุษย์ และสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติในพื้นที่ประเทศไทยส่วนใหญ่มีมาตั้งแต่จุดกำเนิดโลกตลอดมา จนถึงยุคสมัยแบ่งแยกดินแดนเป็นอาณาเขตต่างๆ ก่อให้เกิดเป็นสถานที่สวยงามมากมายตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น ต่อมาได้เกิดแนวคิดมีการพัฒนาจากชาวบ้านทำสถานที่ตามธรรมชาติที่สวยงามนั้นๆ เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและยังมีของที่ระลึกจำหน่ายขึ้นอีกมากมาย

คำสำคัญ : ของที่ระลึก, นักท่องเที่ยว

¹ อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวฯ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

² อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวฯ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Abstract

At present, it can be seen that Thailand is a social economy that grows especially in the economy of tourist, because Thailand has many tourist attractions, both naturally occurring places and places that occur. By human skill And places that occur naturally in most areas of Thailand, ranging from the global point of time until the separatist era to various territories Causing many beautiful places in nature, such as forests, mountains, waterfalls and sea water, etc. Later, the concept was developed from the villagers to make beautiful natural places. Opened as a tourist attraction in the community and there are many souvenirs sold.

Keywords: souvenirs, tourists

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่องมาตลอด มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวมีผลในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม ในรูปของการบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและในรูปของสินค้า รัฐบาลจึงได้มีนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยพยายามสร้างค่านิยมกระตุ้นให้คนไทยได้เดินทางท่องเที่ยว และมีการใช้จ่ายใช้สอยในประเทศตลอดปี

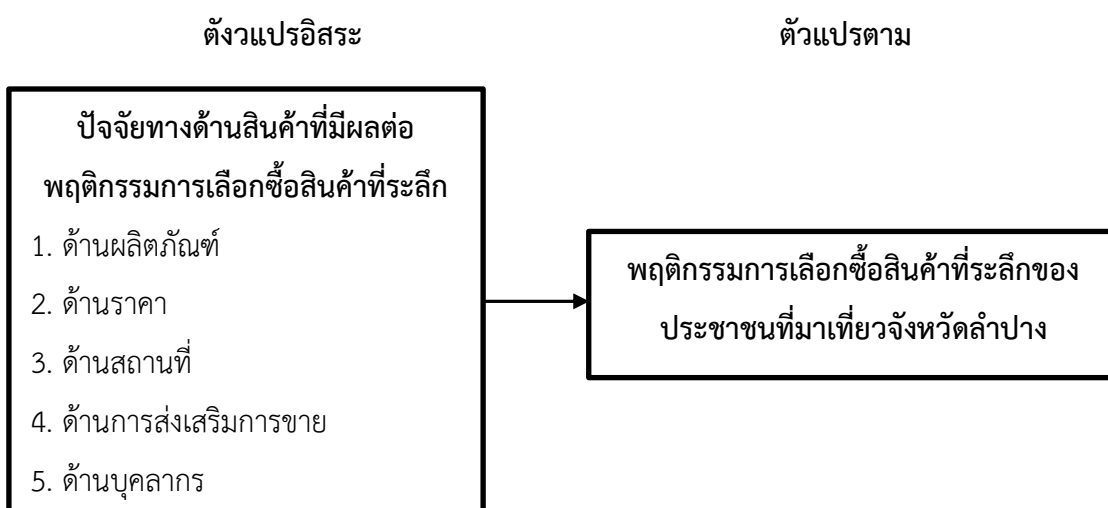
ในส่วนสินค้าที่ระลึกเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น ทำให้เกิดการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในลักษณะต่างๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านมาผู้ผลิตและผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ยังขาดการเน้นด้านส่วนประสมการตลาด และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทำให้สินค้ายังไม่เป็นที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

การที่สินค้าที่ระลึกเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น ทำให้เกิดการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในลักษณะต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ในช่วงเวลาที่ผ่านมาผู้ผลิตและผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ยังขาดการศึกษาด้านส่วนประสมการตลาด และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแท้จริง เช่น การออกแบบในด้าน รูปทรง สี วัสดุ และบรรจุภัณฑ์ ความเหมาะสมของราคาสินค้า แหล่งจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์สินค้าให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักอย่างแพร่หลาย เพื่อที่จะทำให้สินค้าเป็นที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวแต่ละเพศ และวัย
4. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนารูปแบบของสินค้าที่ระลึก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย ประชากรที่ศึกษาคือประชาชนที่มาเที่ยว จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive) เฉพาะผู้ที่ซื้อสินค้าที่ระลึก ในเวลา 09.00-15.00 น. ตามแหล่งขาย ในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ณ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (research tool) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับเก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ จากประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยแยกออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า

การเก็บข้อมูล ดำเนินการสอบถามผู้ที่เลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม ได้แก่ ของใช้ และของตกแต่ง เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ฉบับแล้ว ได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ ลงรหัส แบบสัมภาษณ์ที่เป็นปลายเปิดได้นำมาจัดกลุ่มคำทั้งหมด การวิเคราะห์ข้อมูล ได้ประมวลผลข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ประมวลผลข้อมูลที่ต้องการเพื่อหาค่าทางสถิติ นำข้อมูลและ

ค่าทางสถิติมาแปลผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย นำเสนอข้อมูลในรูปของตารางและความเรียง สถิติที่ใช้ในการวิจัย ข้อมูลทั่วไป นำเสนอในรูปของจำนวนความถี่ และร้อยละ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ส่วนประกอบของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวทางการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

- สภาพปัญหาของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
- การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- จำนวนนักท่องเที่ยวจะมามากน้อยขึ้นกับปัจจัยใดบ้าง
- ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก
- แนวทางการประชาสัมพันธ์ควรเป็นอย่างไรโดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนาได้เสนอความคิดเห็นตามประเด็นต่างๆ จนครบทุกประเด็น

2. การสร้างและทดสอบเครื่องมือวิจัย แนวทางการสนทนากลุ่มสร้างโดย

- กำหนดเรื่องและวัตถุประสงค์ในการสนทนากลุ่ม
- กำหนดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างแนวทางในการสนทนากลุ่ม
- นำประเด็นที่ได้เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ และกรรมการวิจัยตรวจสอบความตรงตาม
- ประเด็นที่ได้มาปรับแก้ไขตามคำแนะนำ
- นำประเด็นที่ได้หลังปรับปรุงแก้ไขไปใช้ในการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ผู้สนทนาได้

แสดงความ

คิดเห็นตามประเด็นที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยจัดสนทนากลุ่ม ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561

- 1.) ศึกษาค้นคว้าตำรา และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 2.) จัดทำแบบสอบถามให้ครอบคลุม เป็นไปตามเกณฑ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบคือนักท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชน และหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.) นำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบเกณฑ์การประเมินของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

วิธีการรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น จากนั้นนำแบบสอบถามไปสอบถามเป้าหมายที่วางไว้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูล เอกสาร งานวิชาการ เกณฑ์การประเมินที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโดยใช้ค่าสถิติดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักศึกษา อาจารย์ พ่อบ้านแม่บ้าน นักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 อายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.15 มีอาชีพรับราชการ/อาจารย์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปางของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมในระดับปานกลาง จำนวน 77คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 เลือกซื้อด้วยเหตุผลเพื่อนำไปเป็นของขวัญของที่ระลึก จำนวน 60คน คิดเป็นร้อยละ 30 มีความถี่ในการมาซื้อสินค้า 1ครั้งต่อเดือน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 70คน คิดเป็นร้อยละ 35 และได้รับข้อมูลมาจาก เพื่อน,คนรู้จัก จำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 46.5

3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปาง ด้านผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 50 มีรูปร่างลักษณะสี่เหลี่ยมและ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ มากที่สุด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ขนาดและปริมาณในระดับมาก จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

4.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปาง ด้านราคา โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาคุณภาพพอใช้ มาก จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37 มีราคาปานกลาง คุณภาพตามราคา ปานกลาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 มีราคาเหมาะสมกันทั้งคุณภาพและปริมาณ มาก จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และมีราคาแพงคุณภาพสูงในระดับ มาก จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

5. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปางด้านสถานที่โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง ภายในร้านกว้างขวาง สะอาด บรรยากาศดีน่าเดิน ในระดับ มากและปานกลาง เท่ากัน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30 จัดสินค้าเป็นระเบียบ แบ่งเป็นสัดส่วน สามารถหาสินค้าได้ง่าย ในระดับ มาก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35 การจัดตกแต่งร้านได้สวยงามและน่าดึงดูด ในระดับ มากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ ในระดับ ปานกลาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

6.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปางด้านการส่งเสริมการขาย โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการลดราคาสินค้าในระดับปานกลาง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีของแถมและของกำนัลต่างๆ ในระดับปานกลาง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ในระดับมาก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36

7.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปาง ด้านบุคลากรโดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีอัธยาศัยที่ดี สุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส ในระดับ ปานกลาง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 พนักงานสามารถอธิบายรายละเอียดตอบคำถามแก่ลูกค้า ในระดับ ปานกลาง จำนวน 79คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ ในระดับปานกลาง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40

อภิปรายผล

การปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชน ศึกษาปัจจัยทางด้านสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกและศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของผู้ซื้อแต่ละวัย รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบของสินค้าที่ระลึกอีกด้วย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลำปาง ซึ่งมีอายุระหว่าง 15-55 ปี และเป็นผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมของที่ระลึก จำนวน 200 คนและนำมา รวบรวมโดยคิดเป็นร้อยละเพื่อหาค่าสถิติในการตอบปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์และข้อมูลทางการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 62.5 อายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 31.15 มีอาชีพรับราชการ/อาจารย์ จำนวน 64 คน ร้อยละ 32 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน ร้อยละ 28 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 32

มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกจังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมในระดับปานกลาง ร้อยละ 38.5 เลือกซื้อด้วยเหตุผลเพื่อนำไปเป็นของที่ระลึก ร้อยละ 30 มีความถี่ในการมาซื้อสินค้า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 39.5 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 35 และได้รับข้อมูลมาจาก เพื่อน,คนรู้จัก ร้อยละ 46.5

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึกจังหวัดลำปาง ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ร้อยละ 60 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 50 มีรูปร่างลักษณะสีสันทนและการออกแบบผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ร้อยละ 46 ขนาดและปริมาณในระดับ มาก ร้อยละ 37.5

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปาง ของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาถูกคุณภาพพอใช้ มาก ร้อยละ 37 มีราคาปานกลางคุณภาพตามราคาปานกลาง ร้อยละ 35.5 มีราคาเหมาะสมกันทั้งคุณภาพและปริมาณ มาก ร้อยละ 40.5 และมีราคาแพงคุณภาพสูงในระดับ มาก ร้อยละ 45.5

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง ภายในร้านกว้างขวาง สะอาด บรรยากาศดีน่าเดิน ในระดับ มากและปานกลางเท่ากัน ร้อยละ 30 จัดสินค้าเป็นระเบียบ แบ่งเป็นสัดส่วน สามารถหาสินค้าได้ง่าย ในระดับ มาก ร้อยละ 35 การจัดตกแต่งร้านได้สวยงามและน่าดึงดูด ในระดับ มากที่สุด ร้อยละ 38.5 และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ ในระดับปานกลาง ร้อยละ 35.5

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปางของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการลดราคาสินค้า ในระดับปานกลาง ร้อยละ 37.5 มีของแถมและของกำนัลต่างๆ ในระดับปานกลาง ร้อยละ 41 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ในระดับมาก ร้อยละ 36

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อของที่ระลึก จังหวัดลำปางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีอัธยาศัยที่ดี สุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส ในระดับ ปานกลาง ร้อยละ 38.5 พนักงานสามารถอธิบายรายละเอียดตอบคำถามแก่ลูกค้า ในระดับ ปานกลาง ร้อยละ 39.5 และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ ในระดับปานกลาง ร้อยละ 40

นอกจากนี้ประชาชนที่มาเที่ยวหมู่บ้านของที่ระลึก จังหวัดลำปางยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้าที่ระลึก มีข้อเสนอแนะว่า สินค้าควรเน้นเรื่องประโยชน์ในการใช้สอย ควรพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและขนาด ควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สินค้าควรมี

ราคาถูก ควรผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลพบุรี สินค้าควรมีความแข็งแรง คงทน รูปแบบสินค้าควรมีความแปลกใหม่ ดึงดูดใจ บรรจุภัณฑ์สินค้าควรมีความสวยงาม ควรใช้นโยบายเศรษฐกิจพอเพียง รูปแบบสินค้าควรเน้นในเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน ควรพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความทันสมัย อยู่เสมอ ผ้าพื้นเมืองควรมีสีสันและลวดลายที่ทันสมัย สินค้าควรมีความสวยงามเป็นธรรมชาติ ประเภทของตกแต่ง มีข้อเสนอแนะว่า รูปแบบสินค้าควรมีความหลากหลาย วัสดุในการทำสินค้าควรมีความหลากหลาย สินค้าควรมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย ขนาดของสินค้าควรมีความหลากหลาย สินค้าควรมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด สินค้าควรมีราคาถูก ควรพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่และแตกต่างกับของที่อื่น รูปแบบสินค้าควรเน้นในเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน สินค้าควรมีความประณีต ควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับสมัยใหม่ สินค้าควรมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์แบบไทยๆ รูปแบบสินค้าควรดูเด่น หู แต่ราคาไม่แพงมาก ควรใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้แต่ละท้องถิ่นผลิตสินค้าที่ระลึก

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543 ก). ผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2542 และแผนปฏิบัติการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2543. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- _____. (2543 ข). รายงานประจำปี 2543. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2541). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2541-2544. [CD-ROM] กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- _____. (2544). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ครุสภา.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2537). ปกิณกะบทความวิชาการด้านการท่องเที่ยว เล่ม 2. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ประเสริฐ ศีลรัตน์. (2531). ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ปวีณา โทนแก้ว. (2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของคนไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: ร่วมค้า.
- พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2522. (2522). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 96 ตอนที่ 72. กรุงเทพฯ
- พิบูล ทีปะปาน. (2534). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เซลโล่การพิมพ์.



- พลศิริ กลายสุข. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนน คนเดินถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไพบูลย์ เทวรักษ์. (2537). จิตวิทยา (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอส. ดี. เพรส.
- นวนน้อย บุญวงศ์. (2542). หลักการออกแบบ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทิยา ตันตราสืบ. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2530). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- วนิดา แก้วเนตร. (2545). ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิบูล จันทรแย้ม. (2545). พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลพบุรี. ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.
- ลักขณา สรีวัฒน์. (2544). จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิสัทธิ์พัฒนา.
- สุภาวดี ขาวผ้าขาว. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรณี บุญนิมิตร. (2540). พฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อาทิตย์ ศิริธร. (2541). วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของไทยพุทธศักราช 2545. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร .

- Fleming, L. Malcolm & Harward levie. (1979). **Instructional Message Design**. (2nd ed.). Englewood Cliffs: Educational Technology Publications.
- McIntosh, Robert W. & Goelder, Charles R. (1986). **Tourism principles**, practices, philosophies. Fifth Edition. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Schiffman, G. & Kanuk, L. (1987). **Consumer Behavior**. (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Smith,Valene. (1977). **Hosts and Guests**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- _____. **จังหวัดลำปาง**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.lampang.go.th> สืบค้น 14 กุมภาพันธ์ 2552
- สยามไม้แกะสลัก. **ไม้แกะสลักชุมชนบ้านบ่อสร้าง ตำบลต้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.siamwoodcarving.com/> สืบค้น 9 มกราคม 2553.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.**ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.tat.or.th> สืบค้น 14 กุมภาพันธ์ 2552

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน
ในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

The factors affecting the decision to study Thai language
of Chinese students in Lampang Rajabhat University

ชรินทร์ โคตรพันธ์¹ ปิยะธิดา ขวัญญา² เพ็ญศรี ปาเกรียงไกร³ อนุชา ปัญญาอิน⁴ และเหนือขวัญ บัวเผื่อน⁵

Charinthon Kodpan, Phiyatida Kwinya, Phensree Parkeangkai,

Anucha Phanyayuen and Nueakhwan Buapeuan

Received: 1 February 2020; Revised: 28 February 2020; Accepted: 7 March 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาภาษาจีนที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 82 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 18 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน ในระดับมากที่สุดคือ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ด้านครูผู้สอน (ค่าเฉลี่ย 4.24) ด้านการจัดการเรียนการสอน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ด้านค่าครองชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และด้านสภาพแวดล้อม (มีค่าเฉลี่ย 4.11) ข้อเสนอแนะที่สำคัญ ควรจัดเวลาเรียนการสอนโดยเน้นการสร้างสื่อการสอน การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนซักถาม ควรจัดความพร้อมของอุปกรณ์ต่าง ๆ ในห้องเรียน สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความเพียงพอต่อการใช้งาน ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ควรจัดหน่วยงานดูแลแก่นักศึกษาชาวจีนให้มากขึ้น และด้านค่าครองชีพ ควรคำนึงถึงหอพักภายในมหาวิทยาลัยที่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของนักศึกษาชาวจีนด้วย

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผล, การตัดสินใจเรียนภาษาไทย, นักศึกษาชาวจีน

^{1 2 3 4} นักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาภาษาจีน (ค.บ.) มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

⁵ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย สาขาวิชาภาษาจีน (ค.บ.) มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง E-mail : nueakwan@hotmail.com

Abstract

The research aims to study the factors affecting the decision to study Thai language of Chinese students in Lampang Rajabhat University. The sample group was 100 Chinese students studying at Lampang Rajabhat University. The research instruments were questionnaires analyze data with basic statistics.

The findings indicated that 82% of the samples group were female and 18% of the samples group were male. The factors affecting the decision to study Thai language of Chinese students had the average in high levels ($\bar{x} = 4.33$). Next on down is the teachers knowledge was the high levels average ($\bar{x} = 4.24$), The students had the attitude to teaching and learning management and cost of living in high levels ($\bar{x} = 4.17$), and environment was the high levels average ($\bar{x} = 4.11$). The Important suggestions is should be arranged focus on creating teaching materials, have opportunity for students to ask questions, should be able to arrange the availability of the equipment in the classroom and have the internet signal that is sufficient for use. Furthermore, the image of Lampang Rajabhat University Should provide more education services for Chinese students and the cost of living field should consider the dormitory within the university that is consistent with the life of Chinese students as well.

Keyword: The Factors affecting, the decision to study Thai language, Chinese students

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ ที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้โลกของเราอยู่ใกล้กันมากขึ้น การเดินทาง การติดต่อสื่อสารยิ่งสะดวกมากขึ้น ทำให้คนทั่วโลกนิยมที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในประเทศต่าง ๆ เพื่อศึกษาและเรียนรู้ความแตกต่างทางภูมิประเทศ วัฒนธรรม และภาษา ประเทศไทยของเรา ก็เป็นประเทศหนึ่งที่มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย แม้ว่าจะสามารถใช้ภาษาสากลในการสื่อสาร แต่ความจำเป็นที่ต้องใช้ภาษาไทยในการติดต่อสื่อสารก็เป็นสิ่งจำเป็นด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะด้านการศึกษาและการดำรงชีวิต หากสามารถใช้ภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียวก็ไม่เพียงพอต่อการเอื้อประโยชน์ดังกล่าว ทำให้การเรียนการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศได้รับความสนใจและมีความสำคัญมากขึ้น (ชนิษฐา ขจรชีพนิสิต. 2557: 138)

ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีโอกาสด้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาในประเทศไทยมากมายเป็นประวัติการณ์ นอกจากรายได้ทางการท่องเที่ยวที่ได้มาจากนักท่องเที่ยวจีนแล้ว ชาวจีนจำนวนมาก ยังให้ความสำคัญในเรื่องการศึกษาในประเทศไทยมากขึ้น จะเห็นได้จากการเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนภาษาไทย ที่หลายสถาบันในประเทศไทยดำเนินการจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนสองภาษา ไม่ว่าจะเป็นการเรียนการสอนที่ใช้ภาษาอังกฤษ จีน หรือหลักสูตรที่ใช้ภาษาไทย อังกฤษ ในการสอน ซึ่งหลักสูตรเหล่านี้เป็นหลักสูตรเฉพาะด้าน ทั้งการค้าระหว่างประเทศ หลักสูตรการจัดการ และอีกหลักสูตรที่สำคัญคือหลักสูตรภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ซึ่งได้รับการตอบรับจากนักศึกษาชาวจีนอย่างมาก มีการเดินทางเข้ามาศึกษาในประเทศไทยตามสถาบันต่าง ๆ มีการทำความร่วมมือระหว่างหลักสูตรและสถาบันในไทยและจีน เพื่อสามารถพัฒนาหลักสูตรให้เป็นที่ต้องการและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของสังคมได้

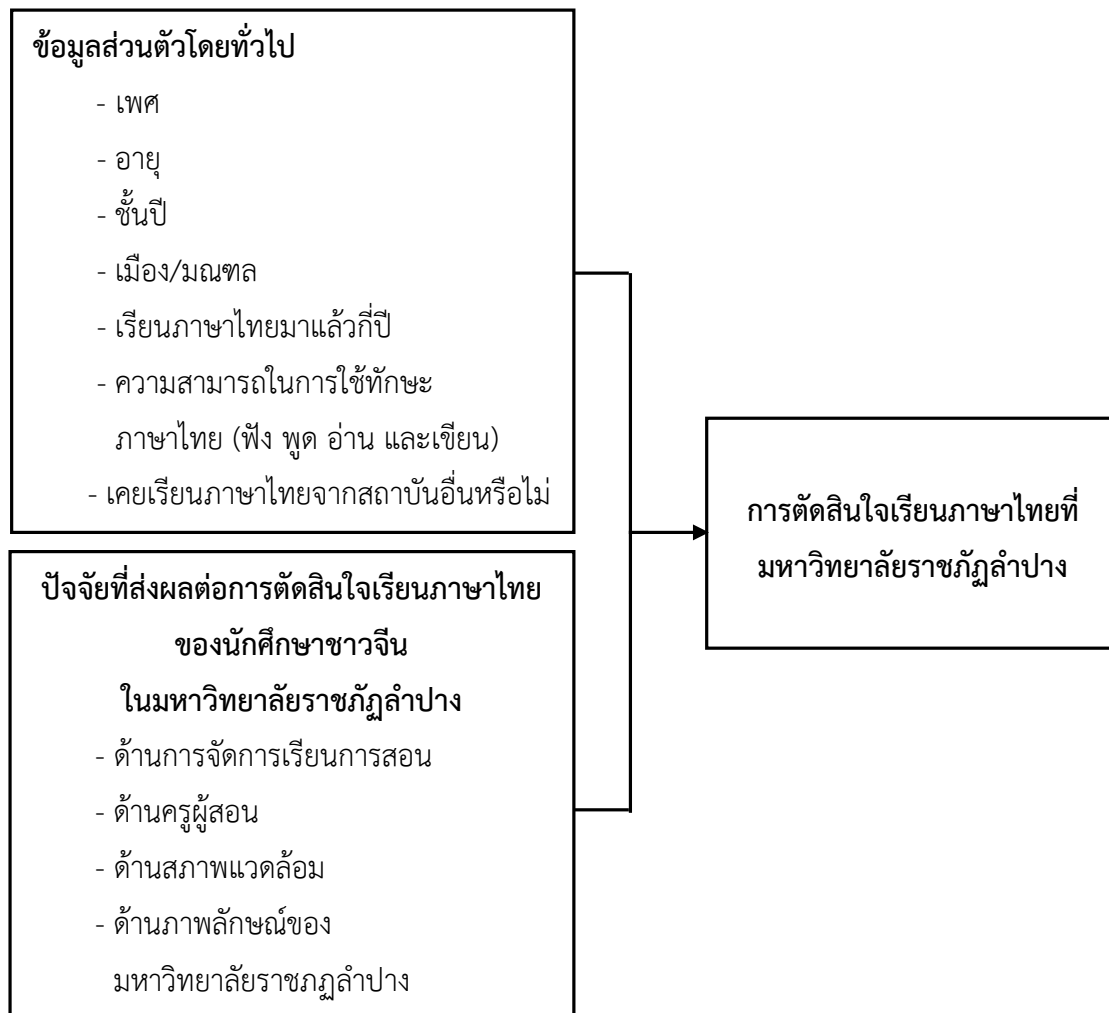
นอกเหนือไปจากการศึกษาในหลักสูตรต่าง ๆ ที่นักศึกษาจีนให้ความสนใจแล้วนั้น สถาบันต่าง ๆ ในประเทศไทยที่รองรับนักศึกษาจีนเข้ามาศึกษาในสถาบัน ยังต้องคำนึงถึงความพร้อมและผลสัมฤทธิ์ที่จะได้รับเช่นกัน ความแตกต่างทางวัฒนธรรมทั้งทางสังคม สภาพความเป็นอยู่ ภูมิประเทศและแนวคิดทัศนคติต่าง ๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อการศึกษาและส่งผลต่อสถาบันต่าง ๆ ที่ต้องการจะรองรับนักศึกษาชาวจีนเหล่านี้ให้มากขึ้น ดังนั้น การศึกษาในเบื้องต้น จึงจำเป็นต้องรู้ถึงปัจจัยรอบด้านที่จะส่งผลกระทบต่อทัศนคติของเขาเหล่านั้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางได้รับการตอบรับทางการศึกษาจากนักศึกษาชาวจีนมาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการศึกษาและพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง มีการทำความร่วมมือกับสถาบันในประเทศจีนและร่วมศึกษากำหนดแนวทางในการดำเนินการเรียนการสอน ทั้งยังมีการเปิดดำเนินการพัฒนาหลักสูตรที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ดี คณะผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางของนักศึกษาจีนนี้ เป็นส่วนสำคัญที่จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาหลักสูตรและสร้างการเรียนรู้ที่ดี ที่สำคัญยังเป็นสร้างจุดเด่นที่จะสามารถส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

- ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเอกสารกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ นักศึกษาชาวจีนที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

จำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

- ออกแบบแบบสอบถามให้สอดคล้องกับเนื้อหาและขอบเขตปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

เรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง หลังจากนั้นนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3

ท่าน ตรวจสอบค่า IOC

- ตอนที่ 1 ระบุข้อมูลส่วนตัวโดยทั่วไป

- เพศ
- อายุ
- ชั้นปี
- เมือง/มณฑล
- เรียนภาษาไทยมาแล้วกี่ปี
- ความสามารถในการใช้ทักษะภาษาไทย
- เคยเรียนภาษาไทยจากสถาบันอื่นหรือไม่

- ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

- เกณฑ์การให้ค่าคะแนนแต่ละข้อในแบบสอบถามคณะผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือก 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert Rating Scales ดังนี้

- คะแนน 4.50 - 5.00 หมายถึง จริงมาก
- คะแนน 3.50 - 4.49 หมายถึง จริง
- คะแนน 2.50 - 3.49 หมายถึง จริงปานกลาง
- คะแนน 1.50 - 2.49 หมายถึง จริงน้อย
- คะแนน 1.00 - 1.49 หมายถึง จริงน้อยที่สุด

- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการเก็บข้อมูล

- นำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง
- ติดต่อกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชาวจีนที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางจำนวน 100 คน
- นัดหมาย วัน เวลา ในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม
- แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาภาษาจีนที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย ราชภัฏ

ลำปางจำนวน 100 คน หลังจากนั้นเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

- นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยหาค่าคำนวณทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS

ขั้นตอนที่ 6 อภิปรายผล

- นำผลที่ได้มาอภิปรายโดยวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 7 เผยแพร่

- ตีพิมพ์และเผยแพร่งานวิจัยสู่สาธารณะชน

ผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 82 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 18 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 18 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 24, อายุระหว่าง 15 – 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 2 และอายุระหว่าง 24 – 26 ปี คิดเป็นร้อยละ 1 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงชั้นปีที่ 2-4 แบ่งเป็นชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 86 รองลงมา คือ ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 13 และช่วงชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 1 ส่วนใหญ่มาจากนครคุนหมิง (昆明) มณฑลยูนนาน คิดเป็นร้อยละ 97 รองลงมา คือ มาจากเมืองหนู่เจียง (怒江) มณฑลยูนนาน คิดเป็นร้อยละ 2 และมาจากเมืองต้าหลี่ (大理) มณฑลยูนนาน คิดเป็นร้อยละ 1 ส่วนใหญ่เคยเรียนภาษาไทยมาแล้ว 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา คือ เคยเรียนภาษาไทยมาแล้ว 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 42 เคยเรียนภาษาไทยมาแล้ว 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 11 และเคยเรียนภาษาไทยมาแล้ว 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 1 ส่วนใหญ่ความสามารถด้านการฟังดีมาก คิดเป็นร้อยละ 13 ความสามารถในการฟังดีคิดเป็นร้อยละ 31 ความสามารถในการฟังพอใช้คิดเป็นร้อยละ 47 ความสามารถในการฟังแย่คิดเป็นร้อยละ 9 ส่วนใหญ่ความสามารถด้านการพูดดีมากคิดเป็นร้อยละ 11 ความสามารถในการพูดดีคิดเป็นร้อยละ 41 ความสามารถในการพูดพอใช้ คิดเป็นร้อยละ 37 ความสามารถในการแย่คิดเป็นร้อยละ 11 ส่วนใหญ่ความสามารถด้านการอ่านดีมาก คิดเป็นร้อยละ 10 ความสามารถในการอ่านดีคิดเป็นร้อยละ 34 ความสามารถในการอ่านพอใช้คิดเป็นร้อยละ 47 ความสามารถในการอ่านแย่คิดเป็นร้อยละ 9 ส่วนใหญ่ความสามารถด้านการเขียนดีมากคิดเป็นร้อยละ 17 ความสามารถในการเขียนดีคิดเป็นร้อยละ 33 ความสามารถในการเขียนพอใช้ คิดเป็นร้อยละ 36 ความสามารถในการเขียนแย่คิดเป็นร้อยละ 14 ส่วนใหญ่ประสบการณ์ที่เคยเรียนภาษาไทยจากสถาบันอื่นคิดเป็นร้อยละ 34 ประสบการณ์ที่ไม่เคยเรียนภาษาไทยจากสถาบันอื่นคิดเป็นร้อยละ 66

สิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง พบว่านักศึกษามีหลากหลายสาเหตุที่อยู่ในระดับมากด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียนการสอน โดยข้อที่มีผลการประเมินมากที่สุดประกอบไปด้วย มีกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษา รองลงมา คือ สามารถนำองค์ความรู้จากการเรียนไปใช้ได้จริง และสื่อการสอนช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ด้านครูผู้สอน โดยข้อที่มีผลการประเมินมากที่สุดประกอบไปด้วย ผู้สอนแต่งกายมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม รองลงมา คือ ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญในเนื้อหาที่สอน และผู้สอนมีเกณฑ์การประเมินผลงานที่ชัดเจน ด้านสภาพแวดล้อม โดยข้อที่มีผลการประเมินมากที่สุดประกอบไปด้วย ห้องสมุดมีความทันสมัย รองลงมาคือ สภาพห้องเรียนสะอาดอากาศถ่ายเทได้สะดวก และห้องสมุดมีจำนวนหนังสือที่เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยข้อที่มีผลการประเมินมากที่สุดประกอบไปด้วย การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทยและประเทศจีน รองลงมา คือ มีผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการสอนนักศึกษาชาวจีน และจัดบริการ

ให้นักศึกษาชาวจีนได้อย่างพอเพียงและเหมาะสม และด้านค่าครองชีพ โดยข้อที่มีผลการประเมินมากที่สุดประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสม รองลงมา คือ ค่าลงทะเบียนเรียนมีความเหมาะสม และค่าหอพักต่อภาคเรียนมีความเหมาะสม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านครูผู้สอน ด้านสภาพแวดล้อม ด้านค่าครองชีพ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง และด้านค่าครองชีพมีระดับการประเมินอยู่ในระดับจริง

อภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ครั้งนี้สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ด้านการจัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางด้านที่เด่นชัดที่สุด คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางมีกิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมความสัมพันธ์การเรียนการสอน อาจเนื่องมาจากนักศึกษาชาวจีนได้เรียนวิชาภาษาไทยและมีนักศึกษาชาวไทยที่เรียนภาษาจีน จึงจัดให้มีกิจกรรมร่วมมือระหว่างนักศึกษาชาวไทยและจีนเพื่อเป็นการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถของทั้งสองฝ่าย ทั้งนี้มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยมีค่าเฉลี่ยมากถึง 4.28 กิจกรรมต่าง ๆ อาทิ เช่น กิจกรรมกีฬามหาวิทยาลัย การจับบัดดี้ กิจกรรมเทศกาลตรุษจีน กีฬาเครือข่ายมหาวิทยาลัย เป็นต้น เพื่อให้นักศึกษาทั้งไทยและจีนได้รับประสบการณ์และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน รองลงมา คือ สามารถนำองค์ความรู้จากการเรียนไปใช้ได้จริง อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางมีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพภายนอกที่มหาวิทยาลัยมีความร่วมมือหรือที่นักศึกษาให้ความสนใจ

2. ด้านครูผู้สอน

ด้านครูผู้สอนข้อที่มีการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้สอนแต่งกายและมีบุคลิกที่เหมาะสม อาจเนื่องจากครูผู้สอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางมีวินัยในตัวเองสามารถควบคุมตนเองให้ปฏิบัติตนอย่างถูกต้องตามทำนองคลองธรรมมีวิธีการทำงานที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้นักศึกษาและบุคคลอื่นได้อย่างเหมาะสม มีความรักและศรัทธาในอาชีพครูเห็นความสำคัญของอาชีพครูเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาชีพครูสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพพร้อมมือ และส่งเสริมให้มีการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพครูรักษาชื่อเสียงวิชาชีพครูตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดผลดี และประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็นสำคัญรักษาความสามัคคีและช่วยเหลือซึ่งกัน และกันในหน้าที่การงานซึ่งทำให้นักศึกษาชาวจีนเกิดความประทับใจแก่ครูผู้สอน รองลงมา คือ ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญด้านเนื้อหา โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยมีค่าเฉลี่ยมากถึง

4.28 เนื่องจากการสอนอย่างมีประสิทธิภาพต้องมีการเตรียมการสอนล่วงหน้าอย่างมีเป็นระบบวางแผนและจัดสิ่งแวดล้อมในห้องเรียนให้เหมาะสมแก่การเรียนรู้ของนักศึกษาชาวจีนจัดทำกิจกรรมการเรียนการสอน โดยให้นักศึกษาชาวจีนได้มีส่วนร่วมรอบรู้ทั้งวิชาการ และตัวเด็กเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในด้านวิชาการ และความเข้าใจในตัวของผู้ศึกษาที่กำลังทำการสอน เพื่อปรับวิธีการเรียนการสอนให้เข้ากับบริบทของมหาวิทยาลัยให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาชาวจีนได้ทั้งเรื่องการเรียนรู้ และเรื่องอื่น ๆ

3. ด้านสภาพแวดล้อม

ด้านสภาพแวดล้อมข้อที่มีการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ห้องสมุดมีความทันสมัย มีการจัดหนังสือ วัสดุ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และสื่อทัศนวัสดุ สำหรับให้บริการแก่นักศึกษาหรือผู้ใช้อย่างกว้างขวางทุกประเภท เนื่องจากนักศึกษาชาวจีนมีความต้องการใช้ห้องสมุดเป็นอย่างมากจึงทำให้นักศึกษาชาวจีนพอใจกับห้องสมุดของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง รองลงมา คือ สภาพห้องเรียนสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก อาจเนื่องจาก ในประเทศจีนนั้นสภาพอากาศค่อนข้างดีแม้มีประชากรมากแต่ภายในมหาวิทยาลัยของจีนนั้นอากาศค่อนข้างปลอดโปร่ง ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับสภาพห้องเรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง และอาจส่งผลให้นักศึกษาชาวจีนพึงพอใจในส่วนนี้ด้วย

4. ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

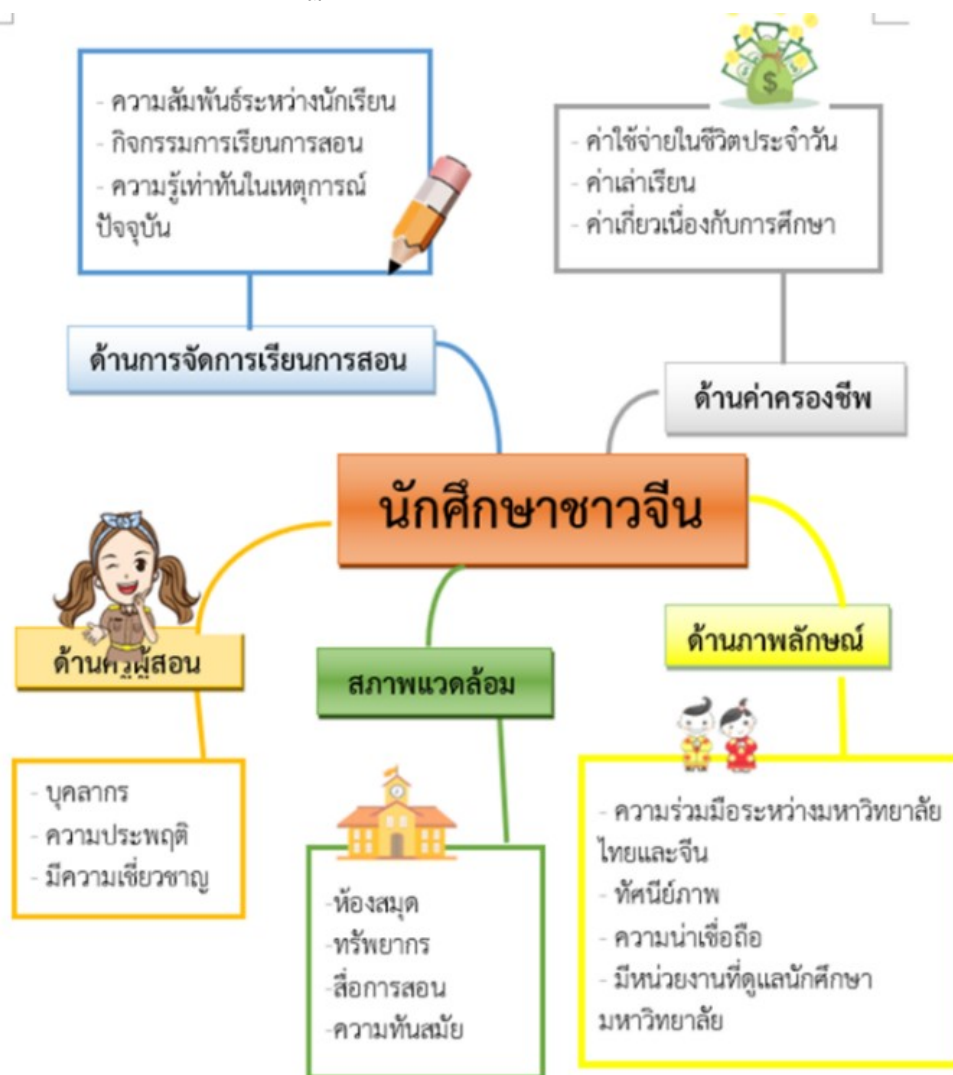
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางข้อที่มีการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทยและประเทศจีน โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยมีค่าเฉลี่ยมากถึง 4.33 อาจเนื่องจากการทำความร่วมมือ MOU ของทั้งมหาวิทยาลัยทั้งไทยและจีน ได้รับประโยชน์ต่าง ๆ ของการแลกเปลี่ยน รองลงมา คือ มีครูผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการสอนนักศึกษาชาวจีน เหมือนที่กล่าวมาในด้านที่ 1 ด้าน การจัดการเรียนการสอน เมื่อครูผู้สอนมีประสบการณ์ก็ทำให้สามารถถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และความสามารถให้นักศึกษาชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้นักศึกษาชาวจีนที่เรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางมีความรู้และความสามารถที่สามารถนำไปใช้หรือต่อยอดในอนาคตได้ต่อไป

5. ด้านค่าครองชีพ

ด้านค่าครองชีพส่วนที่มีความพอใจมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสม อาจเนื่องด้วยค่าเงินของประเทศไทยที่อ่อนกว่าเงินจีน และด้วยค่าครองชีพในพื้นที่ของจังหวัดลำปางค่อนข้างน้อย จึงส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่อนข้างต่ำทำให้นักศึกษาชาวจีนเกิดความพึงพอใจเพราะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ได้ รองลงมา คือ ค่าลงทะเบียนเรียนมีความเหมาะสม อาจเนื่องด้วยสภาพห้องเรียนไม่ใช่ห้องเรียนปรับอากาศทั้งหมด บุคลากรในสาขาวิชาเป็นผู้สอนทำงาน

ประจำ จึงทำให้ค่าลงทะเบียนเรียนต่ำลงไปด้วย ส่งผลให้นักศึกษาชาวจีนพึงพอใจในค่าลงทะเบียนเรียนและสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายของทางครอบครัวได้อีกด้วย

จากการอภิปรายผล สามารถสรุปเป็นแผนผัง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำปางได้ ดังนี้



แผนผังที่ 5.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้ดำเนินการวิจัยได้จัดทำข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านการจัดการเรียนการสอน จากการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง มีกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษา มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ สามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ได้จริง ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยราช

ภักดิ์ลำปางควรรักษาระดับไว้ และเพิ่มเติมในส่วนของการจัดเวลาเรียนการสอนสร้างสื่อ การสอนโดยเปิดโอกาสให้ซักถาม การมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน และการเรียนรู้นอกห้องเรียนมากขึ้นสำหรับนักศึกษาชาวจีน เพราะ เมื่อการเรียนการสอนครบจะทำให้สามารถพัฒนาทักษะ และองค์ความรู้ต่างๆ ของนักศึกษาชาวจีนเพิ่มมากขึ้นตามความพึงพอใจของนักศึกษาชาวจีน 2. ด้านครูผู้สอน จากการวิจัยพบว่า ด้านครูผู้สอนของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มีระดับความพึงพอใจมาก เพราะด้วยความเอาใจใส่ การจัดการเรียน และการดูแลนักศึกษาชาวจีนของครูผู้สอนชาวไทย ทำให้นักศึกษาชาวจีนเกิดความประทับใจเป็นอย่างมาก และส่วนที่ควรเพิ่มเติมคือ ความตรงเวลาของครูผู้สอน เพราะนักศึกษาชาวจีนค่อนข้างตรงเวลามาก ๆ

3. ด้านสภาพแวดล้อม จากการวิจัยพบ ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางโดยรวมอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจแต่ส่วนที่ควรปรับปรุงคือ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในห้องเรียน สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความเพียงพอต่อการใช้งาน เพราะ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษาชาวจีนเนื่องจากยังมีอุปกรณ์ที่ชำรุดอยู่ และสัญญาณอินเทอร์เน็ตควรมีอย่างเพียงพอทุกตึกเพื่อใช้ในการค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมในการเรียน

4. ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จากการวิจัยพบว่า การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทยและประเทศจีน และมีผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการสอนนักศึกษาชาวจีน มีระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก แต่ควรปรับปรุงในส่วนของการให้บริการต่าง ๆ การจัดหน่วยงานดูแลแก่นักศึกษาชาวจีน เพราะ นักศึกษาชาวจีนจำเป็นต้องมีผู้ดูแลหรือมีส่วนกลางในการดูแลมากกว่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษาชาวจีน และเพื่อจัดดูแลนักศึกษาชาวจีนให้ได้รับสิ่งต่าง ๆ ไม่ต่างจากนักศึกษาชาวไทย

5. ค่าครองชีพ จากการวิจัยพบว่า ค่าลงทะเบียนเรียนและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสม แต่ควรคำนึงถึงหอพักนักศึกษาให้กับชาวจีน เพราะชาวจีนในประเทศจีนโดยส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในหอพักในมหาวิทยาลัย ดังนั้นจะให้การใช้จ่ายค่าหอพักประหยัดเป็นอย่างมาก จึงควรปรับปรุงให้มีหอพักในมหาวิทยาลัยสำหรับนักศึกษาชาวจีน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้กลุ่มตัวอย่างที่มากกว่านี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลที่ได้นั้นเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2. แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลควรให้มีการเขียนข้อเสนอแนะด้วย เพื่อให้ผู้กรอกแบบสอบถามสามารถบอกถึงความต้องการส่วนตัวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางได้

3. เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ละเอียดมากยิ่งขึ้นควรมีการเก็บข้อมูลที่หลากหลายกลุ่มตัวอย่าง ในมหาวิทยาลัยอื่น หรือสถานที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา ขจรชีพนิสิต. (2557). แบบเรียนสนทนาภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนชาวจีน. วิทยานิพนธ์ สาขาการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิตติมา อัจฉริยกุล. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารบัณฑิต : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธารินี พชรเจริญพงศ์. (2554). ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรการตลาด : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รัชดา ลาภใหญ่. (2559). แนวทางและข้อควรปฏิบัติในการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศให้แก่ นักศึกษาจีนอย่างมีประสิทธิภาพ. วิทยานิพนธ์ สาขาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์:มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วลัย วัฒนศิริ. (2551). พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่ประเทศไทยในระดับอุดมศึกษานานาชาติ ของนักศึกษาประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรดุขฎิบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุรางค์ โค้วตระกูล. (2541). ปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะงาน และแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันกับองค์กรของพนักงานเอกชนระดับปฏิบัติการ ในเขตลาดพร้าว-จตุจักร. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Likert Rating Scales. มาตราวัดของ Likert Rating Scales. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.thaiall.com/blog/tag/likert>. 5 ธันวาคม 2561.

การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่อง “ความรู้เบื้องต้น
เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ”

Mobile phone application development for the promotion Of
Introduction to Business

กิตติพงศ์ รัตนวงกต¹ สุปราณี ทัพมงคล² และ เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร³

Kittiphong Rattanawongkoed Supranee Tupmongkhon and Tapparat Aeuthumthaworn

Received: 5 February 2020; Revised: 1 March 2020; Accepted: 7 March 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยการพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ 2) ศึกษาการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และ 3) ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันจากนักศึกษา วิทยาลัยนครราชสีมา จำนวน 20 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้แบบประเมินคุณภาพของสื่อสำหรับผู้เชี่ยวชาญ แบบประเมินความพึงพอใจ และแบบประเมินความคิดเห็น มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน มีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.07

คำสำคัญ : แอปพลิเคชันบนมือถือ, แอปพลิเคชันส่งเสริมการเรียนรู้, การประกอบธุรกิจ

¹ อาจารย์ คณะสารสนเทศศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา E-mail: maigame@hotmail.com เบอร์โทร: 044-466050 ต่อ 141

² อาจารย์ คณะสารสนเทศศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

³ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา

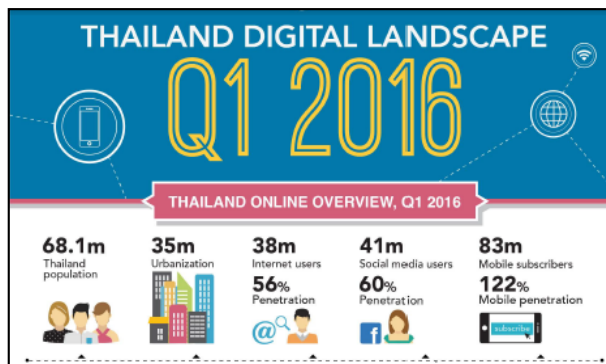
Abstract

The purposes of this research were 1) to study the data of introduction to business 2) to study application design and mobile application development for the promotion of computer learning of introduction to business as showed on Android and 3) to study the satisfaction of application usage. The examples were purposive sampling from 20 students in Nakhon Ratchasima College. The researcher exploited the assessment forms to evaluate media quantity for experts, satisfaction and questionnaire with five rating scales. The result findings were 1) the students satisfied this application 2) the students had more understanding of introduction to business, the mean was 4.07.

Keyword : Mobile phone application, Learning support application, Introduction to Business

บทนำ

จากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในปัจจุบัน โดยสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) Digital Advertising Association (Thailand) หรือ DAAT ร่วมกับเว็บไซต์ MarketingOps.com ได้จัดทำ Info graphic แสดงตัวเลขภาพรวมและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย พบว่า ปัจจุบันประชากรของประเทศไทย (Thailand Population) มีจำนวนทั้งสิ้น 68.1 ล้านคน มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต (Internet Users) จำนวน 38 ล้านคน คิดเป็น 56% ของจำนวนประชากรทั้งหมด มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในประเทศไทยช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2558 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสมาร์ทโฟนที่มีจำนวนผู้ใช้ 20 ล้านเลขหมาย (DAAT, 2559) โดยบริษัทวิเคราะห์ข้อมูล Gartner ได้เปิดเผยข้อมูลการขายสมาร์ทโฟนทั่วโลกเพิ่มขึ้น 7.6% ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2560 (เมษายน-มิถุนายน) โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 366.2 ล้านเครื่อง คิดเป็นสมาร์ทโฟนระบบ Android จำนวน 87.7% และ iOS จำนวน 12.1%



ภาพที่ 1 สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558

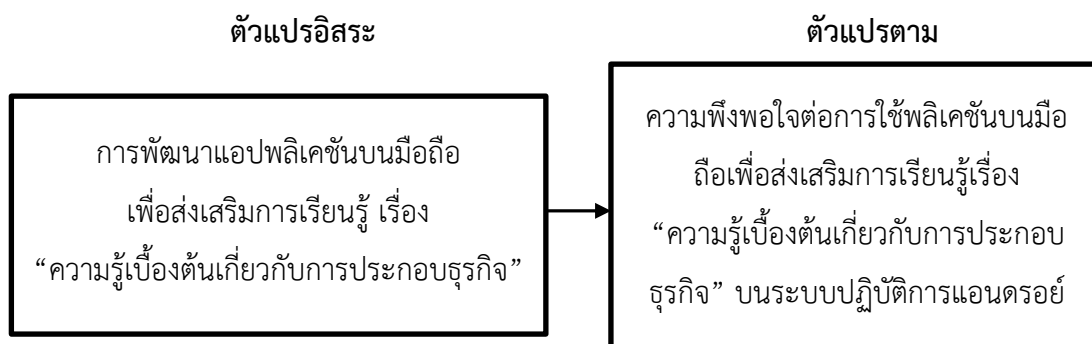
จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ในสมาร์ทโฟน (Smart Phone) กลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร และการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดาย การพัฒนาองค์ความรู้ และข่าวสารต่างๆ ถูกพัฒนาให้สามารถใช้งานบนสมาร์ทโฟนได้อย่างเหมาะสม ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) เป็นระบบปฏิบัติการบนสมาร์ทโฟนตัวหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากบุคคลทุกระดับชั้นในสังคม และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานในระดับต่างๆ ได้เป็นอย่างดี สำหรับผู้ใช้สมาร์ตโฟนผ่านระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ สามารถติดตั้งแอปพลิเคชันบน Google Play Store ได้ด้วยตนเอง (จักรชัย โสอินทร์ และพงษ์ศธร จันทร์ยอย, 2554)

ทางผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ สำหรับให้ความรู้เกี่ยวกับ ส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” เพื่ออีกทางเลือกหนึ่งให้กับนักเรียนนักศึกษา หรือผู้ที่สนใจ ได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ โดยงานวิจัยของวิวัฒน์ มีสุวรรณ กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้เกิดขึ้นได้จากเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์สมาร์ตโฟน ทำให้การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้งานมากขึ้นด้วย (วิวัฒน์, 2555)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ
2. ศึกษาการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์
3. ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์บนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

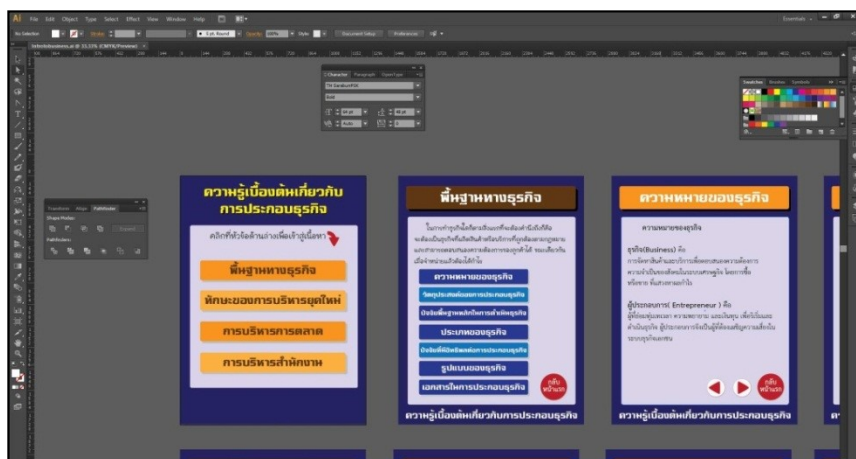
ประชากร ได้แก่ นักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาคณะสารสนเทศศาสตร์ จำนวน 7 คน และคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 13 คน รวม 20 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- (1) แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ”
- (2) แบบประเมินคุณภาพของสื่อสำหรับผู้เชี่ยวชาญ
- (3) แบบประเมินความพึงพอใจ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ
- (4) แบบประเมินความคิดเห็น มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ

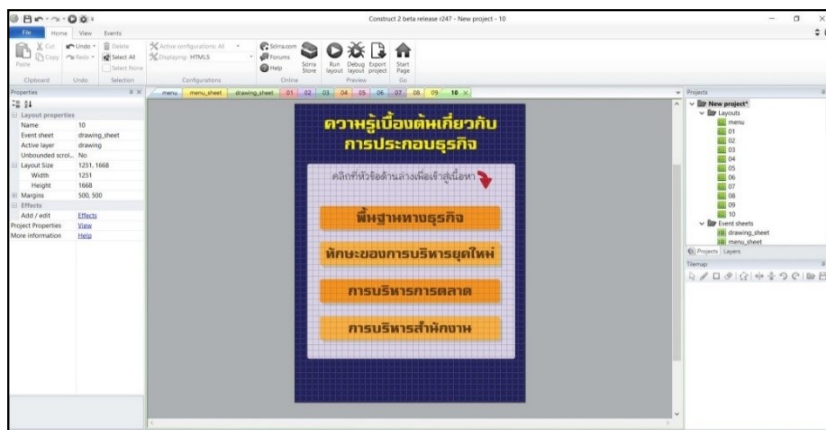
การดำเนินการวิจัย

- (1) ศึกษาข้อมูลเรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ โดยคณาจารย์จากคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา เป็นผู้ให้ข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
- (2) ศึกษาการออกแบบ และพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์
 - ออกแบบหน้าจอแอปพลิเคชัน (User Interface) โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CS6 (ธนัสสร จิตต์เนื่อง, 2556) ดังภาพที่ 1



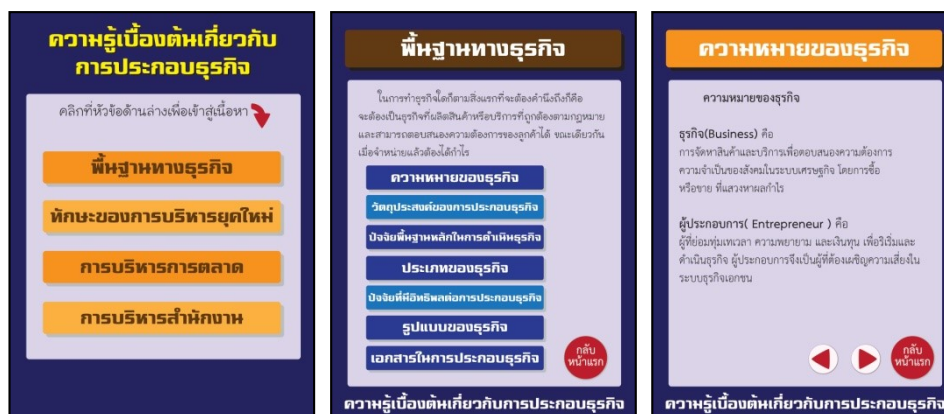
ภาพประกอบที่ 1 หน้าจอโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

- พัฒนาแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยได้นำหน้าจอแอปพลิเคชันที่ออกแบบไว้ มาพัฒนาเป็นแอปพลิเคชัน บนมือถือในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ด้วยโปรแกรม Construct 2 (เป็นโปรแกรมสำหรับพัฒนาแอปพลิเคชันและเกมบนระบบปฏิบัติการบนมือถือโดยเฉพาะ) ดังภาพที่ 2



ภาพประกอบที่ 2 หน้าจอโปรแกรม Construct 2

ใช้โปรแกรม Cordova (เป็นแพลตฟอร์มตัวหนึ่งที่ได้รับหน้าที่สร้างแอปพลิเคชันบนมือถือ โดยใช้ภาษา HTML, CSS3 และ JS) เมื่อประมวลผลแล้วเสร็จ จะได้ผลลัพธ์เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ดังภาพที่ 3



ภาพประกอบที่ 3 หน้าจอแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง
“ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ”

- ดำเนินการทดลองโดยให้กลุ่มตัวอย่างใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ”
- ประเมินความพึงพอใจและสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ”
- นำคะแนนที่ได้จากการทำแบบทดสอบและแบบวัดมาตราวัดให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าสถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) จากแบบวัดความพึงพอใจมีต่อแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ”

ผลการวิจัย

จากที่ผู้วิจัยได้มีการศึกษาข้อมูลและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ออกแบบ และพัฒนาแอปพลิเคชันเมื่อเสร็จสิ้นจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทดลองใช้งานเพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้มีความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นนำข้อเสนอแนะไปปรับแก้ไข และทดลองใช้งานกับกลุ่มตัวอย่างโดยการทดลองการใช้งานแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะสารสนเทศศาสตร์และคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา จำนวน 20 คน หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) แปลผลเป็น 5 ระดับ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานด้วยแบบสอบถามจำนวน 20 ชุด (แบบประเมินคุณภาพของสื่อสำหรับผู้เชี่ยวชาญ แบบประเมินความพึงพอใจ และแบบประเมินความคิดเห็น) พบว่า 1) แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” ที่พัฒนาขึ้น

มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก 2) นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ด้วยแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” โดยรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 ผลประเมินความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ”

ข้อที่	ข้อความถาม	$\bar{X}$	แปลผล
1	แอปพลิเคชันมีความเหมาะสม	3.69	ดี
2	แอปพลิเคชันมีความสวยงามน่าใช้	4.15	ดี
3	แอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการเข้าใช้งาน	4.36	ดี
4	แอปพลิเคชันมีเนื้อหาที่อ่านเข้าใจง่าย	3.98	ดี
5	แอปพลิเคชันมีส่วนช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการประกอบธุรกิจ	4.18	ดี
รวม		4.07	ดี

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย 10 คน คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ หญิง 10 คน คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ ผลการเก็บข้อมูล พบว่า แอปพลิเคชันมีความเหมาะสม อยู่ในระดับดี $\bar{X} = 3.69$ ความสวยงามอยู่ในระดับดี $\bar{X} = 4.15$ ความง่ายต่อการใช้งานอยู่ในระดับดี $\bar{X} = 4.36$ เนื้อหาอ่านเข้าใจง่ายอยู่ในระดับดี $\bar{X} = 3.98$ และแอปพลิเคชันมีส่วนช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการประกอบธุรกิจอยู่ในระดับดี $\bar{X} = 4.18$ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 อยู่ในระดับดี

อภิปรายผล

จากผลการทดลองของกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี มีความสวยงามใช้งานง่าย เนื้อหาอ่านเข้าใจง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของวิวัฒน์ มีสุวรรณ (วิวัฒน์, 2555) กล่าวว่า การเรียนรู้เกิดขึ้นได้จากเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์สมาร์ตโฟน ทำให้การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้งานมากขึ้น ดังนั้น แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” จึงเป็นอีกสื่อหนึ่ง ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับนักเรียนนักศึกษาหรือบุคคลที่มีความสนใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. การเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง อาจมีตัวแปรแทรก เช่น สิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อม วัฒนธรรมเข้ามาส่งผลต่อการรับรู้ และตีความของกลุ่มตัวอย่างทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ไม่เป็นจริง จึงควรทำความเข้าใจผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก่อน จะทำให้สามารถสะท้อนถึงความเป็นจริงได้ดีกว่า
2. ควรแปลคำบรรยายเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นๆ ที่มีความหลากหลาย เพื่อนำไปเผยแพร่กับชาวต่างชาติอื่นจะส่งผลให้แอปพลิเคชันเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการสร้างสื่อในรูปแบบที่น่าสนใจ และมีความทันสมัยให้เหมาะสมกับสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อส่งเสริมความสามัคคีและนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันที่มีการเปลี่ยนแปลงของสังคม
2. ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้ครอบคลุมทุกระบบปฏิบัติการ เนื่องจากปัจจุบันมีการรองรับเพียงระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์เท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- จักรชัย โสอินทร์ และพงษ์ศธร จันทร์ยอย. 2554. *Basic Android App Development*. นนทบุรี. ไอดีซี พรีเมียร์.
- ธนัษกร จิตต์เนื่อง. 2556. *คู่มือใช้งาน Illustrator CS6*. สวัสดิ์ ไอที, บจก.
- วิวัฒน์ มีสุวรรณ. 2555. *ปัญญาสะสม บนสังคมออนไลน์*. วารสารศึกษาศาสตร์. ปีที่ 14 (ฉบับที่1): หน้า 91-100.
- Android Developers. สืบค้นวันที่ 10 มกราคม 2559. จาก <https://developer.android.com/index.html>.
- DAAT. *ข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทย ไตรมาส 1 ประจำปี 2559*. สืบค้นวันที่ 10 มกราคม 2559. จาก <http://www.daat.in.th/index.php/daat-internet/>.

คุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา

The Service Quality of the Chacheongsoa Provincial Commerce Office

วัลณีย์ เขตกลาง¹ และรชพล ศรีวารส²

Wanee Katklang and Rachaphon Sreekawros

Received: 10 February 2020; Revised: 2 March 2020; Accepted: 8 March 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรที่ศึกษา คือ ประชาชนที่มาใช้บริการจำนวน 136 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (t-test แบบ Independent samples) และ F-test (one way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า

1. คุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.76$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความรู้ความชำนาญค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.16$) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม สิ่งสัมผัสได้ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.06$) ด้านการเข้าใจรู้จักลูกค้าจริงค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.99$) ด้านอภัยภัยไมตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.78$) ด้านการติดต่อสื่อสารค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.74$) ด้านความปลอดภัยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.74$) ด้านความไว้วางใจค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.70$) ด้านการเข้าถึงบริการค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.52$) ด้านการตอบสนอง ความเต็มใจและความพร้อมค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.48$) ด้านความน่าเชื่อถือค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.45$) ตามลำดับ

2. ประชาชนที่มาใช้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีเพศ ระดับการศึกษา ต่างกัน คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน

คำสำคัญ : การให้บริการ, สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา

² ดร., อาจารย์ประจำสาขารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

ABSTRACT

This research purpose to study 1) the service quality of the Chacheongsoa Provincial Commerce Office 2) Comparison the Service Quality of the Chacheongsoa Provincial Commerce Office classified by gender and education level. The population were people receive service by the office totally 136 persons. The instrument used for collecting the data was 5 rating scale questionnaire. The statistics used for analyzing the collected data were frequency, percentage, mean standard deviation t-test and F-test. The study results as follow :

1. The service quality of the Chacheongsoa Provincial Commerce Office in overall and each aspect was at high level arranged mean scores from the highest to the lowest mean were knowledge and skills, Factual service, understand and intimate, friendship, communicate, safety, trust, appreciate, satisfy and readiness, believable respectively.

2. Comparison the Service Quality of the Chacheongsoa Provincial Commerce Office classified by gender and education level were statistically different.

Keyword : The Service Quality, Provincial Commerce Office

บทนำ

กระทรวงพาณิชย์เป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศให้มีการประกอบการค้าที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ ช่วยเสริมสร้างความสามารถของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง เพื่อเป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลก กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญในการดำเนินนโยบายการฟื้นฟูเศรษฐกิจรากฐานควบคู่กันไปกับการสร้างความเชื่อมั่นของประเทศให้เกิดผลออกมาเป็นรูปธรรม โดยอาศัยกลไกต่างๆ ของกระทรวงพาณิชย์ในการแก้ไขปัญหาและบรรเทาความเดือดร้อนของพี่น้องประชาชนที่ประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ ซึ่งดำเนินการผ่านนโยบายของรัฐบาลเพื่อช่วยทำให้ภาคเศรษฐกิจการค้าของประเทศมีการดำเนินธุรกิจและเกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและสามารถแข่งขันได้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อความเป็นอยู่ของประชาชนทั่วทั้งประเทศ กระทรวงพาณิชย์ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยพัฒนาผู้ประกอบการทั้งแบบดั้งเดิมและปัจจุบันให้เป็นผู้ประกอบการที่เข้มแข็งและทำให้ภาคการค้าในแต่ละ

จังหวัดมีความแข็งแกร่ง สามารถต่อสู้กับโลกการค้าเสรีที่เข้าไปมีบทบาทอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน (ภูมิ สารผล, 2560)

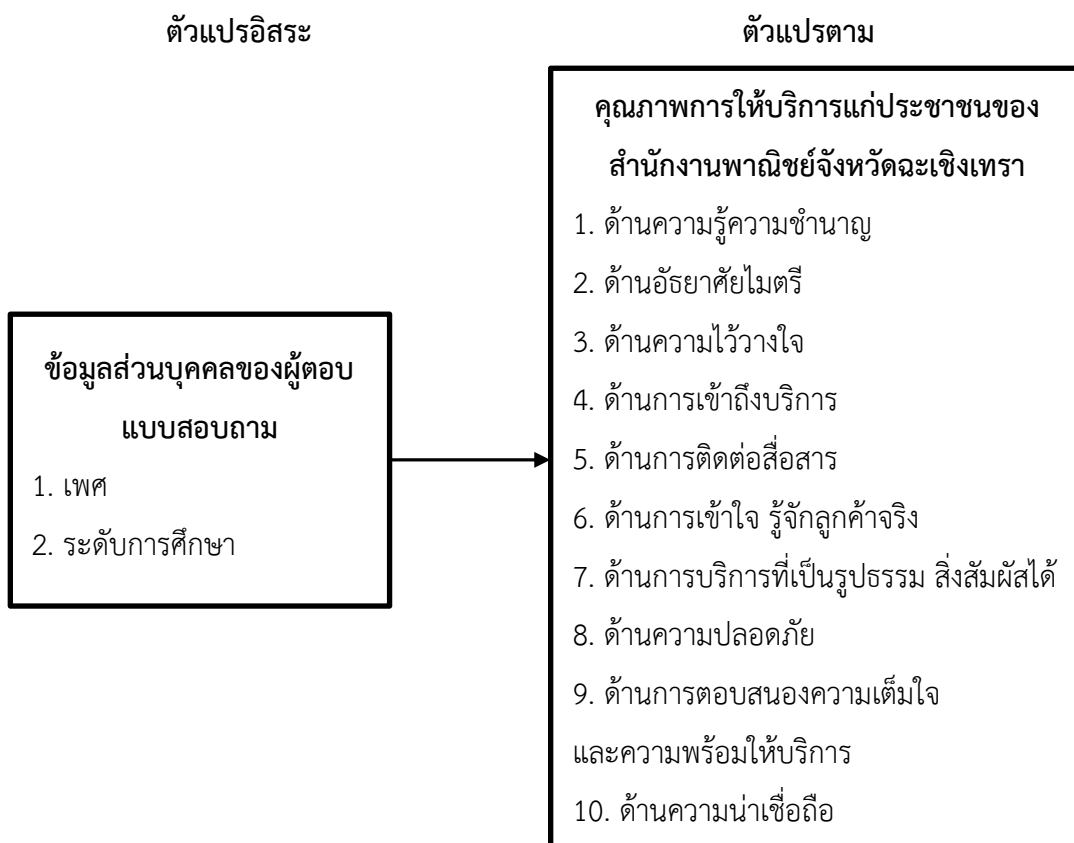
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเป็นหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนของกระทรวงพาณิชย์ในภูมิภาค และมีบทบาทที่สำคัญในการเป็นฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารงานราชการ กำหนดแผนงาน/โครงการและแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งเผยแพร่ให้บริการข้อมูลด้านการพาณิชย์แก่ผู้ประกอบการ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนและประชาชนทั่วไปในทุกระดับ ซึ่งสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทราได้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมและผลักดันให้ประชาชนสามารถพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ฉะนั้นระบบการทำงานของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา ต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนทั้งในท้องถิ่นและในส่วนของผู้มาติดต่อราชการ การปฏิบัติงานจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีไมตรีจิตต่อผู้มาติดต่อราชการ มีขั้นตอนการทำงานที่โปร่งใสและต้องสามารถตรวจสอบการทำงานได้ เน้นการให้บริการผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปด้านการพาณิชย์ โดยการรับเรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องร้องเรียน การให้บริการข้อมูลข่าวสารและข้อมูลสารสนเทศ รวมทั้งจัดระบบบริหารจัดการข้อมูลให้มีความพร้อมทันสมัยเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคกับส่วนกลาง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้บริการในภาคประชาชนและภาคราชการ ในเรื่องการให้คำปรึกษารับเรื่องร้องเรียนได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ

จากความสำคัญดังกล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาในฐานะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ และมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง จึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพของการให้บริการในด้านต่างๆ ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อจะได้ใช้เป็นข้อมูล และเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกที่ดีแก่ผู้มาใช้บริการและประชาชนทั่วไป ซึ่งจะเป็นการพัฒนากระบวนการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดในการศึกษา



วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่มาใช้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 136 คน ได้โดยวิธีการคำนวณใช้สูตรของ Taro Yamane, 1967 (อ้างในสิทธิ ชีรสรณ์, 2550 : 120) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามประกอบด้วย คำถามในการสอบถาม 2 ตอน คือ 1. แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ชนิดคำถามให้เลือกตอบ (Multiple Choice Questionnaire) และ 2. แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนตามน้ำหนักจากมากไปหาน้อย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติ ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Frequency and percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้ จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2
3. การทดสอบค่าที แบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test: Independent)
4. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) โดยใช้สถิติ ทดสอบค่าเอฟ (F-test) และถ้าพบความแตกต่างที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ใช้การ เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย รายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ผลการศึกษาพบว่า

สรุปผลการศึกษา

1. คุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความรู้ความชำนาญค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.16$) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม สิ่งสัมผัสได้ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.06$) ด้านการเข้าใจรู้จักลูกค้าจริงค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.99$) ด้านอธยาศัยไมตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.78$) ด้านการติดต่อสื่อสารค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.74$) ด้านความปัดภัยค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.74$) ด้านความไว้วางใจค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.70$) ด้านการเข้าถึงบริการค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.52$) ด้านการตอบสนอง ความเต็มใจและความพร้อมค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.48$) ด้านความน่าเชื่อถือค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ
2. ประชาชนที่ใช้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีเพศ ระดับการศึกษา ต่างกัน คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน

อภิปรายผลการศึกษา

จากการสรุปผลของการศึกษา เรื่องคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

- 1.ด้านความรู้ความชำนาญโดยรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.10$) ที่ผลการศึกษาออกมาเช่นนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเจ้าหน้าที่ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ให้ความสำคัญและคัดเลือกเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความชำนาญไว้สำหรับบริการประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับงานงานวิจัยของประชิด ทองย้อย (2550) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพากร

พื้นที่สาขารัฐประเทศ ผลจากการศึกษาพบว่า 1) ระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขารัฐประเทศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน คือค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.97$)

2. ด้านอัยยาศัยไม่ตรีภาพรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.89$) ที่ผลการศึกษาออกมาเช่นนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นจิตอาสาภายใต้จิตสำนึกของเจ้าหน้าที่ในสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชูลีวรรณ บัวอินทร์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานที่ดินส่วนแยกบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ด้านมนุษยสัมพันธ์ ผลจากการศึกษา พบว่าผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการที่ได้รับในปัจจุบันในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.86$)

3. ด้านความไว้วางใจภาพรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าเจ้าหน้าที่ยินดี เต็มใจรับฟังปัญหาและแนะนำท่านได้ชัดเจน ถูกต้องอยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมา มีเจ้าหน้าที่ที่มีความโปร่งใสในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.68$) และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติกับทุกคนด้วยความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.65$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธศาสตร์ กระพัสต์ย์ (2551) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานทะเบียนพาณิชย์ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านการให้บริการที่ตรงเวลาด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

4. ด้านการเข้าถึงบริการภาพรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สถานที่ตั้งและสถานที่จอดรถมีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่ออยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมา มีการลดขั้นตอนในการเข้าถึงการให้บริการอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.71$) มีการเพิ่มช่องทางการให้บริการในหลายรูปแบบตามความเหมาะสม อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.54$) ที่ผลการศึกษาออกมาเช่นนี้ ผู้วิจัยได้มองถึงที่ตั้งของหน่วยงานภาครัฐนั้นเอื้อต่อการให้บริการแก่ประชาชนเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญชนก พูลสวัสดิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการตามหลักบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ : กรณีศึกษาสำนักงานที่ดินจังหวัดปราจีนบุรี สาขาภินทร์บุรี จากการศึกษา พบว่าคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ เช่น ด้านความสะดวกสบายในการติดต่อ และ ด้านอาคารสถานที่ ที่มีที่จอดรถเพียงพอต่อการรองรับลูกค้าอย่างปลอดภัย เป็นต้น

5. ด้านการติดต่อสื่อสารภาพรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการประชาสัมพันธ์ด้านการพาณิชย์ให้ทราบโดยทั่วถึงกันอยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย

($\bar{X} = 3.95$) รองลงมา มีช่องทางในการบริการข้อมูลข่าวสารหลากหลาย เช่น Internet Call Center และ มีเสียงตามสายจากสำนักงานพาณิชย์ประชาสัมพันธ์ในบางเวลา อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.82$) มีหน่วยงานเคลื่อนที่ออกประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบเกี่ยวกับภารกิจหลักของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.60$) และเอกสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เช่น แผ่นพับ มีความเพียงพอ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.57$) ที่ผลการวิจัยออกเช่นนี้ผู้วิจัยมองไปที่หน่วยงานคือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทราได้เห็นความสำคัญต่อการสื่อสารจึงเพิ่มช่องทางในการบริการข้อมูลข่าวสารหลากหลาย เช่น Internet Call Center และเอกสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เช่น แผ่นพับ มีความเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่เป็นศูนย์ข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าการบริการ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และ บริการให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจการค้าและระบบเตือนภัยของจังหวัด

6. ด้านการเข้าใจ รู้จักลูกค้าจริงภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่ปรากฏกายดี ทั้งกิริยา ท่าทาง การเคลื่อนไหว เหมาะสมกับสถานภาพตามตำแหน่ง หน้าที่ของตน อยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมา เจ้าหน้าที่เข้าใจและตอบสนองความต้องการของท่านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.00$) เจ้าหน้าที่สามารถแนะนำท่านได้อย่างเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.94$) เจ้าหน้าที่เข้าใจและตอบสนองความต้องการของท่าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.93$) และเจ้าหน้าที่แนะนำได้ตรงตามมาตรฐานและคุณภาพ สามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการได้อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.62$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คิริพร วิษณุหิมาชัย (2551) กล่าวไว้ว่าการบริการหมายถึง การที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายให้ การช่วยเหลือ หรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ ความสุขกาย ความสุขใจ หรือความสะดวกสบายให้แก่ ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการแล้ว อาจเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น

7. ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม สิ่งสัมผัสได้ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสุภาพ เหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมา การจัด ตกแต่ง ภายในสำนักงานพร้อมให้บริการ สะดวก สบายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.07$) การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่การบริการอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.88$) มุ่งเน้นถึงความต้องการและความพึงพอใจของประชาชน ผู้รับบริการเป็นหลัก อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.85$) และมีการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการขั้นตอนการทำงานใหม่อยู่เสมอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.75$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551) ตามความหมายของ “จิตวิทยาการบริการ” หมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม กระบวนการหรือการดำเนินการอย่างใด อย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น

อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การสร้างความรู้สึที่ดี มีประทับใจ และความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

8. ด้านความปลอดภัยภาพรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ท่านรู้สึกปลอดภัยในขณะที่ติดต่อราชการอยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา ท่านมีความมั่นใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.74$) ท่านรู้สึกได้รับความปลอดภัยในทรัพย์สิน เช่น ยานพาหนะที่จอดรอในขณะที่รอรับบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.71$) ท่านได้รับบริการที่ปราศจากอันตรายหรือความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.63$) และท่านได้รับบริการโดยปราศจากความเคลือบแคลงสงสัยในการบริการอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.49$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะ ลิขิตมณีชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี ผลจากการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี อันดับแรก คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการและอันดับสุดท้าย คือ ด้านเป็นรูปธรรมของการบริการ ประเมินผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการบริการจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรีไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

9. ด้านการตอบสนองความเต็มใจและความพร้อมให้บริการภาพรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพอย่างตรงไปตรงมา และคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป หรือสิทธิที่เขาพึงมี อยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมา เจ้าหน้าที่มีการสร้างความพึงพอใจให้ประชาชนที่มาใช้บริการหรือภายหลังจากที่มารับบริการไปแล้ว อยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.66$) เจ้าหน้าที่แนะนำ ชี้แจง แก้ไขให้ท่านได้ภายในเวลารวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา อยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.63$) เจ้าหน้าที่เต็มใจบริการ ช่วยเหลือ และคำนึงถึงความรีบเร่งของท่านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.56$) และเจ้าหน้าที่ให้บริการครบทุกขั้นตอนในจุดเดียว รวดเร็ว เสร็จตามกำหนดเวลาอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.43$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551) ตามความหมายของ “จิตวิทยาการบริการ” หมายถึง กระบวนการหรือการดำเนินการอย่างใด อย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การสร้างความรู้สึที่ดี มีประทับใจ และความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

10. ด้านความน่าเชื่อถือภาพรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่ที่มีจิตใจมั่นคง มั่นใจในตนเอง กล้าคิด กล้าพูด กล้าตัดสินใจ ศึกษาหาความรู้ และปรับปรุงตัวอยู่เสมออยู่ในระดับมากลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมา เจ้าหน้าที่ที่มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.56$) เจ้าหน้าที่อารมณ์ดี ควบคุมอารมณ์ตนเองได้ มองโลกในแง่ดี มีอารมณ์ขัน มีน้ำใจ ใจกว้าง เสียสละ เอื้อเฟื้อ มีเมตตา อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.57$) เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.43$) และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำท่านอย่างรอบครอบถูกต้องชัดเจนเมื่อมีปัญหาอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.37$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพาราสุราแมน และคณะ (Parasuraman and et. At., 1990 : 21 - 22) ได้กำหนดมิติที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปผล อภิปรายผลของการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการการศึกษา

ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้บริหารควรนำไปปรับปรุงแก้ไข โดยการกระจายอำนาจ และพัฒนาบุคลากรให้มีทัศนคติที่ดีต่องาน มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน มีความกระตือรือร้น และกล้าคิด กล้าตัดสินใจในงานที่ตนรับผิดชอบ เพราะการทำงานบริการจะต้องติดต่อสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับคนต่างๆ จำนวนมาก การวางตนจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นการสร้างความเชื่อถือให้ปรากฏ การปฏิบัติตนจึงต้องระมัดระวังทั้งทางกายและวาจา เนื่องจากเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ง่าย ทั้ง จากการแต่งกาย กริยามารยาท การพูด การสื่อสาร ของเจ้าหน้าที่ ที่ให้คำแนะนำ ควรทำอย่างรอบครอบ และถูกต้องชัดเจน เมื่อมีปัญหา

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดฉะเชิงเทรา หรือจังหวัดที่ใกล้เคียง ผลการการศึกษา น่าจะนำมาเปรียบเทียบ และเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์ จังหวัด ในโอกาสต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ปิยะ ลิขิตมณีชัย. (2557). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด **จันทบุรี**. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธัญชนก พูลสวัสดิ์. (2553). คุณภาพการให้บริการตามหลักการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่: กรณีศึกษาสำนักงานที่ดินจังหวัดปราจีนบุรี สาขากบินทร์บุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ:วีอินเตอร์ พรินท์.
- บัวแพงเพ็ด โพไชย์. (2552). คุณภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองสาละวัน แขวงสาละวัน **สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ประชิด ทองย้อย. (2550). คุณภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

การวิเคราะห์ปัจจัยการใช้แก๊สโซฮอล์ ของรถยนต์ส่วนบุคคล

Factor Analysis to Use Gasohol of Personal Car

ชัยนิกร กุลวงษ์¹ สงวน วงษ์ชวลิตกุล² และ มารุต โคตรพันธ์³

Chainikorn Kunlawong, Sanguan Vongchavalitkul and Marut Khodpun

Received: 1 February 2020; Revised: 1 March 2020; Accepted: 8 March 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ ของรถยนต์ส่วนบุคคล กลุ่มประชากร คือ ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทำการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 558 คน และใช้แบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหาของข้อคำถาม 0.67 ถึง 1.00 และมีระดับความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.92 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ สกัดปัจจัยด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล ผลการวิจัยพบว่า ชุดตัวแปรที่ทำการศึกษา สามารถวิเคราะห์ปัจจัยได้ 9 ด้าน โดยมีความแปรปรวนสะสมร้อยละ 85.95 และพบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) = 2.22, IFI = 0.97, TLI = 0.97, CFI = 0.97, RMSEA = 0.05 และ HOELTER 0.05 = 265

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ปัจจัย, แก๊สโซฮอล์, รถยนต์ส่วนบุคคล

¹ อาจารย์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล E-mail: kchainikorn@hotmail.com โทรศัพท์ 088-5959306

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

³ อาจารย์ ดร. คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

Abstract

The objective of this research was to study important factors affecting to use gasohol of personal car. The purposive sampling was adopted and selected from the population who used personal car in Muang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. The number of 558 used personal car were the sampling group. The research instrument was a questionnaire. The questionnaire's validity was 0.67 to 1.00 and reliability was 0.92. An exploratory factor analysis was carried out by using principal component extraction. The model was validated by using first order confirmatory factor analysis. The research results showed that the studied variables could be analyzed as 9 factors. The cumulative variance could describe as 85.95%. The structural model was consistent by the goodness of fit indices of CMIN/DF = 2.22, IFI = 0.97, TLI = 0.97, CFI = 0.97, RMSEA = 0.05 and HOELTER 0.05 = 265.

Keywords : factor analysis, gasohol, personal car

บทนำ

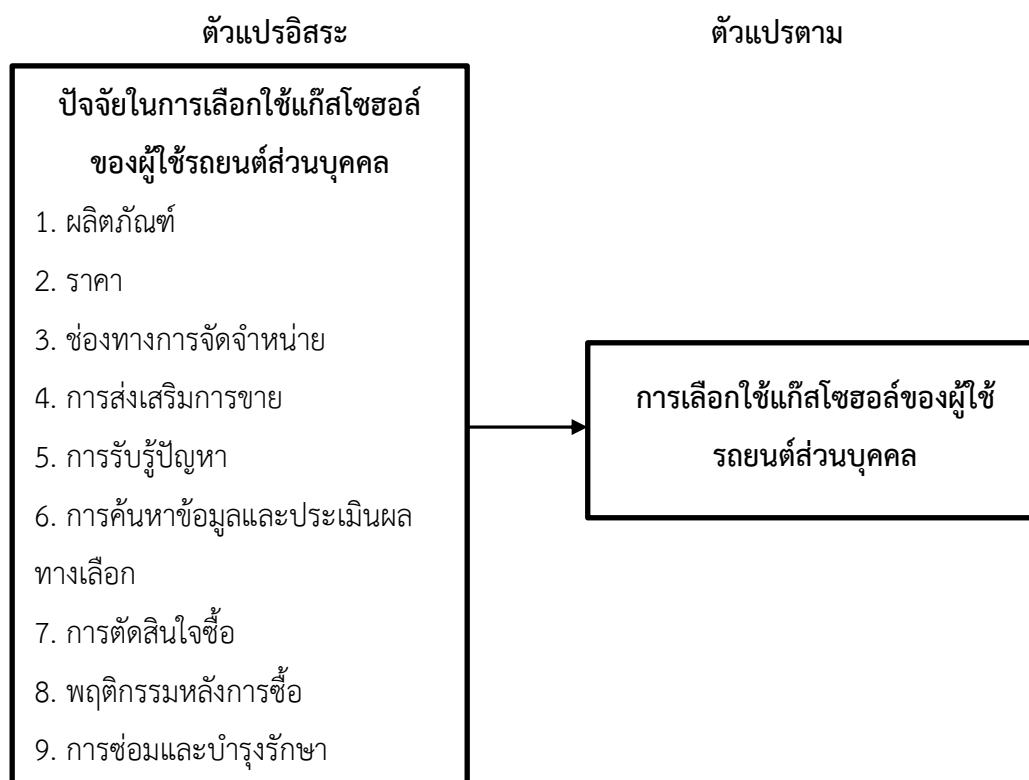
น้ำมันเชื้อเพลิงที่มีการจัดจำหน่ายภายในประเทศไทย รวมทั้งมีจำนวนชนิดมากที่สุด คือ กลุ่มน้ำมันเบนซินที่มีทั้งหมด 5 ชนิด ได้แก่ น้ำมันเบนซิน 95 แก๊สโซฮอล์ 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ อี 20 และ แก๊สโซฮอล์ อี 85 ในปี พ.ศ. 2559 พบว่า แก๊สโซฮอล์มีสัดส่วนการใช้งานมากถึงร้อยละ 95.38 ส่วนที่เหลือเป็นน้ำมันเบนซิน 95 อีกร้อยละ 4.62 และจากปริมาณการใช้แก๊สโซฮอล์ทั้งหมด พบว่า แก๊สโซฮอล์ 91 และแก๊สโซฮอล์ 95 มีสัดส่วนการใช้งานมากถึงร้อยละ 79.45 ส่วนที่เหลืออีกเล็กน้อยเป็นสัดส่วนการใช้แก๊สโซฮอล์ อี 20 และ อี 85 คือ ร้อยละ 20.55 (กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2560) ดังนั้นจึงถือเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลให้การดำเนินงานตามแผนพลังงานของประเทศ (พ.ศ. 2558 - 2579) ไม่บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเฉพาะแผนอนุรักษ์พลังงาน แผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก และแผนบริหารจัดการน้ำมันเชื้อเพลิง กล่าวคือ เอทานอลที่ใช้เป็นส่วนผสมของแก๊สโซฮอล์ คือ อีกหนึ่งชนิดพลังงานทดแทนที่มีเป้าหมายเพิ่มปริมาณการใช้งาน คือ เพิ่มจาก 3.50 ล้านลิตรต่อวัน สำหรับการใช้งานในปี พ.ศ. 2558 เป็น 11.30 ล้านลิตรต่อวัน สำหรับการใช้งานในปี พ.ศ. 2579 (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2560) สำหรับปัจจัยหรือสาเหตุที่ทำให้แก๊สโซฮอล์ อี 20 และ อี 85 มีสัดส่วนการใช้งานที่ต่ำ อาจเนื่องมาจากผู้ใช้งานบางคนหรือบางกลุ่ม เลือกใช้แก๊สโซฮอล์ผิดประเภทหรือไม่สอดคล้องกับเทคโนโลยีของรถยนต์ที่ใช้อยู่ แต่อย่างไรก็ตามสำหรับสาเหตุที่แท้จริงยังไม่ทราบ

แน่ชัด เพราะยังไม่มีการศึกษาวิจัยอย่างเป็นรูปธรรมและครอบคลุมทุกพื้นที่ที่มีการใช้งาน จังหวัด นครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนจดทะเบียนสะสมของรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เท่ากับ 210,277 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2560) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ที่ต้องมีการ วิจัย เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยในการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในจังหวัด นครราชสีมา ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์หาปัจจัยเสี่ยง และการจัดการปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผล ต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์ ของรถยนต์ส่วนบุคคล ในงานวิจัยถัดไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยในการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ด้วยเทคนิคการ วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจและการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย ได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดกลุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ขับขีรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตพื้นที่อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยสุ่มตัวอย่างจากประชากรของจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีจำนวนจดทะเบียนสะสมเท่ากับ 210,277 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2560) ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อเลือกพื้นที่ที่ศึกษา และวิธีสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และต้องมีขนาดไม่น้อยกว่า 5 - 10 เท่า ของตัวแปรสังเกตได้ หรือไม่น้อยกว่า 100 ถึง 200 ตัวอย่าง (Bentler and Chou, 1987) อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติจริงของการเก็บรวบรวมข้อมูล จะเก็บข้อมูลมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำหนดประมาณร้อยละ 10 ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำรองแทนข้อมูลที่มีปัญหาจากผลการดำเนินการทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ เขตการปกครองย่อยของอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด 6 อันดับแรก คือ ตำบลในเมือง ตำบลจอหอ ตำบลโพธิ์กลาง ตำบลหัวทะเล ตำบลหนองบัวศาลา และ ตำบลโคกกรวด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 25 ของเขตการปกครองย่อยทั้งหมดของอำเภอเมืองนครราชสีมา

2. การออกแบบ และพัฒนาเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ จะอาศัยแบบสอบถามที่ออกแบบและพัฒนา โดยสร้างข้อคำถามจำนวน 50 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยใช้เกณฑ์ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหาของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence : IOC) ที่มากกว่า 0.50 (อมร ชคทิต, 2556) และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ต้องมากกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ศึกษาทั้ง 6 ตำบล โดยแบ่งเก็บข้อมูลตำบลละ 93 ตัวอย่าง รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างสุทธิ 558 ตัวอย่าง

4. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ เพื่อหาความสัมพันธ์ของข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตได้ โดยอาศัยโปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

4.1 ตรวจสอบว่าข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตได้ ว่ามีลักษณะที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์ปัจจัยหรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Kaiser Meyer Olkin (KMO) ที่ต้องมากกว่า 0.7 และค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity ที่ต้องมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (Hair et al., 2010)

4.2 ทำการวิเคราะห์ปัจจัย โดยการสกัดปัจจัยด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก การหมุนแกนปัจจัยให้ตั้งฉากด้วยวิธีแวนเดอร์ไคป และการพิจารณาปัจจัยซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (รุ่งโรจน์ สุบรรณจ้อย, 2560)

4.2.1 ปัจจัยต้องมีค่าไอเกนมากกว่า 1 ขึ้นไป

4.2.2 ตัวแปรสังเกตได้ ต้องมีค่าน้ำหนักปัจจัยตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป

4.2.3 แต่ละปัจจัยต้องมีตัวแปรสังเกตได้อธิบายตั้งแต่ 3 ตัวขึ้นไป ส่วนการจัดตัวแปรให้กับปัจจัยใด ๆ ให้พิจารณาจากค่าน้ำหนักปัจจัยสูงสุด

5. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยอาศัยโปรแกรม AMOS ในการวิเคราะห์ มีขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

5.1 การระบุโครงสร้างของปัจจัยแฝง และตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละตัวแปรแฝง โดยอาศัยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ มาเป็นกรอบแนวคิดในการระบุโครงสร้างโมเดล

5.2 การประมาณค่าพารามิเตอร์ ด้วยวิธีความควรจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood)

5.3 การตรวจสอบว่าโมเดลโดยรวมมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ($CMIN/DF \leq 3.00$ (Kline, 1998) ค่า Incremental Fit Index (IFI), Comparative Fit Index (CFI) และ Tucker - Lewis Index (TLI) ≥ 0.90 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2557) ค่า Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) ≤ 0.05 รวมทั้งสถิติที่ใช้วัดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอที่จะยอมรับว่าโมเดลโดยรวมมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ คือ HOELTER $0.05 \geq 200$ (Schumacher and Lomax, 2010) หลังจากนั้นจะทำการตรวจสอบค่าพารามิเตอร์ของโมเดลว่ามีค่าเท่ากับศูนย์หรือไม่ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบ Z ซึ่งต้องมีค่านัยสำคัญทางสถิติ ในกรณีที่ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่มีความกลมกลืนกัน ให้ปรับโมเดล โดยพิจารณาจากค่าดัชนีปรับเปลี่ยน (Modification Index : MI)

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 558 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหาของข้อคำถาม 0.67 ถึง 1.00 และมีระดับความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 65 มีอายุ 30 - 39 ปี ร้อยละ 35 สถานภาพสมรส ร้อยละ 50 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 39 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,000 - 29,999 บาท ร้อยละ 38 มีประสบการณ์ในการขับรถยนต์ 5 - 7 ปี ร้อยละ 38 อายุใช้งานรถยนต์คันปัจจุบัน 5 - 7 ปี ร้อยละ 40 ขนาดความจุกระบอกสูบเครื่องยนต์ที่ใช้ 1,001 - 1,500 ซีซี ร้อยละ 35 จำนวนวันที่ใช้รถยนต์ต่อสัปดาห์ 6 - 7 วัน ร้อยละ 50 ชนิดของเชื้อเพลิงตามมาตรฐานสูงสุดที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์แจ้งไว้ คือ แก๊สโซฮอล์ อี 20 ร้อยละ 50 ชนิดของเชื้อเพลิงที่เคยเติมเครื่องยนต์ คือ แก๊สโซฮอล์ 95 ร้อยละ 30 มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้มีค่าอยู่ในช่วง 3.36 - 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในช่วง 0.64 - 1.05 ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

จากการตรวจสอบค่าตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 50 ตัว พบว่า มีความสัมพันธ์กัน คือ มีค่า KMO = 0.88 และ Bartlett's Test of Sphericity มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 และจากการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า จำนวนปัจจัยที่มีค่าไอเกนมากกว่า 1 มีทั้งหมด 9 ปัจจัย ได้แก่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (F1) ด้านราคา (F2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (F3) ด้านการส่งเสริมการขาย (F4) ด้านการรับรู้ปัญหา (F5) ด้านการค้นหาข้อมูลและประเมินผลทางเลือก (F6) ด้านการตัดสินใจซื้อ (F7) พฤติกรรมหลังการซื้อ (F8) และการซ่อมและบำรุงรักษา (F9) โดยมีความแปรปรวนสะสมร้อยละ 85.95 ตัวแปรสังเกตได้ที่มีร่วมชีวิตปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากกว่า 0.30 มีจำนวน 48 ตัว โดยที่ F5 และ F9 มีตัวแปรในแต่ละปัจจัย 4 ตัว F6 มีตัวแปร 10 ตัว ส่วนปัจจัยที่เหลือมีตัวแปรในแต่ละปัจจัย 5 ตัว

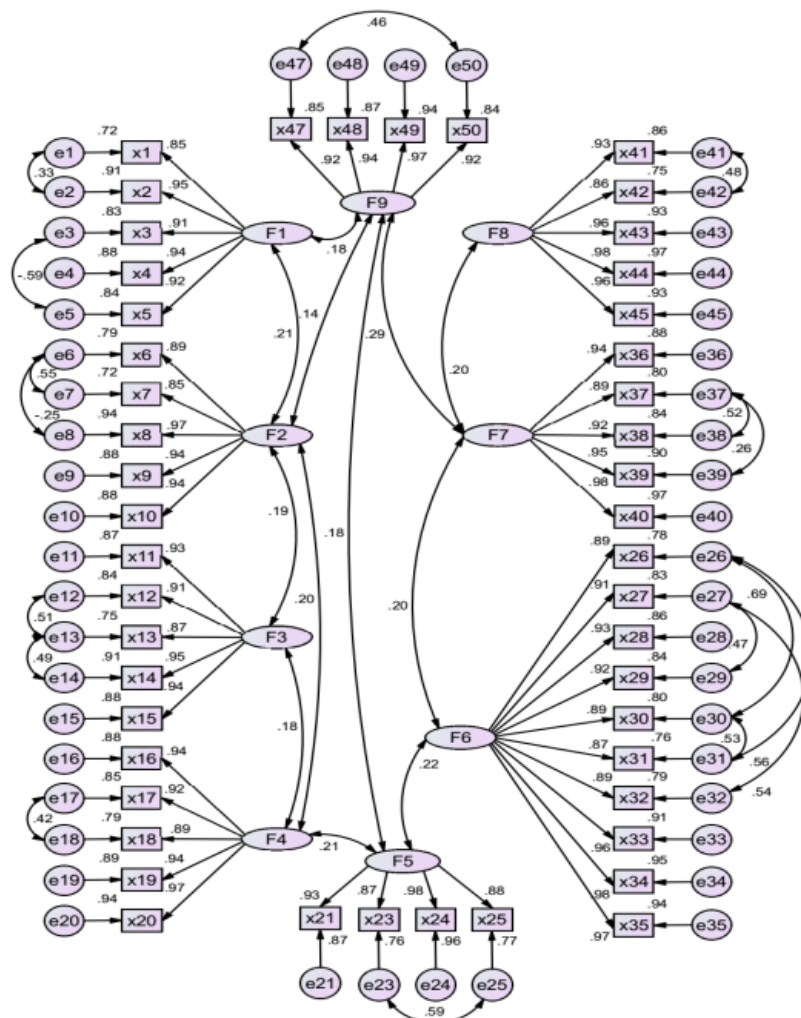
2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง

จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง สามารถแสดงค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	ค่าสถิติจากการวิเคราะห์
CMIN/DF	2.22
IFI	0.97
TLI	0.97
CFI	0.97
RMSEA	0.05
HOELTER 0.05	265

จากตารางที่ 1 พบว่า โมเดลโดยรวมมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นไปตามเกณฑ์การพิจารณา ซึ่งได้แก่ ค่า CMIN/DF ≤ 3.00 ค่า IFI, TLI และ CFI ≥ 0.90 ค่า RMSEA ≤ 0.05 รวมทั้งมีจำนวนตัวอย่างเพียงพอที่จะยอมรับว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้เพราะค่า HOELTER $0.05 \geq 200$ และ จากการตรวจสอบค่าพารามิเตอร์ของโมเดล พบว่าค่าพารามิเตอร์ทุกตัวในโมเดลมีค่าไม่เท่ากับศูนย์ โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยมาตรฐานอยู่ในช่วง 0.85 - 0.98 โดยมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง หลังปรับโมเดล

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า จำนวนปัจจัยในการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล มีจำนวน 9 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูลและประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อพฤติกรรมหลังการซื้อ และ

การซ่อมและบำรุงรักษา ซึ่งมีความแปรปรวนสะสมร้อยละ 85.95 และตัวแปรสังเกตได้ที่ร่วมชีวิตปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากกว่า 0.30 มีจำนวน 48 ตัว และจากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลพบว่า โมเดลโดยรวมมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) = 2.22, IFI = 0.97, TLI = 0.97, CFI = 0.97 และ RMSEA = 0.05 รวมทั้งมีขนาดของตัวอย่างที่เพียงพอที่จะยอมรับว่าโมเดลโดยรวมมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า HOELTER 0.05 = 265 ส่วนสำหรับค่าน้ำหนักปัจจัยมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 48 ตัว พบว่ามีค่าต่ำสุดและสูงสุดเท่ากับ 0.85 และ 0.98 ตามลำดับ

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นการกำหนดข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตได้ที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด 4Ps กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คุณสมบัติของแก๊สโซฮอล์ ซึ่งแตกต่างจากน้ำมันเบนซิน ที่อาจส่งผลกระทบต่อการใช้เพื่อเป็นเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ รวมทั้งการซ่อมและบำรุงรักษาเครื่องยนต์ในระหว่างการใช้งาน เท่านั้น ดังนั้นการนำผลการวิจัยไปใช้งานอาจจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ลักษณะหรือประเภทของยานพาหนะที่แตกต่างกัน และลักษณะของพื้นที่ศึกษาวิจัยที่อาจที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เป็นต้น

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ของรถยนต์ส่วนบุคคล เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์หาปัจจัยเสี่ยง และการจัดการปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ของรถยนต์ส่วนบุคคล ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินการหรือการปรับแผนการดำเนินงานตามแผนพลังงานของประเทศ โดยเฉพาะแผนอนุรักษ์พลังงาน แผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก และแผนบริหารจัดการน้ำมันเชื้อเพลิงให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด เอทานอล คืออีกหนึ่งชนิดพลังงานทดแทนที่มีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการใช้งาน คือ จากการใช้งานเฉลี่ยประมาณ 3.50 ล้านลิตรต่อวัน ในปี พ.ศ. 2558 เพิ่มเป็นการใช้งานเฉลี่ยประมาณ 11.30 ล้านลิตรต่อวัน ในปี พ.ศ. 2579

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2560). **จำนวนรถจดทะเบียน (สะสม) ณ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2560**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://data.go.th/DatasetDetail.aspx?id=0affb243-e426-4b95-9eb3-ae578bf0cd34> (วันที่ค้นข้อมูล : 3 กุมภาพันธ์ 2560)
- กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2559). **ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงต่อวัน**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.doeb.go.th/2016/stat.html#c> (วันที่ค้นข้อมูล : 3 กุมภาพันธ์ 2560)



- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2558). **แผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก พ.ศ. 2558 - 2579**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.dede.go.th/download/files/AEDP2015_Final_ver-sion.pdf (วันที่ค้นข้อมูล : 7 มกราคม 2560)
- กฤษชนก จงใจรักษ์. (2557). **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องปรับอากาศ ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กฤติกา เลิศหาญ. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีพลังงานทางเลือกสำหรับรถยนต์ กรณีศึกษา การใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). **การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- จงจิตร จิตร์แจ้ง. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภคบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา : ผลลัพธ์เพื่อสุขภาพและความงาม**. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมศักดิ์ ตรียากิจ. (2552). **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และความตั้งใจในการซื้อซ้ำ ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2551). **E20 พลังงานสะอาด ทางเลือกใหม่ของคนไทย**. วารสารนโยบายพลังงาน. 79, 8 - 11.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและเซเท็กซ์.
- ภัทราภรณ์ วชิรโกเมน และธนภูมิ อติเวทิน. (2558). **ความรู้ความเข้าใจ กระบวนการยอมรับนวัตกรรม ทักษะคติ และพฤติกรรมที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร**. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ. 6(1), 39 - 52.
- ภิรมนวล ภักดีศรีศักดิ์ดา. (2555). **ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจ และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร**. ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- รุ่งโรจน์ สุบรรณจ้อย. (2560). การวิเคราะห์องค์ประกอบการรับรู้ความสามารถของตนเองด้านคอมพิวเตอร์ของพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจอุตสาหกรรม. วารสารเทคโนโลยีสื่อสาร มวลชน มทร. พระนคร. 2(1), 44 - 57.
- อมร ชคทิส. (2556). ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ซื้อรถบรรทุกในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- Arporn Pipattam. (2008). **A Study of Factors Affecting Automobile Driver's Decision on Declining to Use Gasohol.** Master's Project, Business English for International Communication Srinakharinwirot University.
- Bentler, P.M. and Chou, C.H. (1987). **Practical Issues in Structural Modeling.** Journal of Sociological Methods & Research. 16, 78 - 117.
- Bovee, C.L., Houston, M.J. and Thill. J.V. (1995). **Marketing.** New York : McGraw-Hill.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). **Multivariate Data Analysis.** 7th ed. New Jersey : Pearson Prentice-Hall International Inc.
- Kline, R.B. (1998). **Principles and Practice of Structural Equation Modelling.** 3rd ed. New York : Guilford Press.
- Kotler, P. (2002). **Marketing Management Millennium Edition.** Boston : Pearson Custom Publishing.
- McCarthy, E.J. and Perreault, W.D. (1990). **Marketing : Export Marketing ; Management.** 10th ed. United States : Irwin.
- Pourdehghan, A. (2015). **The Impact of Marketing Mix Elements on Brand Loyalty : A Case Study of Mobile Phone Industry.** Journal of Marketing and Banding Research. 2, 44 - 63.
- Schumacher, R.G. and Lomax, R.G. (2010). **Beginner's Guide to Structural Equation Modeling.** 3rd ed. New York : Routledge.

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยใน ประเทศสิงคโปร์

An Analysis of Factors Affecting Value and Export Volume of Thai Rubber in Singapore

อภิสิทธิ์ หะยือมา¹ ธนวิทย์ บุญสิทธิ์²

Apisit Hayeeuma Thanawit Bunsit

Received: 2 February 2020; Revised: 5 March 2020; Accepted: 10 March 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษามูลค่าและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยในประเทศสิงคโปร์โดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยในประเทศสิงคโปร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยในสิงคโปร์และเพื่อศึกษาผลกระทบของปริมาณการส่งออกยางพาราของไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน (Multiple regression analysis) แบบ Log – liner model ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time series) เป็นข้อมูลมูลค่าการส่งออกพาราดังแต่ปี พ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2560 มีกลุ่มตัวอย่างในประเทศอาเซียนคือประเทศสิงคโปร์ ผลการศึกษาพบว่า รายได้ประชาชาติ ราคายาง อัตราการแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ยและดุลการชำระเงิน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยในสิงคโปร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 และพื้นที่ รายได้ประชาชาติ ราคายางพารา และมูลค่าการส่งออกเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยในสิงคโปร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.10

คำสำคัญ : มูลค่าการส่งออกยางพารา กลุ่มตัวอย่างในประเทศอาเซียน ปริมาณการส่งออกยางพารา

¹ นิสิตสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

Abstract

This article examines the value and export volume of Thai rubber in Singapore by analysis of factors affecting the value and volume of Thai rubber exports in Singapore. The purpose of this study was to investigate the impact of Thai rubber exports in Singapore and to study the impact of Thailand's export volume of rubber. This study uses multiple regression analysis. Log-linear model uses time series data. It is the value of para export from 2007 to 2017. The sample in ASEAN is Singapore. The study indicated that National income, tire prices, exchange rates Interest rate and balance of payments The factors affecting the export value of Thai rubber in Singapore are statistically significant at 0.05 and the national income area. Rubber price and export value are factors that affect the export volume of Thai rubber in Singapore at a statistically significant level of 0.10

Keyword: The export of rubber. Sample in ASEAN. Export volume of rubber

บทนำ

ยางพาราเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอีกชนิดหนึ่ง พบว่ามีเกษตรกรตลอดจนผู้ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับยางพาราประมาณ 1 ล้านครอบครัว จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ล้านคน ประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราเป็นอันดับ 1 ของโลก นับตั้งแต่ พ.ศ. 2534 เป็นต้นมา โดยใน พ.ศ. 2552 ประเทศไทยมีการผลิตยางพารา จำนวน 3.16 ล้านตัน มีการส่งออก จำนวน 2.73 ล้านตัน (ร้อยละ 86 ของผลผลิตทั้งหมด) ผลิตเพื่อใช้ในประเทศ จำนวน 399,415 ตัน (ร้อยละ 12 ของผลผลิตทั้งหมด) ซึ่งสามารถทำรายได้เข้าประเทศได้ปีละกว่า 400,000 ล้านบาท แต่การส่งออกยางพาราส่วนใหญ่อยู่ในรูปวัตถุดิบแปรรูปขั้นต้น ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มต่ำ เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ทำให้มีผลต่อการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและการยกระดับรายได้ของเกษตรกรไม่มากเท่าที่ควรและหากเรื่องนี้ได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็จะส่งผลดีต่อประเทศและเกษตรกรชาวสวนยางพาราอย่างมหาศาล ดังนั้นยางพาราก็ยังคงเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่มีความจำเป็นในการส่งเสริมอาชีพและมีโอกาสในการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน), 2556)

ยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่ทรงคุณค่า เนื่องจากน้ำยางสามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมได้จำนวนมากเช่น กาว ยางล้อ ยางยืด และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในขณะที่เมื่อหมดอายุให้น้ำยาง ไม้ยางก็สามารถเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมของเล่นไม้ ในขณะที่ประเทศไทยเป็นผู้

ส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางอันดับหนึ่งของโลก แต่ปัญหาราคายางตกต่ำตั้งแต่ปี 2557 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงแก่ครัวเรือนชาวสวนยาง แม้ว่ารัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา มีมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยาง ทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหน่วยงาน โดยมีการควบรวม 3 หน่วยงานเดิม เป็น “การยางแห่งประเทศไทย” มาตรการ “ไร่ละพันห้า” การรับซื้อผลผลิตหนึ่งแสนตันภายใต้ “โครงการส่งเสริมการใช้ยางในหน่วยงานภาครัฐ” ปัญหายางพาราของไทยไม่ได้มีเฉพาะที่ราคายางพาราทกต่ำ แต่ยังมีปัญหาเรื่องการจัดการสวนยาง ความหลงผิดและกีดกันทางสถาบันที่นำไปสู่นโยบายที่ผิดพลาด และการจัดการผลผลิต การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาง โครงการของรัฐในอดีตตั้งแต่ปี 2553 เน้นการเพิ่มผลผลิตยางพารา เนื่องจากราคายางอยู่ในระดับสูง แต่ในปัจจุบันราคายางอยู่ในระดับต่ำซึ่งเป็นผลจากเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจจีนชะลอตัว และผลจากโครงการการเพิ่มผลผลิตดังกล่าวก็ซ้ำเติมปัญหาราคายางตกต่ำอย่างต่อเนื่อง (ประชา คุณธรรมดี, 2559)

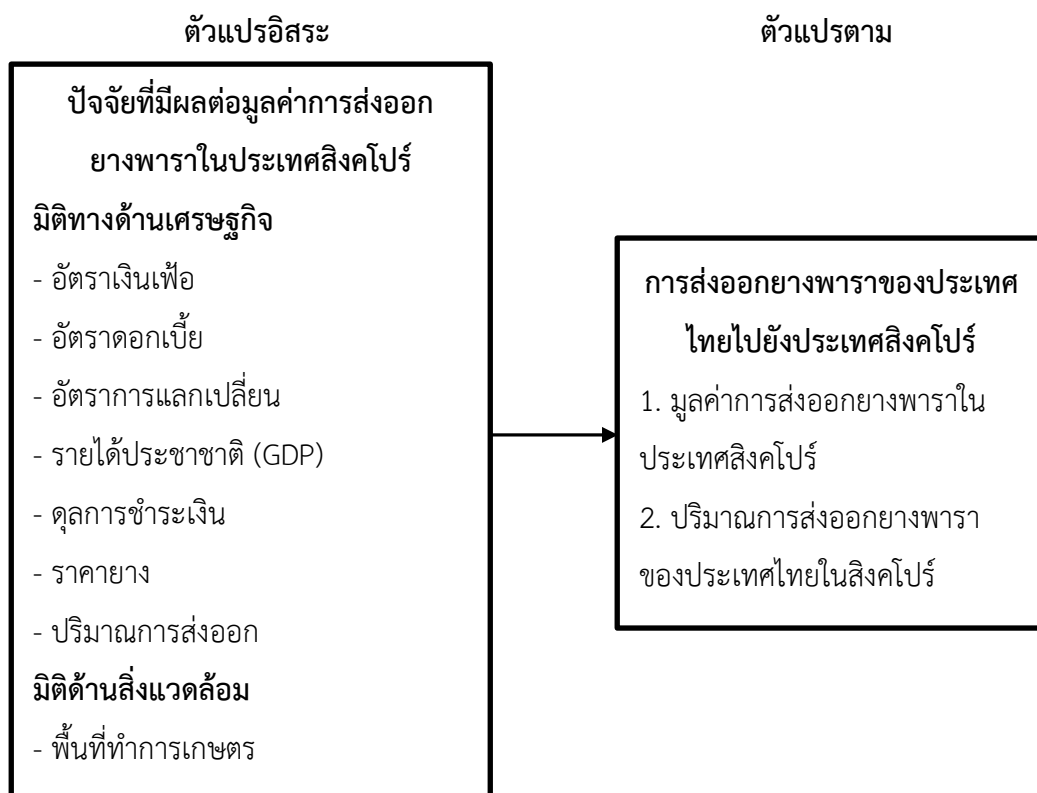
จากที่มาและความสำคัญความสำคัญดังกล่าว บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าและผลกระทบของปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสิงคโปร์

วัตถุประสงค์

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศสิงคโปร์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกยางพาราในประเทศสิงคโปร์
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยในสิงคโปร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการศึกษา

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปสู่ประเทศสิงคโปร์ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน (Multiple regression analysis) ด้วยวิธีการให้ตัวแปรตามอยู่ในรูป log ธรรมชาติหรือเรียกโมเดลนี้ว่า “Log – liner model”

โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลแบบอนุกรมเวลา (Time Series) เป็นข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี 2550-2560 ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้แบบจำลองดังนี้

แบบจำลอง 1 (ตัวแปรตามคือมูลค่าการส่งออก)

แบบจำลองที่ 1

$$\text{Value} = \beta_0 + \beta_1 \text{Volume} + \beta_2 \text{GDP} + \beta_3 \text{Price} + \beta_4 \text{Area} + \beta_5 \text{Ex} + \beta_6 \text{Balance} + \beta_7 \text{Inf} + \beta_8 \text{Interest_rate}$$

แบบจำลองที่ 2

$$\text{LogValue} = \beta_0 + \beta_1 \text{Volume} + \beta_2 \text{GDP} + \beta_3 \text{Price} + \beta_4 \text{Area} + \beta_5 \text{Ex} + \beta_6 \text{Balance} + \beta_7 \text{Inf} + \beta_8 \text{Interest_rate}$$

แบบจำลองที่ 3

$$\text{LogValue} = \beta_0 + \beta_1 \text{Volume} + \beta_2 \text{GDP} + \beta_3 \text{Price} + \beta_4 \text{Area} + \beta_5 \text{Ex} + \beta_6 \text{Balance} + \beta_7 \text{Inf} + \beta_8 \text{Interest_rate}$$

แบบจำลอง 2 (ตัวแปรตามคือปริมาณการส่งออก)

แบบจำลองที่ 1

$$\text{Volume} = \beta_0 + \beta_1 \text{Volume} + \beta_2 \text{GDP} + \beta_3 \text{Price} + \beta_4 \text{Area} + \beta_5 \text{Ex} + \beta_6 \text{Balance} + \beta_7 \text{Inf} + \beta_8 \text{Interest_rate}$$

แบบจำลองที่ 2

$$\text{LogVolume} = \beta_0 + \beta_1 \text{Volume} + \beta_2 \text{GDP} + \beta_3 \text{Price} + \beta_4 \text{Area} + \beta_5 \text{Ex} + \beta_6 \text{Balance} + \beta_7 \text{Inf} + \beta_8 \text{Interest_rate}$$

แบบจำลองที่ 3

$$\text{LogVolume} = \beta_0 + \log \beta_1 \text{Volume} + \log \beta_2 \text{GDP} + \log \beta_3 \text{Price} + \log \beta_4 \text{Area} + \log \beta_5 \text{Ex} + \log \beta_6 \text{Balance} + \log \beta_7 \text{Inf} + \log \beta_8 \text{Interest_rate}$$

จากการศึกษาแบบจำลองได้อธิบายถึงความหมายของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและที่มาของข้อมูล ดังตารางที่ 1

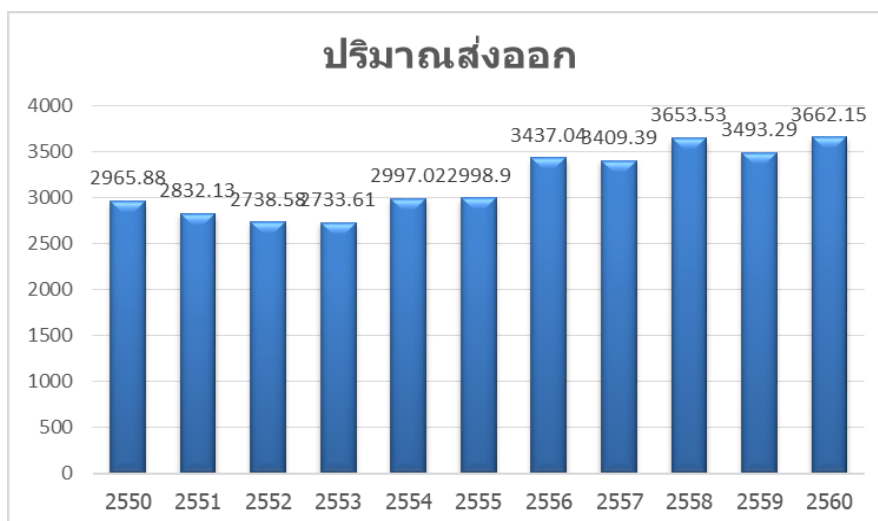
ตาราง 1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและที่มาของข้อมูล

ตัวแปรอิสระ	ความหมายของตัวแปร	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและสมมุติฐาน	แหล่งที่มาของข้อมูล
Volume	ปริมาณการส่งออก (Volume)	$\beta_1 > 0$	Rubber Intelligence Unit
Value	มูลค่าการส่งออก (Value)	$\beta_2 > 0$	Rubber Intelligence Unit
GDP	รายได้ประชาชาติ (GDP)	$\beta_3 > 0$	ธนาคารแห่งประเทศไทย
Price	ราคา (Price)	$\beta_4 > 0$	การยางพาราแห่งประเทศไทย
Area	พื้นที่ปลูกการเกษตร (Area)	$\beta_5 > 0$	สำนักงานสถิติแห่งชาติ
Ex	อัตราการแลกเปลี่ยน (Exchange rate)	$\beta_6 > 0$	ธนาคารแห่งประเทศไทย

ตาราง 1 (ต่อ)

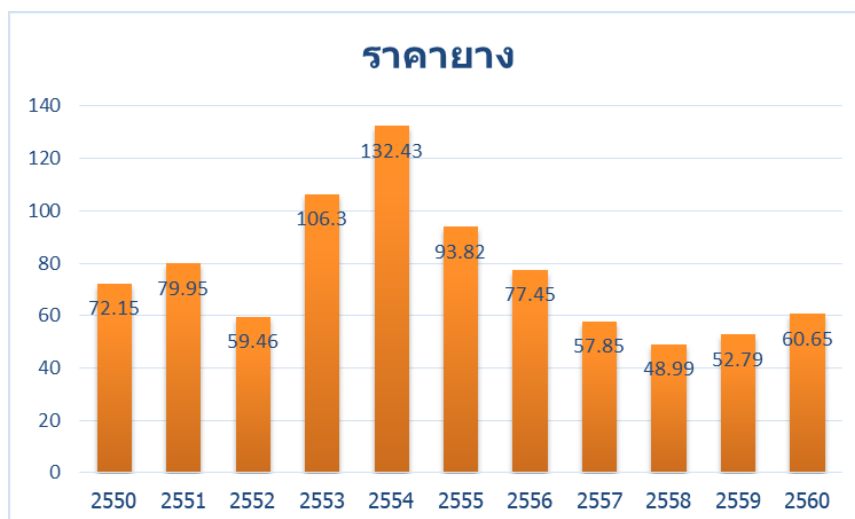
Balance	ดุลการชำระ (Balance)	$\beta_7 > 0$	ธนาคารแห่งประเทศไทย
Inf	อัตราเงินเฟ้อ (Inflation rate)	$\beta_8 > 0$	ธนาคารแห่งประเทศไทย
Interest rate	อัตราดอกเบี้ย (Interest rate)	$\beta_9 > 0$	ธนาคารแห่งประเทศไทย
ตัวแปรตาม	ความหมายของตัวแปร		แหล่งที่มาของข้อมูล
Value	มูลค่าการส่งออก (Value)		Rubber Intelligence Unit
Volume	ปริมาณการส่งออก (Volume)		Rubber Intelligence Unit

องค์ประกอบทั่วไปของการส่งออกยางพารา



ภาพประกอบที่ 1 สถิติปริมาณการส่งออกยางพารา 10 ปี ตั้งแต่ 2550-2560

จากภาพประกอบที่ 1 จะเห็นได้ว่าในปี 2550 ถึง 2560 จำนวนการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสิงคโปร์มากที่สุดคือปี 2560 ปริมาณส่งออกคือ 3,662.15 ล้านกิโลกรัม และรองลงมาคือปี 2558 ปริมาณส่งออกคือ 3,653.53 ล้านกิโลกรัม ซึ่งในปี 2550-2560 จะเห็นได้ว่าการส่งออกยางพารามีทั้งแนวโน้มเพิ่มขึ้นและลดลง



ภาพประกอบที่ 2 สถิติราคายางพาราในประเทศไทย 10 ปี ตั้งแต่ปี 2550-2560

จากภาพประกอบที่ 2 จะเห็นได้ว่าราคายางในปี 2550-2560 จะเห็นได้ว่าในปีราคายางในประเทศไทยมีแนวโน้มในการเพิ่มและลดของราคาและปีที่ราคายางพาราสูงมากที่สุดคือปี 2554 ราคายางพาราสูงถึง 132.43 บาทและปีที่ราคาต่ำที่สุดคือปี 2558 ราคายางพาราต่ำถึง 48.99 บาท



ภาพประกอบที่ 3 อัตราการแลกเปลี่ยนตั้งแต่ 10 ปี 2550-2560

จากภาพประกอบที่ 3 จะเห็นได้ว่าอัตราการแลกเปลี่ยนของเงินไทยกับสิงคโปร์ (หน่วย:\$) ที่สูงสุดคือปี 2557 อัตราการแลกเปลี่ยนเงินไทยต่อเงินดอลลาร์สิงคโปร์เท่ากับ 25.32 บาท และปีที่มีอัตราการแลกเปลี่ยนเงินไทยต่อเงินดอลลาร์ต่ำสุดคือปี 2550

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออกยางพารา

ตัวแปร	1		2		3	
	β (t)	S.E	β (t)	S.E	β (t)	S.E
Volume	4.095 (0.971)	4.21	3.40E-05 (0.41)	8.29E-05	-7.38E-05 (-0.59)	0.00012
GDP (Gross Domestic Product)	-1.911 (-1.87)	1.02	-0.00028* (-11.29)	2.54E-05	-3.26** (-7.31)	0.446
Price	80.86* (3.54)	22.78	0.0035* (4.76)	0.0007	0.088 (2.877)	0.030
Area	111.09 (0.26)	416.29	-0.010 (-0.99)	0.010	0.088 (5.761)	0.494
Ex (Exchange rate)	305.14 (0.32)	948.08	-0.122* (-4.59)	0.026	-0.245** (-6.715)	0.036
Balance	45.49 (1.21)	37.49	0.017* (12.80)	0.001	0.019* (19.153)	0.001
Inf (Inflation rate)	-49.61 (-0.17)	288.07	-0.021 (-2.24)	0.009	0.001 (0.073)	0.0166
Interest rate	-55.19 (-0.07)	713.71	-0.099* (-5.18)	0.019	-0.163** (-8.356)	0.019
R-squared	0.9927		0.9996		0.9997	
F	34.27		721.21		481.01	
Prob > F	0.028655		0.001385		0.035	
Obs	11		11		11	
Akaike info criterion	15.04		-5.85		-5.90	
Schwarz criterion	15.36		-5.52		-5.63	
Hannan-Quinn criterion	14.83		-6.05		-6.20	

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญที่ 0.05 ** มีนัยสำคัญที่ 0.1

ผลการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าทั้งปัจจัยที่ไม่มีผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกโดยได้ทำการวิเคราะห์แบบจำลองที่ 1 “Linear regression” ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 8 ตัว จะเห็นได้ว่าแบบจำลองนี้ใช้ได้เพราะว่าค่า Prob > F น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จากแบบจำลองแสดงให้เห็นว่า ค่า R-squared เท่ากับ 0.9927 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามคือมูลค่าของการส่งออกอย่างพาราได้ร้อยละ 99 และปัจจัยอื่น ๆ มีอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงร้อยละ โดยมีค่า F เท่ากับ 34.27 แสดงว่าสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออก ประกอบไปด้วย ปริมาณการส่งออกอย่างพารา รายได้ประชาชาติ พื้นที่ อัตราการแลกเปลี่ยน ดอลลาร์ชำระ อัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ย ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออกอย่างพาราประกอบไปด้วย ราคาอย่างพารา ถ้าปัจจัยนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้มูลค่าของการส่งออกมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงอยู่ที่ 80.86 ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.10

ต่อมาในแบบจำลองที่ 2 เป็นแบบจำลองโดยการแก้ไขปัญหา Heteroskedasticity ด้วยวิธีการของ White โดยการให้ตัวแปรตามใช้ log ฐานสิบ จะเห็นได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถใช้ได้เพราะค่า Prob > F น้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จากแบบจำลองแสดงให้เห็นว่าค่า R-squared เท่ากับ 0.99 ตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวสามารถพยากรณ์ข้อมูลได้ถึงร้อยละ 99 โดยมีค่า F เท่ากับ 721.21 แสดงว่าสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสามารถอธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้จะมีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่ไม่มีผลต่อตัวแปรตามด้วย ตัวอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามคือ รายได้ประชาชาติ ราคา อัตราการแลกเปลี่ยน ดอลลาร์ชำระและอัตราดอกเบี้ย ถ้าปัจจัยเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปจะทำให้มูลค่าการส่งออกอย่างพาราเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนแบบจำลองที่ 3 เป็นแบบจำลองโดยการแก้ไขปัญหา Autocorrelation โดยแบบจำลองจะเป็นแบบ $\text{LogValue} = \beta_0 + \beta_1 \text{Volume} + \beta_2 \text{GDP} + \beta_3 \text{Price} + \beta_4 \text{Area} + \beta_5 \text{Ex} + \beta_6 \text{Balance} + \beta_7 \text{Inf} + \beta_8 \text{Interest_rate}$ จะเห็นได้ว่าแบบจำลองนี้ใช้ได้เพราะค่า Prob > F น้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จากแบบจำลองแสดงให้เห็นว่าค่า R-squared เท่ากับ 0.0989 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามคือมูลค่าการส่งออกอย่างพาราได้ร้อยละ 99 โดยมีค่า F เท่ากับ 481.01 แสดงว่าสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 และค่า Akaike info criterion มีค่า -5.90 ค่า Schwarz criterion มีค่า -5.63 และค่า Hannan-Quinn criterion มีค่า -6.20 ทำให้แบบจำลองนี้ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และสามารถ

อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้ก็เช่นกันจะมีทั้งตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามด้วย ตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออกอย่างพาราประกอบไปด้วย อัตราการแลกเปลี่ยน ดุลการชำระเงิน รายได้ประชาชาติ และอัตราดอกเบี้ย ถ้าปัจจัยเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้มูลค่าการส่งออกอย่างพารามีการเปลี่ยนแปลงตามลำดับ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.1 และ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกอย่างพารา

ตัวแปร	1		2		3	
	β (t)	S.E	β (t)	S.E	β (t)	S.E
Value	0.078 (0.971)	0.080	2.38E-05 (1.801)	1.32E-05	0.290** (7.398)	0.039
GDP (Gross Domestic Product)	0.082 (0.361)	0.226	2.17E-05 (0.604)	3.59E-05	0.622** (6.332)	0.098
Price	-7.777 (-1.197)	6.492	-0.002 (-2.340)	0.001	-0.326** (-9.267)	0.035
Area	-71.212 (-2.381)	29.898	-0.023* (-5.137)	0.004	-0.339** (-6.981)	0.048
Ex (Exchange rate)	-142.90 (-1.612)	88.630	-0.039 (-1.130)	0.034	-0.401 (-1.984)	0.202
Balance	-2.115 (-0.317)	6.663	-0.0002 (-0.153)	0.001	-0.095 (-0.579)	0.164
Inf (Inflation rate)	34.089 (1.063)	32.066	0.008 (1.364)	0.006	-0.185 (-0.460)	0.402
Interest rate	-55.19 (-0.07)	713.71	-0.028 (-1.187)	0.024	-0.048 (-6.081)	0.007

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ตัวแปร	1		2		3	
	β (t)	S.E	β (t)	S.E	β (t)	S.E
R-squared	0.9937		0.9948		0.9997	
F	39.52		48.03		463.73	
Prob > F	0.0249		0.0205		0.0359	
Obs	11		11		11	
Akaike info criterion	11.08		-5.23		-7.96	
Schwarz criterion	11.41		-4.91		-7.69	
Hannan-Quinn criterion	10.87		-5.44		-8.26	

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญที่ 0.05 ** มีนัยสำคัญที่ 0.1

ผลการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าทั้งปัจจัยที่ไม่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกโดยได้ทำการวิเคราะห์แบบจำลองที่ 1 “Linear regression” ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 8 ตัว จะเห็นได้ว่าแบบจำลองนี้ใช้ได้เพราะว่าค่า Prob > F น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จากแบบจำลองแสดงให้เห็นว่า ค่า R-squared เท่ากับ 0.9937 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามคือมูลค่าของการส่งออกทางพาราไดร์ร้อยละ 99 และปัจจัยอื่น ๆ มีอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงร้อยละ โดยมีค่า F เท่ากับ 39.52 แสดงว่าสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออก ประกอบไปด้วย มูลค่าการส่งออกทางพาราไดร์ รายได้ประชาชาติ พื้นที่ อัตราการแลกเปลี่ยน ดุลการชำระ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย ราคาทางพาราไดร์ ปัจจัยเหล่านี้ไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกทางพาราไดร์ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ต่อมาในแบบจำลองที่ 2 เป็นแบบจำลองโดยการแก้ไขปัญหา Heteroskedasticity ด้วยวิธีการของ White โดยให้ตัวแปรตามใช้ log ฐานสิบ จะเห็นได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถใช้ได้เพราะค่า Prob > F น้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จากแบบจำลองแสดงให้เห็นว่าค่า R-squared เท่ากับ 0.99 ตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวสามารถพยากรณ์ข้อมูลได้ถึงร้อยละ 99 โดยมีค่า F เท่ากับ 48.03 แสดงว่าสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปร

ตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสามารถอธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้จะมีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่ไม่มีผลต่อตัวแปรตามด้วย ตัวอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามคือ พื้นที่ ถ้าปัจจัยนี้เปลี่ยนแปลงไปจะทำให้ปริมาณการส่งออกทางพาราเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนแบบจำลองที่ 3 เป็นแบบจำลองโดยการแก้ไขปัญหา Autocorrelation โดยแบบจำลองจะเป็นแบบ $\text{LogVolume} = \beta_0 + \log\beta_1\text{Volume} + \log\beta_2\text{GDP} + \log\beta_3\text{Price} + \log\beta_4\text{Area} + \log\beta_5\text{Ex} + \log\beta_6\text{Balance} + \log\beta_7\text{Inf} + \text{dlog}\beta_8\text{Interest_rate}$ จะเห็นได้ว่าแบบจำลองนี้ใช้ได้เพราะค่า Prob > F น้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จากแบบจำลองแสดงให้เห็นว่าค่า R-squared เท่ากับ 0.0989 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามคือปริมาณการส่งออกทางพาราได้ร้อยละ 99 โดยมีค่า F เท่ากับ 463.73 แสดงว่าสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 และค่า Akaike info criterion มีค่า -7.96 ค่า Schwarz criterion มีค่า -7.69 และค่า Hannan-Quinn criterion มีค่า -8.26 ทำให้แบบจำลองนี้ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และสามารถอธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้ก็เช่นกันจะมีทั้งตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามด้วย ตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกทางพาราประกอบไปด้วย พื้นที่ รายได้ประชาชาติ ราคาทางพาราและมูลค่าการส่งออก ถ้าปัจจัยเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้มูลค่าการส่งออกทางพารามีการเปลี่ยนแปลงตามลำดับ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.1 และ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษามูลค่าและปริมาณการส่งออกทางพาราของไทยในประเทศสิงคโปร์จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการส่งออกจนบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้นั้น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกคือ รายได้ประชาชาติ ราคาทางพารา อัตราการแลกเปลี่ยนดุลการชำระเงินและอัตราดอกเบี้ยและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก คือ พื้นที่ มูลค่าการส่งออก รายได้ประชาชาติและราคาทางพารา ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการมูลค่าและปริมาณการส่งออกทางพารา เพื่อเป็นแนวทางในการรับมือและแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นภายในอนาคตซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาการส่งออกทางพาราของไทยในอนาคตของประเทศชาติ ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์จะพบว่ามูลค่าการส่งออกทางพาราของไทยไปสิงคโปร์ อัตราแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบ ซึ่งปัจจุบันเงินบาทของไทยนั้นจัดได้ว่ามีค่าเงินบาทค่อนข้างแข็งค่าซึ่งไม่เป็นผลดีต่อการส่งออกเป็นอย่างยิ่ง เพราะค่าเงินบาทแข็งตัวจะทำให้ราคาสินค้าแพงขึ้นและจะส่งผลให้

ส่งออกได้น้อยลง ซึ่งรัฐบาลควรรักษาค่าเงินบาทให้มีความอ่อนตัวอยู่ในระดับคงที่หรือลดค่าเงินบาทลงอีก เพื่อที่จะได้ส่งเสริมด้านการส่งออกยางพาราของไทยให้มากยิ่งขึ้น

2. มูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสิงคโปร์ ราคาขายเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุด เนื่องจาก ยางสังเคราะห์มีคุณสมบัติเหมือนยางธรรมชาติ ต่างกันที่เป็นผลิตภัณฑ์จากการใช้สารเคมี ซึ่งง่ายต่อการแก้ไข ดัดแปลงเอามาใช้ได้หลายอย่าง เมื่อราคายางธรรมชาติราคาสูงอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าต้องใช้ยางก็จะหันไปบริโภคยางสังเคราะห์เพิ่มขึ้น เพราะฉะนั้นรัฐบาลไทยควรจะส่งเสริมและให้ความรู้แก่เกษตรกรในด้านการปรับปรุงคุณภาพของธรรมชาติและมีการจัดตั้งหน่วยงานวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับยางธรรมชาติของไทยให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อลดต้นทุนของการผลิตยางพาราธรรมชาติ เมื่อต้นทุนของยางธรรมชาติลดลงก็จะทำให้ราคาของยางธรรมชาติถูกลง และสามารถแข่งขันกับยางสังเคราะห์ในเรื่องของราคาได้ในอนาคต

3. มูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสิงคโปร์ รายได้ประชาชาติเป็นปัจจัยอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบ รัฐบาลไทยควรจะทำการตกลงทางการค้ากับประเทศสิงคโปร์ให้มากขึ้น มีการติดต่อนัดเจรจาทางการค้าเพื่อเป็นการช่วยเหลือสินค้า ประเทศสิงคโปร์จัดได้ว่าเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ประชาชนมีรายได้ประชาชาติต่อคนสูงถ้าทางประเทศไทยมีความสัมพันธ์อันดีกับทางสิงคโปร์ก็จะส่งผลให้มูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยสามารถส่งออกไปยังประเทศสิงคโปร์ได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรณีย์ รัตนพันธ์. (2546). **พันธกรณีจากการเปิดเสรีสินค้าเกษตรตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน: ผลต่อภาวะการณ์ส่งออกยางพาราของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สาววราลี ศรีสมบัติ. (2546). **การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธัญญารัตน์ ไชยเนตรไกรสิน. (2551). **ปัจจัยที่มีผลกระทบและพยากรณ์ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศราวุธ อินแป้น. (2551). **ความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบในการส่งออกยางพาราไปประเทศสหรัฐอเมริกา.** สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนนรัตน์ พ่วงน่วม. (2549). **ปัจจัยกำหนดปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน.** สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สมาคมยางพาราไทย. (2552). **สถิติยางไทย.** ค้นเมื่อ 27 เมษายน 2561, จาก <http://www.thainr.com/th/index.stat-world>

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560ก). สถิติสถาบันการเงิน. ค้นเมื่อ 27 เมษายน 2561,
จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560ข). สถิติเศรษฐกิจและการเงิน. ค้นเมื่อ 28 เมษายน 2561,
จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/EconomicAndFinancial>.
- Rubber Intelligence Unit. (2560). สถิติการส่งออก-ยางธรรมชาติ. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2561,
จาก <http://rubber.oie.go.th/ImExThaiByProduct.aspx?pt=ex>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). สถิติพื้นที่การเกษตร. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2561,
จาก http://www.oae.go.th/more_news.
- อรรถพงษ์ ลลิตาศรม. (2551). ทฤษฎี Export – Led Growth. ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหาร
ภาคบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ศรีปทุม. มหาวิทยาลัย. (2553). ทฤษฎีพฤติกรรมการณ์เคลื่อนไหวของราคาสินค้าเกษตร. เข้าถึงได้
จาก <http://www.elearning.spu.ac.th>

ความสามารถในการทำกำไรจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะรา อำเภอมะเณร จังหวัดตาก
Profitability of the Maize growing: Case study of Rai Uthai
Tumbon Maecharao Amphoe Maelamad Tak Province

ยุพิน มีใจเจริญ¹ สรินยา สุภัทรานนท์²

Yuphin Meechaicharoen Sarinya Suphatranon

Received: 5 February 2020; Revised: 3 March 2020; Accepted: 8 March 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการทำกำไรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะรา อำเภอมะเณร จังหวัดตาก รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก ทำการเก็บข้อมูล 1 ปี (1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2561) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินประกอบด้วย กำไร (ขาดทุน) อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย อัตรากำไรสุทธิต่อเงินลงทุน และระยะเวลาคืนทุน พบว่าเกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มากกว่า 20 ปี โดยใช้ที่ดินของตนเองจำนวน 50 ไร่ เงินทุนส่วนใหญ่เป็นเงินทุนส่วนตัวร้อยละ 95 และมาจากการกู้ยืมกองทุนหมู่บ้านร้อยละ 5 สรุปผลการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 ปี ได้ผลผลิตเฉลี่ย 900 กิโลกรัมต่อไร่ มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 2,191 บาทต่อไร่ มีรายได้จากการจำหน่ายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เฉลี่ย 7,570 บาทต่อไร่ จึงทำให้มีกำไรสุทธิเท่ากับ 5,379 บาทต่อไร่ อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร พบว่า อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายคิดเป็นร้อยละ 71.06 อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนคิดเป็นร้อยละ 245.50 และมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 5 เดือน ดังนั้นเกษตรกรที่มีที่ดินเป็นของตนเองและมีความสนใจในการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จะเป็นอีกทางเลือกในการสร้างความสามารถในการทำกำไรได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังอาจต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นประกอบด้วยเช่น ประสิทธิภาพภูมิอากาศ และนโยบายระดับประเทศ

คำสำคัญ : ต้นทุน, ความสามารถในการทำกำไร , การปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก email: kumpa_pun@hotmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก email: kaisirinya@hotmail.com

Abstract

This research aims to study the profitability of maize growing of farmer's case study of Rai Uthai Trumbo Maecharao Amphoe Maelamad Tak Province. Data were collected using questionnaires and interviews. Data collection period is 1 year. (1 January - 31 December 2018) All data were collected and analyzed with several descriptive statistics, such as frequency, percentage and financial ratio. Financial ratio analysis consists of profit (loss), profit margin on sales, return on investment and payback period. This research found that farmers have more than 20 years of experience in maize growing and have 50 rai of their own land. Most farmers have 95 percent of private capital and comes from a 5% village fund loan. The results of operations for a period of 1 year yield of 900 kg per rai with average production cost of 2.191 baht per rai and with average revenue of 7,570 baht per rai, as well as with average net profit of 5.379 baht per rai. So, the return net profit margin was 71.06 percent and return on investment was 245.50 percent. The payback period of approximately 5 months. Therefore, farmers having their own land earn and is interested in growing maize are an alternative way to create good profitability. In addition, farmers must consider other factors including climate experience and national policy.

Keywords: Cost, Profitability, Maize growing

บทนำ

ประเทศไทยมีการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญที่ต่ออุตสาหกรรมอาหารสัตว์ โดยผลผลิต ข้าวโพดประมาณร้อยละ 94 ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ นอกจากนี้ประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านงานวิจัย การพัฒนาพันธุ์ และเทคโนโลยีการผลิตเมล็ดพันธุ์ รวมถึงยังมีเทคโนโลยีในการผลิต อาหารสัตว์ที่ดีที่สุดในโลกประเทศหนึ่งรวมทั้งมีการส่งออกอาหารสัตว์เพิ่มขึ้น แต่จะมีความเสี่ยงในด้านปริมาณ และราคาของผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศ จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมให้มีการผลิตในประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อช่วยสร้างเสถียรภาพและความมั่นคงของวัตถุดิบ (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร, 2559) เนื่องจาก ผลผลิตได้น้อยลงจึงมีการนำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในปี 2559 ความต้องการใช้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของประเทศไทยมี ประมาณ 5.85 ล้านตัน เพิ่มจากปี 2558 5.72 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 2.27 เนื่องจากภาคอุตสาหกรรมการเลี้ยงสัตว์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นส่งผล

ให้ความต้องการใช้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพื่อเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์เพิ่มขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560) ปัจจุบันเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์พันธุ์ลูกผสมที่มีลักษณะทางการเกษตรสม่ำเสมอ ได้แก่ ขนาดของฝัก ความสูงของฝัก ความสูงของต้น อายุวันออกไหม การเก็บเกี่ยวให้ผลผลิตและคุณภาพสูงกว่าพันธุ์ผสมเปิด สำหรับเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์พันธุ์ลูกผสมที่จำหน่ายตามร้านค้าที่ให้ผลผลิตสูงจะมีอายุเก็บเกี่ยวประมาณ 100-120 วัน พันธุ์เหล่านั้นจึงเป็นที่ต้องการของตลาดแต่มีข้อเสียคือ ไม่สามารถเก็บเมล็ดไว้ปลูกในครั้งต่อไปได้ พื้นที่การเพาะปลูกจึงกระจายอยู่ทั่วประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเลย จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดน่าน จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดตาก เป็นต้น ต้นทุนในการปลูกข้าวโพดในแต่ละปีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 13.91 และร้อยละ 13.68 ตามลำดับ (สมิทร วิสัยพรและคณะ, 2560) นอกจากนี้ความต้องการใช้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการขยายตัวของปศุสัตว์เฉลี่ยร้อยละ 3.55 ต่อปี แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.50 ต่อปีเท่านั้น

จังหวัดตากมีพื้นที่ปลูกข้าวโพดเป็นอันดับ 4 ของประเทศจึงได้คัดเลือกเป็นพื้นที่นำร่อง ตามแนวนโยบายของรัฐบาลประกอบกับปัญหาการผลิตข้าวโพดในประเทศไทยที่กล่าวมา กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้เล็งเห็นว่าข้าวโพดเป็นพืชเศรษฐกิจของไทยที่จำเป็นต้องเร่งดำเนินการปรับเปลี่ยนกระบวนการจัดการผลิตและการตลาดแบบครบวงจรเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศในระดับอาเซียนในอนาคตได้ จึงมีแนวคิดในการปรับโครงสร้างการผลิตโดยมีการสนับสนุนให้สมาชิกสหกรณ์ที่เข้าร่วมโครงการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์พันธุ์ “พันธุ์นครสวรรค์ 3” ที่สหกรณ์ผลิตโดยมีความต้านทานโรค น้ำค้าง รา สนิม และให้ผลผลิตต่อไร่สูง สามารถรวบรวมผลผลิตข้าวโพดจากสมาชิกและเครือข่ายเพิ่มขึ้นได้ไม่น้อยกว่า 25,000 ตันต่อปี ในพื้นที่สหกรณ์แม่สอดและเครือข่ายพื้นที่ข้างเคียง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560)

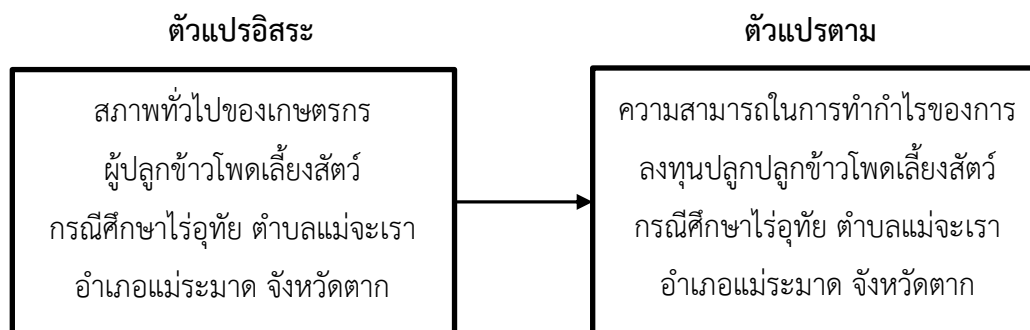
จากความสำคัญข้างต้นจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะวิเคราะห์ถึงความสามารถในการทำกำไรจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะรา อำเภอมะเข่มาด จังหวัดตาก สาเหตุที่เลือกกลุ่มตัวอย่างนี้เพราะไร่อุทัยมีความพร้อมในการให้ข้อมูลและมีประสบการณ์ในด้านการทำเกษตรโดยเฉพาะเรื่องการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และเป็นที่ยอมรับในพื้นที่ของกลุ่มสมาชิกและเครือข่ายทางการเกษตร เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิจัยที่ได้เป็นแบบอย่างให้กับเกษตรกรผู้ที่ต้องการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาองค์ความรู้ที่มีเพื่อให้มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนตามแบบอย่างเศรษฐกิจพอเพียง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะรา อำเภอมะเข่มาด จังหวัดตาก

2. เพื่อศึกษาความสามารถในการทำกำไรของการลงทุนปลูกปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะเรอ อำเภอมะเณรมาต จังหวัดตาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาความสามารถในการทำกำไรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะเรอ อำเภอมะเณรมาต จังหวัดตาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม เรื่อง ความสามารถ
ในการทำกำไรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะเรอ อำเภอมะ
เณรมาต จังหวัดตาก แบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด
เลี้ยงสัตว์

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล
เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ทำการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลและบรรยาย
สรุปด้วยค่าเฉลี่ยร้อยละ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่
รวบรวมได้จากแบบสอบถาม และนำมาถ่วงเฉลี่ยในส่วนของคุณทุนและผลตอบแทนเพื่อทำการ

คำนวณหาเงินลงทุน อัตราผลตอบแทนจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ต่อ 50 ไร่ต่อปี ได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทน อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน และระยะเวลาการคืนทุน

ผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

ไร่อุทัยมีเจ้าของไร่คือ นายอุทัย ดอยแก้วขาว ที่ทำการตั้งอยู่บ้านเลขที่ 210 หมู่ 4 ตำบลแม่จะเรอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก เป็นเกษตรกรที่ทำการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพื่อจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีการปลูกกาแฟ พืชผักสวนครัวในพื้นที่ว่างระหว่างรอฤดูกาลปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เกษตรกรใช้ที่ดินในการปลูกข้าวโพดเป็นของตนเองจำนวน 50 ไร่ และมีประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดมากกว่า 20 ปี จึงมีความชำนาญในการปลูกข้าวโพดเป็นอย่างดี โดยเงินทุนส่วนใหญ่เป็นเงินทุนส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 95 และร้อยละ 5 มาจากการกู้ยืมเงินกองทุนประจำหมู่บ้าน ข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ มีดังนี้

1. เงินลงทุนครั้งแรกเป็นการลงทุนในการปรับปรุงพื้นที่ ในการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
2. การปลูกครั้งแรกจะใช้เวลาประมาณ 4 เดือนในการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ตารางที่ 1 เงินลงทุนเฉลี่ยครั้งแรกก่อนสร้างรายได้ประมาณ 1 ปี (ต่อ 50 ไร่ต่อปี)

ต้นทุนการผลิต	การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต	การคำนวณต้นทุนการผลิต	
วัตถุดิบทางตรง	1.พันธุ์ข้าวโพด	1.พันธุ์ข้าวโพดที่ปลูกทั้งหมด 50ไร่ (1 ไร่ เท่ากับ 3.5 กิโลกรัม) = 175 กิโลกรัม × กิโลกรัมละ 144 บาท	25,200 บาท
รวมวัตถุดิบทางตรงเป็นเงิน			25,200 บาท
ค่าแรงงานทางตรง	1. ค่าจ้างคนงานใส่ปุ๋ย	1. ค่าจ้างคนใส่ปุ๋ยทั้งหมด 50ไร่ @ 100 บาท	5,000 บาท
	2. ค่าจ้างคนเก็บผลผลิต	2. ค่าจ้างคนเก็บผลผลิตทั้งหมด 50 ไร่ @ 150 บาท	7,500 บาท 7,500 บาท
	3. ค่าแรงงานตนเอง	3. ค่าแรงตนเองทั้งหมด 50ไร่ @ 150 บาท	
รวมค่าแรงงานทางตรงเป็นเงิน			20,000 บาท

ต้นทุนการผลิต	การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต	การคำนวณต้นทุนการผลิต	
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	1. ค่าจ้างรถไถผาน	1. ค่าจ้างรถไถผาน 50 ไร่ @ 220 บาท	11,000 บาท
	2. ค่าจ้างรถปลูกข้าวโพด	2. ค่าจ้างรถปลูก 50 ไร่ @ 200 บาท	10,000 บาท
	3. ค่าจ้างพ่นยาวัชพืช	3. ค่าจ้างพ่นยา 50 ไร่ @ 100 บาท	5,000 บาท
	4. ค่ายาจับใบ	4. ค่ายาจับใบ 50 ไร่ @ 5.60 บาท	280 บาท
	5. ค่ายาเชื้อรา	5. ค่ายาเชื้อรา 50 ไร่ @ 10.40 บาท	520 บาท
	6. ค่าจ้างรถลาก	6. ค่าจ้างรถลากผลผลิต 50 ไร่ @ 100 บาท	5,000 บาท
	7. ค่ายาปราบวัชพืช	7. ค่ายาปราบวัชพืช 50 ไร่ @ 130 บาท	6,500 บาท
	8. ค่ายากุมวัชพืช	8. ค่ายากุมวัชพืช 50 ไร่ @ 125 บาท	6,250 บาท
	9. ค่าปุ๋ยเคมี	9. ค่าปุ๋ยเคมี 50 ไร่ @ 396 บาท	19,800 บาท
รวมค่าใช้จ่ายการผลิตเป็นเงิน			64,350
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า			109,550
คำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ (ต่อไร่) = ต้นทุนรวม (บาท) / จำนวนไร่ที่ปลูกมันสำปะหลัง = 109,550 / 50ไร่ = 2,191 บาทต่อไร่			
ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อไร่ประมาณเท่ากับ 2,191 บาท			

จากตารางที่ 1 แสดงถึงเงินลงทุนเฉลี่ยในระยะเวลา 1 ปี จึงจะสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรพบว่าต้องใช้เงินลงทุนในการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในปีแรก จำนวน 109,550 บาท คิดเป็น 2,191 บาทต่อไร่

ตารางที่ 2 รายได้จากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ต่อ 50 ไร่ ต่อปี)

เดือน	จำนวนเงิน (บาท)
มกราคม – มีนาคม	-
เมษายน – กรกฎาคม (เตรียมดินปลูกและรอผล)	-
สิงหาคม (เดือนที่เก็บเกี่ยวและขาย)	378,500.00
กันยายน – ธันวาคม	-
รายได้ต่อไร่ต่อปี (บาท)	378,500.00

จากตารางที่ 2 พบว่า เกษตรกรมีรายได้ต่อปี เป็นเงิน 378,500 บาท คิดเป็น 7,570 บาทต่อไร่

ตารางที่ 3 แสดงกำไร (ขาดทุน) จากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ต่อ 50 ไร่ต่อปี)

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รายได้จากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	378,500.00
หัก ค่าใช้จ่าย	109,550.00
กำไรสุทธิ	268,950.00

จากตารางที่ 3 พบว่าการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มีกำไรสุทธิต่อปี จำนวน 268,950 บาท คิดเป็น 5.379 บาทต่อไร่

ตารางที่ 4 แสดงการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ต่อ 50 ไร่ต่อปี)

อัตราส่วน	แทนค่าในสูตร	ผลการคำนวณ
1. อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย (กำไรสุทธิ / รายได้) $\times 100$	$(268,950 / 378,500) \times 100$	71.06%
2. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) (กำไรสุทธิ / เงินลงทุน) $\times 100$	$(268,950 / 109,550) \times 100$	245.50%

จากตารางที่ 4 พบว่า อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายประมาณ 71.06% และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ประมาณ 245.50%

ตารางที่ 5 แสดงการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน

สูตร	แทนค่าในสูตร	ผลการคำนวณ
ระยะเวลาคืนทุน (เงินลงทุน/กำไรสุทธิ)	$109,550 / 268,950$	0.41

จากตารางที่ 5 พบว่าใช้เวลาประมาณ 5 เดือน จะได้รับคืนเงินลงทุน

สรุปและอภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยข้างต้นพบว่า การปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กรณีไร่อุทัย ในพื้นที่จำนวน 50 ไร่ ได้ผลผลิตทั้งสิ้น 45,000 กิโลกรัม (45 ตัน) มีต้นทุนการผลิตทั้งสิ้นประมาณ 109,550 บาท สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรประมาณ 378,500 บาทต่อปี ทำให้มีกำไรสุทธิเท่ากับ 268,950 บาทต่อปี โดยการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จะใช้เวลาประมาณ 4 เดือน ด้านความสามารถในการทำ

กำไร พบว่า อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย เท่ากับ 71.06% อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (ROI) เท่ากับ 245.50% และมีวาระระยะเวลาคืนทุนจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ประมาณ 5 เดือน เกษตรกรจะได้คืนเงินลงทุนที่จ่ายไป จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มีความสามารถในการทำกำไรที่ดีมาก และมีระยะเวลาการคืนทุนเร็วมาก สอดคล้องกับ อัจฉราภรณ์ ชัยนันทนาพร, 2557 และ อัศนีย์ เครือดวงคำ, 2557 ที่พบว่า เกษตรกรมีความสามารถจำหน่ายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ได้ปริมาณมาก มีกำไรสุทธิและผลตอบแทนสูงขึ้นด้วยนอกจากนี้ยังมีความสามารถในการผลิตข้าวโพดเลี้ยงเพื่อทดแทนการนำเข้าให้สูงขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความสามารถในการทำกำไรของการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในตำบลแม่จะรา อำเภอมะเข่ จังหวัดตากผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไร้อุทัย มีที่ดินเป็นของตนเองและมีประสบการณ์ในด้านการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เป็นอย่างดี หากเกษตรกรรายใดที่สนใจทำการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นประกอบด้วย เช่น แหล่งเงินทุน ที่ดิน ประสบการณ์ทางการเกษตร เป็นต้น
2. เนื่องจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์นั้นมียุทธศาสตร์การดำเนินการตั้งแต่เตรียมพื้นดินและปลูกประมาณ 4 เดือน ดังนั้นเกษตรกรควรหาแนวทางในการทำเกษตรด้านอื่นหรือใช้พื้นที่ว่างให้เกิดประโยชน์เพื่อเกิดการพัฒนาดินและสร้างรายได้เพิ่มให้กับกิจการแต่ต้องดูความเหมาะสมของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับพื้นที่ว่างเปล่าด้วย เช่น การปลูกพืชบางชนิดอาจมีผลเสียกับดิน หรือมีระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวยาวนานกว่าช่วงเวลาว่างเปล่าได้
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและสนับสนุน เช่น ให้ความรู้ความเข้าใจให้กับเกษตรกรจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมักแทนการใช้ปุ๋ยเคมีเพื่อลดต้นทุนการผลิตลงเนื่องจากประมาณร้อยละ 30 ของต้นทุนการผลิตเกิดจากปุ๋ยเคมี ยาคุมวัชพืช นอกจากนี้ยังเป็นการป้องกันความปลอดภัยให้กับตัวเกษตรกรอีกด้วย
4. รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนด้านเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในราคาที่ต่ำเพื่อให้เกษตรกรสามารถลดต้นทุนการผลิตและขายผลผลิตได้ในราคาดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2560). คู่มือนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรข้าวโพดเลี้ยงสัตว์. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตร.
- ชุติมา คชวัฒน์, และคณะ. (2557). การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการใช้ปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในสภาพแห้งแล้ง. สถาบันวิจัยพืชไร่และพืชทดแทนพลังงาน 50 ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. 1-21.
- นุชจรี พิเชฐกุล. (2553). การรายงานการเงินและการวิเคราะห์งบการเงิน. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มนวิกา ผดุงสิทธิ์. (2561). การบัญชีต้นทุน. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลำไย มากเจริญ. (2551). การบัญชีเพื่อการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัท ทริปเพิล เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2550). การบัญชีต้นทุน 2. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อปจำกัด.
- สุมิตร วิลัยพร. (2018). ทดสอบการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์พันธุ์นครสวรรค์ 3 ในจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงใหม่. Thai Agricultural Research Journal, 36(2), 163-172.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดตาก, (2560). ข้อมูลพื้นฐานเกษตรจังหวัดตาก ปี 2560. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2560. จาก <http://www.tak.doae.go.th>
- หนึ่งฤทัย ศรีธรรมาภรณ์, และคณะ. (2060). การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ลูกผสมทนทานแล้ง พันธุ์นครสวรรค์ 3. Thai Agricultural Research Journal, 35(3), 296-309.
- อัจฉราภรณ์ ชัยนันทนาพร. (2014). ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของเกษตรกรในอำเภอ พัวัว จังหวัดเชียงใหม่. Payap University Journal, 24(2), 247-264.
- อัศนีย์ เครือดวงคำ. (2557) ความสามารถในการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของประเทศไทยเพื่อทดแทนการนำเข้า. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านในการทอผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

The Transfer of local wisdom on silk weaving Pakthongchai District, Nakhon Ratcasima Province

อรณิชา ทศตา¹ สุกัญญา ใจอดทน² และ ศิริกาญจนา พิลาบุต³

Onnitcha Todta Sukanya Jaiaodton and Sirikanjana Pilaboot

Received: 8 February 2020; Revised: 28 February 2020; Accepted: 5 March 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเทคนิคการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) เพื่อศึกษาแนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมให้เป็นมรดกของชุมชนสืบไป กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ครั้งนี้คือ ประธานกลุ่มทอผ้าไหม ประชาชนชาวบ้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐ สมาชิกในกลุ่มทอผ้าไหม จำนวน 30 คน โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบบันทึกการสังเกต แบบบันทึกการสนทนากลุ่มย่อย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1. เทคนิคการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา มีวิธีการถ่ายทอดได้หลายทางโดยใช้เทคนิคการสาธิต การปฏิบัติจริง การบอกเล่า เพื่อให้ปฏิบัติตาม โดยการทำให้ดูพร้อมทั้งการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน วิธีการเรียนรู้ส่วนใหญ่เกิดจากการลงมือทำ การลองผิดลองถูก ซึ่งกระบวนการเรียนรู้นี้เป็นพลวัตร จนเกิดการสั่งสมและพัฒนาความรู้การทอผ้าไหมอยู่ตลอดเวลา ซึ่งแต่ละวิธีขึ้นอยู่กับองค์ความรู้และกลุ่มเป้าหมายที่จะรับการถ่ายทอด

2. กระบวนการผลิตผ้าไหม แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน คือ การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การทำเส้นใย การมัดหมี่ การย้อมหมี่ และการทอผ้าไหม ส่วนการพัฒนาผ้าไหมให้เป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มีกระบวนการพัฒนา 5 ประการ คือ 1) การพัฒนาบุคคลด้านการเรียนรู้โดยวิธีการกระบวนการกลุ่ม 2) การพัฒนาเครื่องมือที่เป็นอุปกรณ์ในการผลิต 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และคุณภาพ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำ คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

E-mail: onnitcha2@gmail.com เบอร์โทร: 044-466050 ต่อ 163

² อาจารย์ประจำหลักสูตร คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา

³ คณบดี คณะสารสนเทศศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

ของเส้นไหม 4) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพ 5) การพัฒนาการตลาดเพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาพื้นบ้านในเชิงธุรกิจ

3. แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมให้เป็นมรดกของชุมชน พบว่า 1) ควรมีการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเพื่อส่งเสริมกลุ่มทอผ้าไหมให้มีความยั่งยืนและควรมีการสนับสนุนกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง 2) การจัดหลักสูตรการทอผ้าให้กับสถาบันการศึกษาเพื่อให้สถาบันที่เกี่ยวข้องช่วยสืบสานและสืบทอดเพื่อบรรจุเป็นหนึ่งในหลักสูตรการเรียนการสอน 3) ควรส่งเสริมการบันทึกลวดลายผ้าไหม เพื่อเป็นหลักฐานและถ่ายทอดภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษ

คำสำคัญ : วิธีการอนุรักษ์, การทอผ้าไหม, การถ่ายทอดความรู้

Abstract

The purpose of this research was to study; 1) study of the transfer of local wisdom on silk weaving techniques in Pakthongchai District, Nakhon Ratcasima Province; 2) to study the silk production processes to product development toward the community product standard; 3) to study the conservation approaches on local wisdom of silk weaving as a sustainable community heritage

A total of 30 key informants were the chairman and the members of silk weaving group, local philosophers and government officers by purposive selection. The instruments used were In – depth Interview form, Observational Record form and Focus Group Discussion. Data were analyzed using content analysis and presented by descriptive.

The research results were as follows:

1. The transfer of local wisdom on silk weaving techniques in Pakthongchai District, Nakhon Ratcasima Province were found there are variety techniques to transfer were used demonstration, practice and told from generation to generation, to follow practice by doing and discussions for knowledge sharing, more learning methods by doing, trial and error, which this learning process as dynamics the accumulation and able to constantly developing their knowledge about silk weaving, each method based on knowledge and the target group that will inherit.

2. Silk production process consists of 6 steps such as mulberry plantation, sericulture, makes fibers into a yarn for weaving into fabrics, ikat, drying and silk

weaving. In parts of silk development toward the community product standard were 5 steps of process as follows: 1) People's development, aspect of learning by group process; 2) Tool development the production equipment; 3) Product development and Silk yarn quality; 4) Community product standards development with quality; 5) Marketing development for promoting local wisdom based on the business.

3. The conservation approaches on local wisdom of silk weaving as a sustainable community heritage were found: 1) the government should be budget to promote and support sustainability of silk weaving group; 2) there are weaving courses for educational institutions to another way to inherit the future; and 3) should be recorded the silk designs as evidence and convey to the new generation.

Keyword : Conservation Approaches, Silk Weaving, Knowledge Transfer

บทนำ

ภูมิปัญญาเป็นพลังทางวัฒนธรรมเป็นอาวุธสำคัญเพื่อต่อสู้กับวิกฤติเศรษฐกิจทุนนิยม ต้องบำรุงรักษาแก้วที่สำคัญนี้ให้สมบูรณ์ แข็งแรง คงทนส่งผลถึงความสง่างามเบื้องต้นที่โดดเด่นในโลกใบนี้ ซึ่งปัจจุบันกระบวนการพัฒนาประเทศกำลังพลิกผันจากกระแสหลักมาสู่กระแสพื้นบ้าน ทำให้คำว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทยและการพึ่งพาตนเอง กลายเป็นคำนิยมในกระบวนการพัฒนาปัจจุบัน ถึงเวลาที่ต้องหวนกลับไปมองคนบางกลุ่มที่ดำรงชีวิตตามวิถีชีวิตเดิมในอดีต มีชีวิตอยู่อย่างไม่มีปัญหาท่ามกลางวิกฤติเศรษฐกิจและสังคม (เสรี พงษ์พิศ. 2536 : 41) ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก มีแรงงานในอุตสาหกรรมจำนวนมาก โดยเฉพาะแรงงานในชนบท ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานแล้วในด้านความงดงามของสีสันทัน และลวดลาย รวมถึงฝีมือการทอผ้าของคนไทยที่ได้รับการถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบันซึ่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยนั้น ต่างได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ใช้แรงงานคนไทยเป็นหลัก ซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ อุตสาหกรรมการผลิตไหมไทยสามารถสร้างงานให้กับชาวบ้าน และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แรงงานในชนบทด้วย โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศมูลค่าไม่ต่ำกว่าห้าร้อยล้านบาทต่อปี

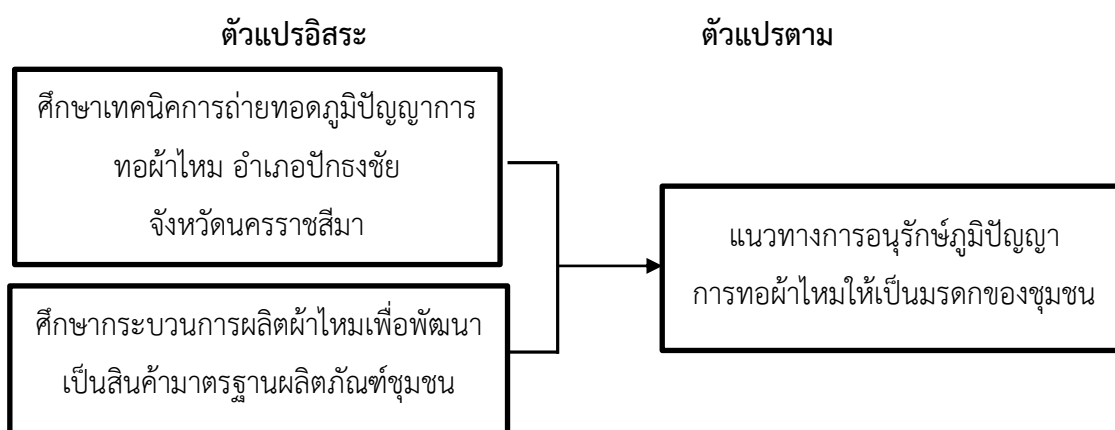
ปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาของชาวบ้านมากขึ้นหันมาบริโภคสินค้าไทย นิยมแต่งกายด้วยผ้าไทย ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอมือ โดยเฉพาะผ้าไหมไทยซึ่งเป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ทอขึ้นมาจากเส้นไหมอันเป็นเส้นใยจากธรรมชาติ มีเทคนิคการทอลวดลายที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นต่าง ๆ มีเสน่ห์ในตัวเองเป็นการสร้างสีสันให้กับงานฝีมือของไทย เลือกซื้อหาได้ง่ายไม่น้อยกว่าผ้าทอและผลิตภัณฑ์ผ้าทออื่นๆ แหล่งผลิตสำคัญของผ้าไหมอยู่ที่จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขยายไปทุกภาคของประเทศ ผ้าไหมไทยมีความโดดเด่น เพราะมีเนื้อผ้าเป็นมันวาวเป็นประกาย มีเอกลักษณ์ของตัวเองที่ไม่เหมือนกับผ้าไหมจากประเทศอื่น ๆ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นที่นิยมในตลาด ได้แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เน็คไท เสื้อผ้า ผ้าผืนแต่งบ้าน ปลอกหมอน พรม กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น ซึ่งผ้าไหมไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมการแต่งกายที่สืบสานกันมากกว่า 3,000 ปีมาแล้ว โดยมีแหล่งสำคัญอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและได้ขยายไปยังภาคเหนือตอนบน จนปัจจุบันได้แพร่กระจายไปทุกภูมิภาคของประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างกันในลวดลายตามเชิงความคิดและวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาชาวบ้านในหลายๆ พื้นที่ รวมถึงจังหวัดนครราชสีมา ที่เป็นเมืองศูนย์กลางของ “ผ้าไหมดี” มีแหล่งผลิตตามชุมชนหมู่บ้านในหลายอำเภอ เริ่มต้นตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แปรรูปเป็นเส้นใย และทอเป็นผ้าไหมลวดลายต่างๆ รวมไปถึงการจำหน่ายครบวงจร สร้างรายได้แก่ชาวบ้านเกษตรกร ผู้ประกอบการร้านค้า และประชาชนทั่วไปเป็นเม็ดเงินมหาศาล มีแหล่งผลิตตามชุมชนหมู่บ้านในหลายอำเภอ ตามคำขวัญประจำจังหวัด คือ “ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียนซึ่งแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ที่อำเภอปักธงชัย (อ้อยทิพย์ เกตุเฒ. 2558 อ้างถึงใน ศีมาศ ประทีปะวณิช. 2560) ซึ่งมีชื่อเสียงอย่างมากในเรื่องของการผลิตผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าไหมหางกระรอก และผ้าไหมมัดหมี่

จากที่กล่าวมาทำให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตซึ่งผ้าไหม มีบทบาททางเศรษฐกิจและเป็นสื่อสัญลักษณ์ทางสังคมที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและชาติพันธุ์ กระบวนการทอผ้าเป็นกระบวนการทางภูมิปัญญาที่เกิดจากการเรียนรู้ที่พัฒนาจนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างสรรค์ต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่เป็นทุนทางสังคมในการพึ่งพาตนเองได้ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านในการทอผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา” เพื่อทราบถึงเทคนิคการถ่ายทอดภูมิปัญญา กระบวนการผลิตผ้าไหมเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและแนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมให้เป็นมรดกของชุมชนสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเทคนิคการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหม อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมให้เป็นมรดกของชุมชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informants)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ครั้งนี้ คือ ประธานกลุ่มทอผ้าไหม สมาชิกในกลุ่มทอผ้าไหม ประชาชนชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 30 คน โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก 2) แบบบันทึกการสังเกต 3) แบบบันทึกการสนทนากลุ่มย่อย

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งศึกษากระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญากระบวนการผลิตผ้าไหมเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหม โดยใช้วิธีการที่หลากหลาย

1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น (Primary Research) เป็นการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมเอกสารทางวิชาการ ที่เกี่ยวข้องทั้งแนวคิดทางศักยภาพ แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การศึกษาภาคสนาม (Field Research) คณะผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มในประเด็นของการศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทั้งในลักษณะแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการกับผู้นำกลุ่ม ปราชญ์ชาวบ้าน ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชนเกี่ยวกับเทคนิคการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหม กระบวนการผลิตผ้าไหมเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งได้ศึกษาหาศึกษาแนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมให้เป็นมรดกของชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้า

ผลการวิจัย

1. เทคนิคการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีวิธีการถ่ายทอดได้หลายทางโดยใช้เทคนิคการสาธิต การปฏิบัติจริง การบอกเล่าเพื่อให้ปฏิบัติตาม โดยการทำให้ดูพร้อมทั้งการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน วิธีการเรียนรู้ส่วนใหญ่เกิดจากการลงมือทำ การลองผิดลองถูก ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นพลวัตร (Dynamics) จนเกิดการสั่งสมและพัฒนาความรู้การทอ ผ้าไหมอยู่ตลอดเวลา มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของพัฒนาการ มีผลงานดีขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และการสร้างนวัตกรรม (Innovation) อีกทั้งยังมีการประกวดการทอผ้าด้วยมือเพื่อการพัฒนาผลงานของผู้ผลิตผ้าไหมแต่ละกลุ่ม ซึ่งแต่ละวิธีขึ้นอยู่กับองค์ความรู้และกลุ่มเป้าหมายที่จะรับการถ่ายทอด

2. กระบวนการผลิตผ้าไหมอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน คือ 1) การปลูกหม่อน 2) การเลี้ยงไหม 3) การทำเส้นใยหรือการสาวไหม 4) การมัดหมี่ 5) การย้อมหมี่ หรือการย้อมสีไหม 6) การทอผ้าไหม ส่วนการพัฒนาผ้าไหมให้เป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น มีกระบวนการพัฒนา 5 ประการ คือ 1) การพัฒนาบุคคลด้านการเรียนรู้โดยวิธีกระบวนการกลุ่ม เพราะบุคคลเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่จะต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะความสามารถ และประสบการณ์ เพื่อให้ผ้าไหมที่ผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าไหมระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มและมีการแสวงหาความรู้โดยการอบรมสัมมนา มีการจัดวิทยากรมาอบรม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกลุ่มอื่นและหน่วยงานอื่นภายนอกกลุ่มของตนเอง ซึ่งการเรียนรู้ของบุคคลภายในกลุ่มทอผ้าไหมจะเป็นกระบวนการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม ซึ่งเริ่มต้นจากบุคคลในครอบครัวตามธรรมเนียมประเพณีของสังคม มุ่งให้คนในครอบครัวนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันและถ่ายทอดให้แก่คนในครอบครัวรุ่นต่อ ๆ ไป 2) การ

พัฒนาเครื่องมือที่เป็นอุปกรณ์ในการผลิต ซึ่งในการผลิตผ้าไหมปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เนื่องจากก่อนหน้านี้การผลิตผ้าไหมเป็นเพียงหัตถกรรมในครัวเรือนเพื่อประโยชน์ใช้สอยประจำบ้าน แต่ปัจจุบันเปลี่ยนมาเป็นการผลิตเพื่อการค้าเชิงพาณิชย์อย่างแพร่หลาย ดังนั้นการผลิตเป็นจำนวนมากต้องอาศัยทั้งวิธีการจัดการที่ดี วัสดุอุปกรณ์การผลิตซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตพื้นฐานในการทอผ้า ได้แก่ กี่ทอผ้าหรือทูก ใช้ฟืมกระทบให้เนื้อผ้าแน่น ต่อมามีการพัฒนาเป็นกี่แบบต่างๆ เช่น กี่กระตุก จนถึงเครื่องทอผ้า ทั้งนี้ยังรวมถึงความสามารถและทักษะฝีมือการทอผ้าของผู้ทอ การออกแบบลวดลายของผ้าจะทำให้การผลิตผ้าไหมมีคุณภาพที่ดูดีและเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้อ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และคุณภาพของเส้นไหม เริ่มตั้งแต่ส่วนต้นน้ำคือ การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม กระบวนการผลิตเส้นไหม การแปรรูปสาวไหมฟอกย้อมสีเส้นไหม การคัดเลือกคุณภาพของเส้นไหม รวมถึงการคัดเลือกลักษณะของเส้นไหมให้ได้ขนาดใกล้เคียงกัน จึงจำเป็นต้องอาศัยความชำนาญและประสบการณ์ ทั้งนี้จึงต้องเริ่มพัฒนาทักษะของผู้สาวไหม ต้องมีการอบรมและฝึกฝนให้ผู้ทอผ้ามีความชำนาญเชี่ยวชาญในการสาวไหมจากวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน รวมทั้งอุปกรณ์ในกระบวนการสาวไหมต้องได้มาตรฐานเพื่อรักษาคุณลักษณะของความเป็นเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 4) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพและเหมาะสมให้เป็นที่ยอมรับและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการผลิตผ้าไหมให้ได้คุณภาพดี สวยงามเป็นที่นิยมของลูกค้า ผู้ผลิตได้ให้ความเอาใจใส่ชิ้นงานทุกขั้นตอน พร้อมทั้งควบคุมการผลิตไปในตัว จากการพัฒนาคุณภาพซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับ 5 ดาวแล้ว ผ้าไหมที่ผลิตสามารถนำไปเทียบกับมาตรฐานอื่น ๆ ได้อีก ซึ่งเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชนเพิ่มอีกหนึ่งมาตรฐานด้วย 5) การพัฒนาด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาพื้นบ้านในเชิงพาณิชย์นั้น ชุมชนมีจุดแข็งอยู่หลายประการที่สามารถนำมาใช้ร่วมกับโอกาสทางการตลาดที่มีอยู่ โดยกลุ่มมีประสบการณ์ในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีการถ่ายทอดมาจากบรรพชนตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ด้วยคุณภาพของผ้าไหม ลวดลายที่มีเอกลักษณ์ แปลกตา ฝีมือที่ปราณีต และชื่อเสียงที่ได้รับจากการได้รับพระราชทานรางวัลชนะเลิศการประกวดผ้าไหมที่พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ จังหวัดสกลนคร ติดต่อกันหลายปี รวมถึงการประกวดในที่อื่น ๆ อีกหลายครั้ง จากภูมิปัญญาพื้นบ้านนั้นมีการลองผิดลองถูกในการออกแบบทอผ้าโดยใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้าน จนได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและมีคุณค่าทางจิตใจ นอกจากนี้การทำธุรกิจชุมชนมีไม่มุ่งหวังแต่รายได้เพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการเรียนรู้ความร่วมมือ ความสามารถในการผลิต การจัดการทางการตลาด ความเอื้ออาทรที่มีต่อกัน ความยั่งยืนและการรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย ทั้งนี้ การส่งเสริมการผลิตผ้าไหมจากภูมิปัญญาพื้นบ้านให้มีการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ จากที่ผ่านมากลุ่มชาวบ้านผู้ประกอบการได้จำหน่ายผ้าไหมที่

ผลิตโดยกลุ่มเป็นผู้จำหน่ายเอง จำหน่ายตามงานนิทรรศการ จำหน่ายตามความต้องการของลูกค้า และงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด

3. แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมให้เป็นมรดกของชุมชน พบว่า 1) ควรมีการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมกลุ่มทอผ้าไหมให้มีความยั่งยืนและควรมีการสนับสนุนกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง 2) จัดหลักสูตรการทอผ้าให้กับสถาบันการศึกษาเพื่อให้สถาบันที่เกี่ยวข้องช่วยสืบสานและสืบทอดเพื่อบรรจุเป็นหนึ่งในหลักสูตรการเรียนการสอน 3) ควรส่งเสริมการบันทึกผลผลิตผ้าไหม เพื่อเป็นหลักฐานและถ่ายทอดภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษ

อภิปรายผล

1. เทคนิคการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า มีวิธีการถ่ายทอดได้หลายทางโดยใช้เทคนิคการสาธิต การปฏิบัติจริง การบอกเล่าเพื่อให้ปฏิบัติตาม โดยการทำให้ดูพร้อมทั้งการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน วิธีการเรียนรู้ส่วนใหญ่เกิดจากการลงมือทำ การลองผิดลองถูก ซึ่งกระบวนการเรียนรู้นี้เป็นพลวัตรจนเกิดการสั่งสมและพัฒนาความรู้การทอผ้าไหมอยู่ตลอดเวลา มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของพัฒนาการ มีผลงานดีขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และการสร้างนวัตกรรม (Innovation) อีกทั้งมีการประกวดการทอผ้าด้วยมือ เพื่อการพัฒนาผลงานของผู้ผลิตผ้าไหมแต่ละกลุ่ม ซึ่งแต่ละวิธีขึ้นอยู่กับองค์ความรู้และกลุ่มเป้าหมายที่จะรับการถ่ายทอด สอดคล้องกับงานวิจัยของสรังสี แก้วพิจิตร (2551 : 199-204) ได้ศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านในการผลิตผ้าไหมปักธงชัยเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลการวิจัยพบว่าภูมิปัญญาพื้นบ้านในการผลิตผ้าไหมปักธงชัยเป็นองค์ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ถ่ายทอดต่อกันมาเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านดั้งเดิมของชาวบ้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของลออ ไชโยธา (2551 : 91-94) ได้ศึกษาศึกษาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมชุมชน ตำบลโคกจาน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า เป็นจารีต ประเพณี วัฒนธรรมที่ถ่ายทอดสู่รุ่นลูกหลานสืบทอดไปการสืบทอดและพัฒนาการของการทอผ้าไหม โดยวิธีการสอนกันเองในชุมชน จากปู่ย่าตายาย พ่อแม่ สู่ลูกหลาน เป็นการเรียนรู้กันภายในชุมชนความสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทร สุขไทย (2549 : 112-116) ได้ศึกษาการสืบสานการทอผ้าพื้นเมืองของชุมชนตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่า เป็นการสืบสานด้วยวิธีซึมซับไม่มีการสอน แต่เห็นพ่อ แม่ ปู่ ตา ยาย ทอก็เข้าไปช่วยและสามารถทอได้เพื่อนำไปใช้ในครัวเรือน และมีการขายหารายได้บ้าง เป็นการใช้เวลาว่างจากการทำนา เพราะที่นี่มีการทำนาปีละครั้ง ซึ่งเป็นนาดำ การทอผ้าช่วยให้เกิดความสัมพันธ์และช่วยกันแบบเครือญาติเกิดความภูมิใจเมื่อเห็นผ้าที่ทอเสร็จแล้ว ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา ฉัตรเมืองปัก (2555 : 172 - 176) ที่ได้ศึกษาวิเคราะห์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่า การถ่ายทอดองค์ความรู้เป็นการถ่ายทอด

จากบรรพบุรุษสู่รุ่นหลาน เป็นวิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้วยการสอนโดยผู้นำกลุ่มการฝึกอบรม มีการทัศนศึกษา ดูงาน มีการสาธิตให้คำแนะนำ วิธีการทอผ้าไหมมัดหมี่ให้แก่ผู้ที่สนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของสมโชค เจริญการ(2552 : 191-192) ที่ได้ศึกษาแนวทางการเรียนรู้สู่ความเป็นเลิศของการพัฒนาอาชีพทอผ้าไหมตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลาง ผลการวิจัยพบว่า หลักในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์โดยใช้วิธีการสอนภาคทฤษฎีด้วยการบอก อธิบายให้ท่องจำ ให้ดูตัวอย่างของจริง และเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้วยการปฏิบัติจริงที่กลุ่มอาชีพในชุมชนลักษณะดังกล่าวเป็นข้อกำหนดทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมา จากบรรพบุรุษเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดความรู้ ส่วนการถ่ายทอดความรู้ในระดับกลุ่มอาชีพเป็นการพัฒนาศักยภาพให้กับกลุ่มอาชีพทอผ้าในชุมชนที่ต้องคำนึงถึงกลุ่มอาชีพ ฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ โดยมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงสามารถเพิ่มศักยภาพให้กับกลุ่มอาชีพในชุมชนได้ (Goodkind, 1998)

2. กระบวนการผลิตผ้าไหมอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน คือ การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การทำเส้นใย การมัดหมี่ การย้อมหมี่ และการทอผ้าไหมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของระวีวรรณ กิจโรจน์สกุล (2557 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาผ้าไหมทางกระรอก : การอนุรักษ์และพัฒนาการผลิตเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่ากรรมวิธีในการทอวัตถุดิบที่ใช้ เครื่องมือในการทอในอดีตล้วนแต่เป็นภูมิปัญญาแบบดั้งเดิมมีการปลูกหม่อน เลี้ยงไหมเองสีที่ใช้เป็นสีที่ได้จากวัสดุธรรมชาติ กี่ที่ใช้ในการทอผ้าเป็นกี่พื้นเมือง ขั้นตอนในการเตรียมวัตถุดิบ ตลอดจนการทอใช้วิธีตามภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิษฐา ดำพลงาม (2555 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาเครื่องแต่งกายสตรีเชิงพาณิชย์ จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการผลิตเครื่องแต่งกายผ้าไหมสตรีจังหวัดมหาสารคามที่แบ่งขั้นตอนเป็นดังนี้คือ การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การทำเส้นใย การมัดหมี่ การย้อมหมี่ การทอผ้าไหม และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของดวงฤทัย อรรถแสง. (2552 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษากระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาตินั้น มี 4 ขั้นตอน ได้แก่ การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การเตรียมเส้นไหมและการทอ

ส่วนการพัฒนาผ้าไหมให้เป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น มีกระบวนการพัฒนา 5 ประการ คือ 1) การพัฒนาบุคคลด้านการเรียนรู้โดยวิธีกระบวนการกลุ่ม 2) การพัฒนาเครื่องมือที่เป็นอุปกรณ์ในการผลิต 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และคุณภาพของเส้นไหม 4) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพ 5) การพัฒนาด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาพื้นบ้านในเชิงพาณิชย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Choi and Cheung (2007 : 438-452) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพื้นฐานสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และการศึกษาของโลกมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้เกิด

ความสนใจศึกษาผลกระทบถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพื่อสร้างความมั่นใจ สร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของคนสังคม ชุมชน ใช้ภูมิปัญญาในการปรับตัวสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมหรือระบบนิเวศของชุมชน พบว่าวิธีการสร้างคุณภาพให้บรรลุวัตถุประสงค์และปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้น คือ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดผลิตนโยบาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญา ประสบการณ์ และเสียงของคนภายในชุมชน เป็นยุทธศาสตร์การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตโดยกระบวนการนโยบายซึ่งสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพรณ์ หะวานนท์ และพิสมัย รัตนโรจน์สกุล (2548 : 68-84) ได้ศึกษาการเสริมสร้างทุนสังคม เพื่อชุมชนเข้มแข็งที่ตั้งอยู่บนฐานคิดของการพึ่งพาตนเองได้ กระบวนการทอผ้าไหม จึงมีส่วนสำคัญยิ่งในการกำหนดระบบความสัมพันธ์ที่นำไปสู่การสร้างทุนทางสังคมที่มีการสะสมสืบทอดกันมานับจากอดีตเป็นการสร้างทุนทางสังคมในวิถีชีวิตแบบพึ่งพาธรรมชาติ และมีการปรับตัวให้เข้ากับยุคเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับงานวิจัยธีรพงษ์ วสดีดิลก (2546 : 88-94) ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาตลาด ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า รูปแบบการพัฒนาต้องมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องมีการวางแผนเพื่อพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ใหม่เกี่ยวกับคุณภาพของเนื้อผ้าที่สม่ำเสมอ ลวดลายสีสันทัน รวมทั้งต้องมีการรับประกันคุณภาพด้วยด้านราคา กำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ใหม่ คือคุณภาพของเส้นไหม ฝีมือ และความประณีตในการทอ รวมทั้งต้องมีการลดราคาให้กับผู้ซื้อโดยเป็นราคาที่ต่ำกว่าร้านค้าปกติ ด้านการจำหน่าย ภาวะการค้าของตลาด ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศยังมีความต้องการอยู่มาก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพฯ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านธุรกิจการผลิต ต้องมีการออกแบบการผลิตด้านลวดลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีการวางแผนการผลิตด้านการพัฒนาลวดลาย สีที่ใช้อยู่ต้องเป็นสีผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เส้นไหมที่ใช้ ทอผ้าต้องเป็นเส้นไหมจากการเลี้ยงไหมพื้นเมือง การผลิตสินค้าต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมให้เป็นมรดกของชุมชน พบว่า 1) ควรมีการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมกลุ่มทอผ้าไหมให้มีความยั่งยืนและควรมีการสนับสนุนกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง 2) จัดหลักสูตรการทอผ้าให้กับสถาบันการศึกษาเพื่อให้สถาบันที่เกี่ยวข้องช่วยสืบสานและสืบทอดเพื่อบรรจุเป็นหนึ่งในหลักสูตรการเรียนการสอน 3) ควรส่งเสริมการบันทึกลวดลายผ้าไหม เพื่อเป็นหลักฐานและถ่ายทอดภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษสอดคล้องกับงานวิจัยของระวีวรรณ กิจโรจน์สกุล (2557 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาผ้าไหมทางกระรอก : การอนุรักษ์และพัฒนาการผลิตเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมาซึ่งผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาการผลิตผ้าไหมทางกระรอกเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมาเห็นควรแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ การฝึกอบรม, การเพิ่มพูนทักษะ, การพัฒนาเทคโนโลยี, การจัดการสมัยใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของชนิษฐา คำพลงาม (2555 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาเครื่องแต่งกาย

สตรีเชิงพาณิชย์ จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่ารัฐบาลควรให้การสนับสนุนแก่ชุมชนเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตผ้าไหม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ชาวบ้านสามารถรักษาความรู้และทักษะทั้งยังเป็นการสร้างเสริมรายได้แก่ชุมชนด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. การผลิตผ้าไหมเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านซึ่งมีขั้นตอนที่ย่งยากใช้เวลานานในการเรียนรู้และประสบการณ์ในการฝึกปฏิบัติ ปัจจุบันกลุ่มผลิตผ้าไหมพบว่าส่วนใหญ่จะมีเฉพาะผู้สูงอายุ ดังนั้นควรหากลยุทธ์หรือแนวทางในการอนุรักษ์สืบทอดให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ควรมีการสร้างความรู้ความตระหนักและเห็นคุณค่าภูมิปัญญาพื้นบ้านการทอผ้าให้แก่กลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ในชุมชนให้มากขึ้น
2. ควรมีการพัฒนาการเรียนรู้การผลิตและการทอผ้าไหมผ่านระบบการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรอบรมหรือหลักสูตรท้องถิ่นตั้งแต่ระดับประถม มัธยมจนถึงอุดมศึกษาเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ในการสืบสานศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้สนใจได้ศึกษาเล่าเรียนและอันจะเป็นการสร้างความรู้ความตระหนักในภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือสามารถนำมาพัฒนาให้เป็นอาชีพทางเลือกในการประกอบอาชีพได้
3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนให้คำแนะนำด้านแหล่งทุน แนวทางการสร้างเครือข่ายภูมิปัญญาเพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน การเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับกระบวนการทอผ้า การออกแบบลวดลาย การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายให้เหมาะกับทุกเพศทุกวัย ตลอดจนมีการส่งเสริมด้านการตลาดให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางออกไป

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา คำพลงาม. (2555). การพัฒนาเครื่องแต่งกายสตรีเชิงพาณิชย์ จังหวัดมหาสารคาม. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ดวงฤทัย อรรถแสง. (2552). กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ.วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการ. ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธีรพงษ์ วสดีดิลก. (2546). รูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. บุรีรัมย์ : สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์.
- นภาพรณี หะวานนท์และพิสมัย รัตนโรจน์สกุล. 2548. การเสริมสร้างทุนทางสังคมเพื่อชุมชนเข้มแข็ง. กรุงเทพฯ ฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- นิตยา ฉัตรเมืองปัก. (2555). การวิเคราะห์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ (กศม. ศิลปศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ระวีวรรณ กิจโรจน์สกุล. (2557). **ผ้าไหมหางกระรอก : การอนุรักษ์และพัฒนาการผลิตเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา**. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เรืองเดช ปันเขียนชัย. (2542). **นิทานพื้นบ้าน**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- ลออ ไชโยธา. (2551). **ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมชุมชนตำบลโคกจานอำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. ศรีสะเกษ : มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- ศีมาศ ประทีปวงษ์. (2561). **การศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา**. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 (39) กรกฎาคม – ธันวาคม 2561: หน้า 146-157.
- สร้างสี แก้วพิจิตร. (2551). **ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการผลิตผ้าไหมปักธงชัยเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุนทร สุขไทย. (2549). **รายงานการวิจัยเชิงคุณภาพ การสืบสานการทอผ้าพื้นเมืองของชุมชนตำบลหาดเลี้ยว อำเภอศรีสะเกษ จังหวัดสุโขทัย**. อดิเรก : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- เสรี พงษ์พิศ. (2536). **ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนา (เล่ม 1)**. กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา.
- สมโชค เนตรระการ. (2552). **แนวทางการเรียนรู้สู่ความเป็นเลิศของการพัฒนาอาชีพทอผ้าไหมตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีนิพนธ์ สาขาอาชีวศึกษา. กรุงเทพฯ : ศึกษาศาสตรมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2537). **ผ้าไทย**. กรุงเทพฯ :คุรุสภาลาดพร้าว.
- Goodkind, H. M. (1998). “Transferring Learning Building Organizational Capacity form Within. International Dissertation Abstract. In UMI Co. 1998. University of Oregon.AAC 9738711.
- Choi, S.H. and H.H. Cheung. (2007).“Multi-material Virtual Prototyping for Product Development and Biomedical Engineering,” **Computers in Industry**. 58(5) : Pages 438-452 ; June.

แนวทางการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย/บทความวิชาการ วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น

วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น ยินดีรับบทความวิจัยและบทความวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ โดยบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่เป็น ผลงานวิจัย/วิชาการที่เคยได้รับการเผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน หรือไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ ของวารสารอื่น บทความทุกบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง โดยมี ข้อเสนอแนะดังนี้

ประเภทของบทความ

1. บทความวิจัย หมายถึง การนำเสนอผลงานวิจัยอย่างเป็นระบบ กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และผลการวิจัย
2. บทความวิชาการ หมายถึง งานเขียนซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เป็นความรู้ใหม่ กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ แนวทางการแก้ไขปัญหา มีการใช้แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยจากแหล่งข้อมูล เช่น หนังสือ วารสาร อิมเทอร์เน็ต ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางแก้ไข
3. บทวิจารณ์หนังสือ หมายถึง บทความที่วิพากษ์วิจารณ์ เนื้อหาสาระ คุณค่า และคุณภาพของ หนังสือ บทความ หรือผลงานศิลปะ อาทิ นิทรรศการ ทัศนศิลป์ และการแสดงละครหรือดนตรี โดยใช้หลักวิชาและดุลยพินิจอันเหมาะสม
4. บทความปริทัศน์ หมายถึง งานวิชาการที่ประเมินสถานะล่าสุดทางวิชาการ (State of the Art) เฉพาะทางที่มีการศึกษาค้นคว้า มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ทั้งทางกว้าง และทางลึก อย่างทันสมัย โดยให้ข้อพิพาทที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ควรศึกษาและพัฒนาต่อไป

การเตรียมต้นฉบับ

ชื่อเรื่อง	ควรสั้นกะทัดรัดได้ใจความ ครอบคลุม ตรงกับวัตถุประสงค์และเนื้อหา
ชื่อผู้เขียน	พิมพ์ชื่อโดยไม่ใช้คำย่อ มีสถานที่ทำงาน หน่วยงานที่สังกัด อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ โดยอ้างอิงเชิงบรรณทนายหน้าแรก
บทคัดย่อ	เป็นร้อยแก้ว เขียนเฉพาะเนื้อหาที่สนใจ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย (อย่างย่อ) และต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
คำสำคัญ	ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ ประมาณ 3-5 คำ ใช้ตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทความที่เป็นภาษาอังกฤษ มีเฉพาะคำสำคัญภาษาอังกฤษ
บทนำ	อธิบายถึงความเป็นมาและความสำคัญที่ทำการศึกษ วิจัย ค้นคว้า ของผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ สมมติฐานและขอบเขตของการวิจัย
เนื้อเรื่อง	กรณีบทความที่เป็นภาษาไทยควรใช้ภาษาไทยให้มากที่สุด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กะทัดรัดและชัดเจน การใช้คำย่อต้องมีคำสมบูรณ์ไว้ในครั้งแรกก่อน
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	ระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย
กรอบแนวคิดในการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตด้านตัวแปร เป็นการอธิบายว่าศึกษาประเด็นใดบ้าง ผู้ให้ข้อมูลเป็นใคร ใช้ตัวแปรอะไรให้การศึกษา
วิธีดำเนินการวิจัย	อธิบายขั้นตอนการวิจัย โดยกล่าวถึงแหล่งข้อมูล วิธีการรวบรวมข้อมูล วิธีการใช้เครื่องมือในการศึกษาหรือการวิจัย และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
สรุปผลการวิจัย	อธิบายสิ่งที่ได้จากการศึกษา ไม่ควรซ้ำกับการแสดงผล แต่เป็นการสรุปประเด็น และสาระสำคัญของการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

อภิปรายผล	อธิบายถึงผลที่ได้รับจากการศึกษาหรือการวิจัย ว่าเป็นไปตามสมมติฐานหรือไม่ ควรอ้างถึงทฤษฎี หรือผลการศึกษาของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องประกอบการอธิบาย
ข้อเสนอแนะ	อธิบายถึงการนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ ปัญหาที่พบในการศึกษา เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาครั้งต่อไป
เอกสารอ้างอิง	ให้เขียนเอกสารอ้างอิง ใช้ระบบนาม-ปี และหน้า (APA Style) ตามรูปแบบที่กำหนด

การเขียนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงใช้รูปแบบของ American Psychological Association (APA)

การอ้างอิงในบทความ กรณีที่ผู้เขียนต้องการการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in-text citation)

การอ้างอิงท้ายบทความ เป็นการรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความ และจัดเรียงรายการตามลำดับตัวอักษรชื่อผู้แต่ง ตัวอย่างเช่น

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อหนังสือ**. (พิมพ์ครั้งที่). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณานุกรม, **ชื่อหนังสือ**. (เลขหน้าบทความ).

เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. **ชื่อวารสาร**. ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่) เลขหน้าบทความ.

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่วิจัยสำเร็จ). **ชื่อวิทยานิพนธ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา (ระดับ)

ชื่อสาขาวิชา สังกัดของสาขาวิชา ชื่อมหาวิทยาลัย.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่). **ชื่อเรื่อง**. สืบค้นเมื่อ [วัน เดือน ปี] จาก แหล่งสารสนเทศ. [หรือ URL]

การอ้างอิงในเนื้อหา

รูปแบบการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา มี 3 รูปแบบ ดังนี้

1. (ผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์, เลขหน้า) ไว้ท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น (ชนะดา วีระพันธ์, 2555, 55-56)

(Peter & Waterman, 1982, pp. 498-499) (Michalska J., 2008, p. 85)

กรณีที่ปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บเดียวกัน เช่น

(ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง, 2554)

2. ผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์, เลขหน้า) กรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ไม่ต้องระบุไว้ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น ธนกฤต วันดีเมธ (2554, น.90) ได้ศึกษาถึง.....
Robert E. Hegel (1997, p.14) studied.....
กรณีที่ไม่มีปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บ เช่น
(ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง, 2554)

3. ปีที่พิมพ์ ผู้แต่ง (เลขหน้า) กรณีมีการระบุปีที่พิมพ์และผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว (ปีที่พิมพ์และผู้แต่ง สามารถสลับที่กันได้) ให้ระบุเฉพาะเลขหน้าที่อ้างอิงถึงในวงเล็บเท่านั้นเช่น ในปี 2557 ศุภชัย ยาวะประภาส ได้กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง ความรู้ ความสามารถที่แสดงออกถึงพฤติกรรมการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา จนทำให้การปฏิบัติงานบริหารงานบุคคลบรรลุผลเหนือกว่าระดับปกติ (น.9)

การส่งต้นฉบับ

1. บทความมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า กระดาษขนาด A4 ทั้งนี้รวมรูปภาพ ตาราง และเอกสารอ้างอิง
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ ให้กำหนดขอบบน 1.5 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว
3. แบบตัวอักษรใช้ TH SarabunPSK โดยกำหนดขนาด ดังนี้
 - 3.1 ชื่อบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 18 point ตัวหนา กึ่งกลางหน้ากระดาษ
 - 3.2 ชื่อ-สกุลผู้เขียน ทุกท่านภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 12 point ตัวหนา ซิดซ้าย
 - 3.3 สถานที่ทำงาน หน่วยงานที่สังกัด อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ ขนาด 12 point อ้างอิงเชิงอรรถ
 - 3.4 บทคัดย่อ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ควรสั้นตรงประเด็น และเป็นการสรุปผลงานอย่างรัดกุม ครอบคลุมสาระสำคัญของการวิจัย ความยาวไม่เกิน 400 ตัวอักษร
 - 3.5 คำสำคัญ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เป็นการกำหนดสาระสำคัญที่สามารถนำไปใช้เป็นคำสืบค้นในระบบฐานข้อมูล ไม่ควรยาวมากเกินไป และไม่ควรมากเกิน 3-5 คำ
 - 3.6 บทนำ (ความเป็นมา ความสำคัญ และมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย)
 - 3.7 วัตถุประสงค์ (มูลเหตุของการศึกษาวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับชื่อเรื่องที่ศึกษาวิจัย)
 - 3.8 เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) เป็นการอ้างอิงแนวคิด ทฤษฎี หรือบทความที่เกี่ยวข้อง หากเป็นงานวิจัยเฉพาะทางควรมีส่วนนี้ เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานให้คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้

3.9 วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ควรเสนอรูปแบบและแสดงขั้นตอนอย่างกระชับ และชัดเจน

3.10 สรุปผลการวิจัย ควรนำเสนอผลอย่างชัดเจน น่าสนใจ ตรงประเด็น เป็นผลที่ค้นพบ โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษา

3.11 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ อภิปรายสิ่งที่ได้จากการวิจัย การนำไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะต่างๆ

3.12 เอกสารอ้างอิง ใช้ระบบนาม-ปี และหน้า (APA Style) ระบุแหล่งอ้างอิงเท่าที่ปรากฏในบทความ