



วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น ACADEMY JOURNAL OF NORTHERN

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-มีนาคม 2567

ISSN 2651- 1509





วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น
Journal of Northern College
ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม 2566

วัตถุประสงค์ของการจัดพิมพ์วารสาร

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้นักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ได้เผยแพร่บทความทางวิชาการและบทความวิจัยที่มีคุณภาพ
2. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ด้านวิชาการ และด้านการวิจัย

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไตรรัตน์ ยืนยง

อธิการบดีวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิรินี

ว่องวิไลรัตน์

รองอธิการบดีฝ่ายบริหารวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.วรรณพร

พุทธิภูมิพิทักษ์

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาวิชาการและประกัน
คุณภาพ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ไชยวัฒน์

คำชู

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.สุเทพ

เขาวลิต

นักวิชาการอิสระ

ศาสตราจารย์ ดร.อุดม

รัฐอมฤต

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.ชัยยงค์

พรหมวงศ์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์

จันทร์เจริญ

วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาวรรณ

พิสิฐเวช

วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจบ
ดร.พรรณทิมา

ขวัญม้น
วรรณสุทธิ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลับกรองบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญาณน
รองศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร
รองศาสตราจารย์ ดร.อรสา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจบ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิรินี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สินีนานู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เผด็จ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิรดา
ดร.ครรชิต
ดร.ชลัท
ดร.เปรมจิต
ดร.วลัยลักษณ์
ดร.สุวรรณา

กาญจนาทวิกุล
สรวรยาวิสุทธิ
ยุภาศ
เตติวัฒน์
คำใจ
เจริญชัย
จันทร์เจริญ
ขวัญม้น
เขตปิยรัตน์
พรเวียง
ว่องวิไลรัตน์
วงศ์เทียนชัย
ทุกข์สุณู
อะนันชัยธวัช
พิสิฐเวช
สิทธิอ่วม
บุญเจริญ
แพงไทย
สุชนาค
บุญปาน
มอร์ซิง
พันธุ์รี
พลอยศรี

วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
วิทยาลัยนครราชสีมา
วิทยาลัยพิษณุบันฑิต
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยนเรศวร
วิทยาลัยชุมชนตาก
วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
มหาวิทยาลัยพายัพ

ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ

ดร.วลัยลักษณ์	พันธุ์รี	วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
นางสาวศศิวรรณ	ส่งต่าย	วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
นางสาวกมลวรรณ	ดวงนา	วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 4 ฉบับ

เจ้าของวารสาร

วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

สำนักงาน

กองบรรณาธิการวารสาร ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น ชั้น 1
888 หมู่ 2 ถนนพหลโยธิน (แนวเก่า) ตำบลหนองบัวใต้ อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000
โทรศัพท์ 055-517488 ต่อ 808

พิมพ์ที่ บริษัท พีค การพิมพ์ จำกัด เลขที่ 24/9 ถนนติวานนท์ ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองปทุมธานี
จังหวัดปทุมธานี 12000 โทรศัพท์ 0-297-9571-6

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

กิตติชัย เจริญชัย และคณะ..... 1

การจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

นิศารัตน์ โชติเชย และคณะ..... 18

การจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

ธันวพร วัฒนชัยฤกษ์..... 35

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อองค์กรของผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

ศรีประดับ ศรีนำ..... 50

พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

บุญเพ็ง สิทธิวงษา..... 63

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

दनัย ลามคำ..... 74

Suitable Marketing Mix Strategy for Walking Streets in Mae Hong Son

Wipawee Srika et. al. 93

ปรัศนัยของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

วิภาวี ศรีคะ และคณะ..... 115



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทความวิจัย	
Study of the Responsibility and the Satisfaction of Students using the “Flipped Classroom” in the Subject of English for Global Communication	
Nalin-on Nuiplot et. al.	132

องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา
ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม

Distribution Channel Elements of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group,
Tambon Nguaba, Amphoe Wapi Pathum, Maha Sarakham Province

กิตติชัย เจริญชัย¹, นิสารัตน์ โชติเชย², ธันวาทน์ วิลลชัยฤกษ์³, วีระกิตต์ เสาธม⁴

Kittichai Jaroenchai¹, Nisarath Chotechoei², Thanwaphorn Wimonchalerk³, Veerakit Saorom⁴

^{1, 2, 3, 4} คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{1, 2, 3, 4} Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University

Received: 19 March 2024; Revised: 25 March 2024; Accepted: 27 March 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และ 3) เพื่อพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามพบว่า 1) การที่ทางกลุ่มไม่มีออนไลน์ก็จะทำให้ช่องทางการขายลดน้อยลง เพราะไม่ได้ออกจัดบูธขายแบบเดิม 2) ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.63$), ผู้ประกอบการที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนผู้ประกอบการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ 3) ทางกลุ่มควรมีช่องทางการชำระเงินจากที่มีอยู่ให้หลากหลายมากขึ้น เช่น True money wallet

คำสำคัญ : องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย

Abstract

This research aims to 1) To analyze the current situation regarding the distribution channel elements of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group 2) To study the differences in demographic characteristics the distribution channel elements of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group and 3) To develop distribution channel elements of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group, Tambon Nguaba, Amphoe Wapi Pathum, Maha Sarakham Province. The research methodology was Mixed Method Research Design. The tools used for data collection were interview forms and questionnaires. The findings were as follows: 1) The group does not have online, it will reduce sales channels. because it is not sold at the sales booth. 2) The overall level of entrepreneurs of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group was at the high level ($\bar{X}$ = 4.43, SD = 0.63), Entrepreneurs with gender, status, education level and monthly income are different. There are opinions about the distribution channel elements of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group no different at a level of statistical significance of .05. For entrepreneurs with different ages. There are opinions about the distribution channel elements of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group different at a level of statistical significance of .05 and 3) The group should have more variety of payment methods available, such as True money wallet.

Keywords: Distribution Channel Elements

1. บทนำ

ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศต่างกำลังแข่งขันกันอย่างมากระหว่างการค้า การลงทุน และการสื่อสาร ท่ามกลางบรรยากาศของกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าของ วิทยาการแขนงต่าง ๆ การพัฒนาเพื่อการผลิต ส่งออกผลิตภัณฑ์ ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ One Tambon One Product (OTOP) เป็นโครงการที่มุ่งหวังให้คนในชุมชนได้นำภูมิปัญญาที่มีอยู่มาพัฒนาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์จำหน่ายสร้างรายได้ให้กับตนเอง ครอบครัว และชุมชนกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล รวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ ผลปรากฏว่าสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศ และก่อให้เกิดผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งโดยหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหาร

จัดการเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดย “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเข้มแข็ง “แก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นสามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ เป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากหมู่บ้านหรือตำบล โดยสนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ (Product) มีกิจกรรมคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและความต้องการของตลาดสากล (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย : ออนไลน์)

ปัจจุบันมีประชาชนมาลงทะเบียนเป็นผู้ผลิตกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยจากข้อมูลล่าสุดในปี พ.ศ. 2562 ผลิตภัณฑ์ที่สมัครเข้าคัดสรรฯ จำนวน 20,012 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพิจารณา จำนวน 19,560 ผลิตภัณฑ์ มีผู้ประกอบการ OTOP จำนวน 11,824 กลุ่ม/ราย รวม 19,560 ผลิตภัณฑ์ รายการสินค้าประเภทอาหารจำนวน 861 รายการ ประเภทเครื่องดื่ม 1,688 รายการ ผ้าและเครื่องแต่งกาย 5,252 รายการ ของใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 8,017 รายการ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารจำนวน 3,742 รายการ และผลิตภัณฑ์ได้รับการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานให้สูงขึ้น ซึ่งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ เช่น การสร้างกลุ่มศิลปิน OTOP การพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานย่านลิเภา ใบไม้สีทอง เป็นต้น รวมทั้งมีการดำเนินงาน โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามข้อสั่งการนายกรัฐมนตรีได้แก่ การพัฒนากระเป๋าแบรนด์เนม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อจำหน่ายบนสายการบิน (OTOP On Board) โดนผลจากการพัฒนาทำให้อยอดจำหน่ายในปี 2559 (ไทยตำบล ดอทคอม: ระบบออนไลน์) ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ข้อ 3.2 การพัฒนาภาคการเกษตรยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐานและสอดคล้อง กับความต้องการ ของตลาดและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากข้อมูลล่าสุด ปี 2560-2561 ผลิตภัณฑ์ OTOP ผ่านการคัดสรรล่าสุดปี 2560-2561 ประเทศไทย มีทั้งหมด 8,592 รายการ โดยแยกเป็นแต่ละประเภทได้ดังนี้ ประเภทอาหาร จำนวน 2,728 รายการ ประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 293 รายการ ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 1,802 รายการ ประเภทของใช้ของประดับตกแต่งจำนวน 3,518 รายการ รายการประเภทสมุนไพร ไม่ใช่อาหาร จำนวน 251 รายการ (ไทยตำบลดอทคอม: ออนไลน์)

สำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา เป็นผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ของจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งปัจจุบันประสบปัญหาหลักในด้านการพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการ

จัดหน่วยผู้ประกอบการ (บทสัมภาษณ์คุณแม่จิงจิตร โอปาก ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2566) และสามารถอธิบายประเด็นปัญหาได้ดังนี้ **ด้านการให้ข้อมูล (Information)** ประสบปัญหาเกี่ยวกับ เกิดปัญหาโดยตรง เพราะส่วนมากทางกลุ่มจะเน้นขาย ทางหน้าร้านเป็นหลัก ไม่ได้มีการขายผ่านทางออนไลน์สักเท่าไร ทางกลุ่มจะเน้นให้ลูกค้าได้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ เนื้อผ้า ได้สัมผัสเองว่าชอบหรือไม่ เพื่อลดการตำหนิตัวผลิตภัณฑ์ลงได้ แต่พอเจอสถานการณ์โควิด ก็ทำให้การจัดตลาดสินค้า OTOP เกิดการชะงักงัน ทางกลุ่มจึงได้รับผลกระทบโดยตรงเพราะ ไม่ได้เปิดหน้าร้าน รายได้จึงลดลงมาก **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ประสบปัญหาเกี่ยวกับ มีแน่นอน เพราะปกติแล้วทางกลุ่มจะมีรายได้จากการจัดบูธ กับตลาดสินค้า OTOP มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้า แต่พอมีสถานการณ์โควิด ทำให้ตลาดปิด รายได้จึงลดลง **ด้านการเจรจาต่อรอง (Negotiation)** ประสบปัญหาเกี่ยวกับ ทางกลุ่มมีการเจรจากับลูกค้า เจรจาแบบต่อหน้าเสมอ แต่ทาง OTOP มีการเจรจาผ่านทางออนไลน์ และต่อหน้า **ด้านการสั่งซื้อสินค้า (Ordering)** ประสบปัญหาเกี่ยวกับ มีปัญหาในการสั่งซื้อสินค้าเพราะทางกลุ่มจะแจ้งรายละเอียดของสินค้าให้กับลูกค้าก่อนตัดสินใจสั่งซื้ออยู่แล้วเพราะฉะนั้นจะเข้าใจกันทั้งสองฝ่าย ทั้งรายละเอียดผ้า ตำหนิที่อาจจะเกิดขึ้น **ด้านการเงิน (Financing)** ประสบปัญหาเกี่ยวกับ ยอดขายน้อยลง จะทำให้กระทบกับหลายๆฝ่าย ทุนที่ได้จากฝ่ายตรวจสอบอาจจะได้น้อยลง และทุนส่วนตัวก็เช่นกัน **ด้านการรับภาระการเสี่ยงภัย (Risk Taking)** ประสบปัญหาเกี่ยวกับ แต่จะมีกรณีที่ลูกค้าไม่เข้าใจตั้งแต่เราอธิบายเรื่องการมีตำหนิหรือสีของผ้าตรงนี้อาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจได้ง่าย **ด้านการเคลื่อนย้ายความเป็นเจ้าของ (Moving Ownership)** ประสบปัญหาเกี่ยวกับการมีประธานดำเนินงานคนเดียวอาจจะทำให้ดำเนินงานตกหล่นได้ง่ายเพราะไม่มีผู้ช่วยในการให้คำปรึกษา **ด้านการชำระเงิน (Payment)** ประสบปัญหาเกี่ยวกับกรณีที่ลูกค้าชำระด้วยเงินสดทางกลุ่มอาจจะให้ผู้ขายเป็นผู้สูงอายุมองอาจจะทอนเงินให้กับลูกค้าได้ไม่ครบ

จากความสำคัญที่เกิดขึ้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นแล้วยังสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

3. เพื่อพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

3. สมมติฐานของการวิจัย

ผู้ประกอบการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน

4. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1. ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำดังกล่าวต่อไปนี้

วิหวัธ รุ่งเรืองผล (2556) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง “กระบวนการในการจัดการเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสิทธิในตัวผลิตภัณฑ์ (และอาจรวมถึงตัวผลิตภัณฑ์) จากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค” กระบวนการดังกล่าว มีผู้ผลิตอยู่ต้นทางของกระบวนการและผู้บริโภคอยู่ปลายทางของการเคลื่อนย้ายสิทธิในตัวผลิตภัณฑ์ โดยในระหว่างทางของกระบวนการนี้อาจมีตัวกลาง (Marketing Intermediaries) มาเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพขึ้นก็ได้

เสาวลักษณ์ ชาญเขียว (2553) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางในการนำสินค้าหรือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยผ่านผู้จัดจำหน่ายที่เป็นคนกลางทางการตลาด (Intermediate Marketing)

สุวิมล แม่นจริง (2552) ได้กล่าวว่า ช่องทางการตลาด (Marketing Channel) บางครั้งเรียกว่า ช่องทางการค้า (Trade Channel) หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) จึงให้ความหมายไว้ว่า คือ กลุ่มของการอิสระที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาดในการทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่หาได้ง่ายสำหรับการใช้หรือการบริโภค (Kotler , 2003) หรือคือ องค์การที่มีการติดต่อกันภายนอกธุรกิจที่มีการปฏิบัติการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดจำหน่าย (Rosenbloom, 1999) หรือคือ เครือข่ายขององค์การที่สร้างอรรถประโยชน์ทางด้านเวลา สถานที่ และความเป็นเจ้าของสำหรับผู้บริโภคและผู้ใช้ทางธุรกิจ (Czinkota and Others, 2000)

ฐิติรัตน์ คุณรัตนารณ (2550) ได้กล่าวว่า ช่องทางการตลาด หมายถึงกระบวนการสร้างความสัมพันธ์องค์กรภายในและภายนอก ซึ่งดำเนินกิจกรรมระหว่างผู้ผลิต (manufacturer) และลูกค้า (customer) เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการไว้ใช้ประโยชน์หรือบริโภค

วิหวัธ รุ่งเรืองผล (2549) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง “กระบวนการในการจัดการเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสิทธิในตัวผลิตภัณฑ์(และอาจรวมถึงตัวผลิตภัณฑ์) จากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค” ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะมีผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญในกระบวนการสำหรับต้นทางและปลายทางของการเคลื่อนย้ายสิทธิในตัวผลิตภัณฑ์

รุ่งศักดิ์ วิลามาต (2547) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มขององค์การธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันในด้านขนาดของธุรกิจประเภทธุรกิจ และจำนวนลงทุน ตลอดจนนโยบายในการดำเนินธุรกิจเพื่อมาประสานงานร่วมกันในการส่งผ่านตัวสินค้า การส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร และการส่งเสริมการตลาดจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย จะประกอบไปด้วยกลุ่มของสถาบันต่าง ๆ ซึ่งปฏิบัติกิจกรรมเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากการผลิตไปสู่การบริโภค

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง บุคคล สถาบัน หรือหน่วยงานที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการกระสินค้าและบริการของบริษัทไปสู่ลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการได้สะดวกที่สุด ซึ่งอาจบริหารจัดการในรูปแบบหน่วยงานภายในหรือภายนอกบริษัท

สนธยา คงฤทธิ์ (2545) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เดินทางจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ กลุ่มบุคคลและองค์การซึ่งอำนวยความสะดวกเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังลูกค้า

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2544) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ไปยังตลาด ในช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ผลิตอาจจะใช้คนกลางเข้ามาช่วยในการจัดจำหน่ายหรือไม่ก็ได้ ตามความเหมาะสมและนโยบายของธุรกิจ

สุดาตว เรืองรุจิระ (2543) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคจะต้องมีช่องทางการจำหน่ายเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นกิจกรรมที่เข้ามาเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้สินค้าเคลื่อนย้ายไปตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายได้

สรุปได้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เป็นการสร้างความสัมพันธ์ขององค์กรภายในและภายนอก โดยการจัดกิจกรรมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และยังเป็นการกระจายสินค้าและบริการหรือการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงผู้บริโภค

4.2 ความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจและความสะดวกแก่ผู้บริโภคซึ่งมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้มากขึ้น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2556) การจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กร แม้ว่าผู้บริหารจะมีความสามารถในการพัฒนาสินค้าหรือบริการสอดคล้องตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายอย่างดีที่สุด และกำหนดราคาที่เหมาะสมแล้วก็ตาม แต่การปฏิบัติดังกล่าวจะไม่เกิดผลอันใดหากไม่นำผลิตภัณฑ์ดังกล่าววางออกจำหน่ายโดยผ่านช่องทางที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าที่เขาต้องการในเวลาและสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (เสาวลักษณ์ ขาญเขียว, 2553) ช่องทางการตลาด หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความหมายอย่างมาดในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท เป็นกลไกพื้นฐานในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปถึงตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ หรือเป็นกลไกที่เชื่อมต่อผู้ผลิตกับลูกค้า ลูกค้า ซึ่งประกอบขึ้นจากเครือข่ายการหรือหน่วยงานบริการที่เป็นของธุรกิจเอง รวมทั้งองค์การภายนอกต่าง ๆ อันได้แก่ ตัวแทนจำหน่ายและพ่อค้าคนกลางต่าง ๆ โดยที่ช่องทางการจัดจำหน่ายจะมีบทบาททั้งที่เป็นท่อดำเนินในเชิงกายภาพสำหรับผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่คลังสินค้าจนกระทั่งส่งถึงลูกค้า รวมทั้งยังเป็นช่องทางในการส่งผ่านสารสนเทศที่เชื่อมโยงระหว่างตลาดกับธุรกิจ (สุวิมล แม่นจริง, 2552) ช่องทางการตลาด (Marketing Channel) หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) คือ การอำนวยความสะดวกการมีสินค้าและบริการไว้ใช้ประโยชน์หรือบริโภค การดำเนินกิจกรรมขององค์กรภายในและภายนอกเพื่อนำสินค้าและบริการไปตอบสนองความต้องการแปรรูปของผู้ผลิต การใช้งานในองค์กรธุรกิจและการอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคได้ทันเวลา (right time) ในสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ (right place) ในปริมาณที่ลูกค้าต้องการ (right quantity) และในระดับต้นทุนต่ำ (least cost) (จิตติรัตน์ คุณรัตนารณ, 2550)

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาดที่นำสินค้าไปสู่ผู้บริโภคโดยผ่านตัวกลางทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยคนกลาง ผู้กระจายผลิตรายในเชิงกายภาพและสถาบันการเงินไว้ใจได้ (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2549) สินค้าจะถูกส่งเป็นลำดับจากผู้ผลิตผ่านมือคนกลางเป็นทอดๆไป คนกลางจึงนับได้ว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค (รุ่งศักดิ์ วิลามาศ, 2547) จำเป็นหรือไม่ที่จะต้องมียุทธศาสตร์ทางการตลาด ถ้าคำตอบนี้ถูกตั้งขึ้นมาก็เพื่อค้นหาคำตอบ คำตอบคือ “จำเป็น” ทุกบริษัทต้องมีการจัดการช่องทางการตลาดเพื่อเป็นการนำสินค้าไปจำหน่ายให้กับลูกค้า แม้กระทั่งการขายตรงถือว่าเป็นช่องทางการตลาดช่องทางหนึ่งเหมือนกัน แม้ว่าจะไม่ได้มีองค์กร หน่วยงาน สถาบัน หรือบุคคลมาช่วย แต่เป็นการดำเนินการโดยตรงจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547) การจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กร ผู้บริหารทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการได้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามีการกำหนดราคาไว้อย่างเหมาะสมแล้ว ต้องจัดการให้ผลิตภัณฑ์ถึงมือลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาต้องการและในเวลา

และสถานที่ที่ลูกค้าต้องการซื้อ โดยการที่ธุรกิจต้องจัดช่องทางเพื่อให้ผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตส่งขายไปยังลูกค้าได้อย่างเหมาะสม (สนธยา คงฤทธิ์, 2545) ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้ นอกจากมีผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพแล้วยังต้องการจัดจำหน่ายที่ดีด้วย อะไรจะเกิดขึ้นหากลูกค้าเกิดความต้องการจะซื้อ แต่กลับไม่สามารถหาซื้อได้ นั่นคือการสูญเสียโอกาสอย่างไม่น่าให้อภัย เราอาจกล่าวได้ว่า การจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพจะต้องคำนึงวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญคือ สินค้า ลูกค้า และค่าใช้จ่าย ฯลฯ (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2544) การเข้ามาพัฒนาและช่วยเหลือในการแลกเปลี่ยนการซื้อและการขายสินค้าเพราะในปัจจุบันไม่ใช่ผลิตเพียงเพื่อบริโภคเท่านั้น แต่จะมีผลผลิตส่วนเกินเพื่อนำไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินมาเพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการอื่น ดังนั้นการจัดจำหน่ายจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทั้ง 2 ฝ่ายคือทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ถ้าไม่มีสถาบันทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องจะทำให้สูญเสียทรัพยากรและเวลาในการแลกเปลี่ยนสินค้าอย่างมาก (สุดาตวง เรืองรุจิระ, 2543)

4.3 องค์ประกอบของช่องทางการจัดจำหน่าย มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้องค์ประกอบของคำดังกล่าวต่อไปนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย

ลำดับ	ชื่อ-สกุล (พ.ศ.)	ชื่อหนังสือ	องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย							
			Ch1	Ch2	Ch3	Ch4	Ch5	Ch6	Ch7	Ch8
1	วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล (2556)	หลักการตลาด	✓	✓	✓		✓	✓		
2	เสาวลักษณ์ ชาญเขียว (2553)	การบริหารการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
3	สุวิมล แมนจรัส (2552)	การจัดการการตลาด	✓	✓	✓				✓	
4	ฐิติรัตน์ คุณรัตนกรณ (2550)	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย		✓	✓	✓	✓	✓	✓	
5	วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล (2549)	หลักการตลาด	✓	✓	✓		✓	✓		
6	รุ่งศักดิ์ วิลามาศ (2547)	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547)	หลักการตลาด	✓	✓	✓				✓	

ลำดับ	ชื่อ-สกุล (พ.ศ.)	ชื่อหนังสือ	องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย							
			Ch1	Ch2	Ch3	Ch4	Ch5	Ch6	Ch7	Ch8
8	สนธยา คงฤทธิ (2545)	การบริหารการตลาด		✓	✓		✓	✓		
9	ธนวรรณ แสงสุวรรณ (2544)	การบริหารการตลาด		✓	✓	✓				
10	สุดาดวง เรืองรุจิระ (2543)	หลักการตลาด	✓				✓			

สัญลักษณ์

Ch 1 รวบรวมข้อมูลสารสนเทศ Ch 2 ส่งเสริมทางการตลาด Ch 3 เจรจาต่อรอง
 Ch 4 การบริหารคำสั่งซื้อ Ch 5 จัดสรรเงินทุนและบริหารความเสี่ยง
 Ch 6 รับภาระความเสี่ยง Ch 7 การจัดส่งสินค้า Ch 8 รับชำระเงิน

สรุปได้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีองค์ประกอบดังนี้ 1. ให้ข้อมูลทางการตลาด (Provides market)
 2. คาดคะเนความต้องการของตลาด (Forecast Demand) 3. ขายผลิตภัณฑ์แทนผู้ผลิต (Selling Product) 4.
 ส่งเสริมการตลาดให้ผลิตภัณฑ์ (Promotion Producer's) 5. เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ (Stores Products) 6. ให้
 ความช่วยเหลือทางการเงิน (Provides Financing) 7. ช่วยเจรจาต่อรองกับผู้ซื้อ (Negotiates with Buyers) 8.
 ช่วยแบ่งเบาความเสี่ยงให้ผู้ผลิต (Shares Risks)

4.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ
 ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาทั้งหมด โดยองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง
 กับ องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีส่วนประกอบดังนี้ ด้านการให้ข้อมูล (Information) ด้านการ
 ส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านการเจรจาต่อรอง (Negotiation) ด้านการสั่งซื้อสินค้า (Ordering) ด้าน

การเงิน (Financing) ด้านการรับภาระการ เสี่ยงภัย (Risk Taking) ด้านการเคลื่อนย้ายความเป็นเจ้าของ (Moving ownership) และด้านการชำระเงิน (Payment)

ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังกล่าว ข้างต้น มา เชื่อมโยงและกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังแสดงในภาพ

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1

การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันขององค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ทอผ้าไหม ผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2

ลักษณะทางประชากรศาสตร์
ประกอบด้วย เพศ อายุ
สถานภาพ ระดับการศึกษา
และรายได้ต่อเดือน

องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย

- ด้านการให้ข้อมูล (Information)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ด้านการเจรจาต่อรอง (Negotiation)
- ด้านการสั่งซื้อสินค้า (Ordering)
- ด้านการเงิน (Financing)
- ด้านการรับภาระการเสี่ยงภัย (Risk Taking)
- ด้านการเคลื่อนย้ายความเป็นเจ้าของ (Moving ownership)

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3

พัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม ผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

5.วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research Design) ประกอบด้วย การศึกษาเชิงคุณภาพและการศึกษาเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็นขั้นตอนการวิจัย 3 ระยะ ดังนี้

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ เนื่องจากการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานให้เข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 มี รายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูล ประชากร คือ ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ ผู้ให้ข้อมูล คือ คุณแม่จิงจิตร์ โอปาก ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2566 ณ ที่ทำการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

เครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยการศึกษาหลักการแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อพัฒนาเป็นแนวทางสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) แล้วนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความชัดเจนในการใช้ภาษา เพื่อปรับปรุงแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เมื่อแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญแล้วนั้น ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ไปเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล

การเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึกมีความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์โดยขั้นแรกได้เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลจากเอกสาร จากนั้นจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นวิธีการหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีอุปกรณ์ช่วยความจำในการเก็บบันทึกข้อมูล ได้แก่ สมุดบันทึกช่วยจำ เทปบันทึกเสียง และ กล้องถ่ายรูป รายละเอียด การเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา (Category) จากนั้นนำมาสังเคราะห์ เพื่อหาประเด็นหลักและอธิบายเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับขอบเขตงานวิจัย

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 ศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ เนื่องจากเป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาข้อมูลที่เป็นปริมาณสามารถแจกแจงนับได้ และอาศัยเทคนิคทางสถิติมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้ข้อคำถามในแบบสอบถามที่ได้จากการ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ในขั้นตอนการวิจัย ระยะที่ 2 มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จำนวนทั้งสิ้น 31 ราย โดยดำเนินการวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ณ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยในขั้นตอนการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ใน การศึกษา โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อตอบคำถามการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยวิธีการหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Congruence : IOC) เลือกคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) เพื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) ของมาตรวัดโดยรวมมีค่า 0.997 และทุกข้อคำถามมีค่าเกิน 0.70 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

การเก็บข้อมูล การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยแล้วไปดำเนินการ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยรูปแบบออนไลน์โปรแกรม Google Form และนำแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และลงรหัสเพื่อดำเนินการประมวลผลข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาวิจัยในขั้นตอนการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 31 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอในรูปของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3 พัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอ

ผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นกิจกรรมที่จะได้มาซึ่งการระดมความคิดเห็นของกลุ่ม เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่น่ากลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 มาพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ในขั้นตอนการวิจัย ระยะที่ 3 มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูล ประชากร คือ ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และนักวิชาการผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 2 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูลสนทนากลุ่มซึ่งประกอบไปด้วยแนวทางปลายเปิดในการสนทนากลุ่มที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ตรวจสอบองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

การเก็บข้อมูล ขั้นตอนนี้ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในการระดมความคิดเห็นเพื่อพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยการสนทนากลุ่มของประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และนักวิชาการผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 2 ท่าน โดยการแสดงข้อมูลสรุปตีความและตรวจสอบความถูกต้องของผลวิจัย

6. ผลการศึกษา

1. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน เกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปาง จังหวัดมหาสารคาม

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) พบว่า สภาพการณ์ปัจจุบันและความสำคัญใน องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา มีปัญหาคือ ทางกลุ่มไม่มีการแบบขายออนไลน์แบบโดยตรงเพราะว่าเนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้การซื้อขายของลูกค้าน้อยลงเพราะว่าส่วนมากลูกค้าที่ซื้อผ้าไหมทอมือจะเลือกจากภาพเป็นหลักการที่ขายในออนไลน์

อาจจะยังไม่ชัดเจนที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อทันที เหมือนกับการขายหน้าร้าน ทั้งนี้การที่ทางกลุ่มไม่มีออนไลน์ก็ จะทำให้ช่องทางการขายลดน้อยลง เพราะไม่ได้ออกจัดซุ้มขายแบบเดิม

2. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอ ผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม

พบว่า ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 27 คน คิดเป็นร้อยละ 87.1 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 มีสถานภาพโสด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.2 มีรายได้ต่อ เดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการ จัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไป น้อย ดังนี้ ด้านการเจรจาต่อรอง ($\bar{X} = 4.48$, $SD = 0.56$) ด้านการรับภาระเสี่ยงภัย ($\bar{X} = 4.46$, $S.D = 0.64$) ด้านการสั่งซื้อ ($\bar{X} = 4.45$, $S.D = 0.63$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.44$, $S.D = 0.73$) ด้านการให้ข้อมูล ($\bar{X} = 4.44$, $S.D = 0.68$) ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.41$, $S.D = 0.71$) ด้านการเคลื่อนย้ายความเป็นเจ้าของ ($\bar{X} = 4.41$, $SD = 0.68$) และด้านการชำระเงิน ($\bar{X} = 4.38$, $S.D = 0.72$) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการ จัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผู้ประกอบการที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า ไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม

พบว่า องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่ต้อง พัฒนาอันดับแรกคือ ด้านการชำระเงิน ควรมีช่องทางการชำระเงินจากที่มีอยู่ให้หลากหลายมากขึ้น เช่น True money wallet

7. อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัว บา ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$

= 4.43 , SD = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเจรจาต่อรอง ($\bar{X}$ = 4.48 , SD = 0.56) ด้านการรับภาระเสี่ยงภัย ($\bar{X}$ = 4.46 , S.D = 0.64) ด้านการสั่งซื้อ ($\bar{X}$ = 4.45 , S.D = 0.63) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}$ = 4.44 , S.D = 0.73) ด้านการให้ข้อมูล ($\bar{X}$ = 4.44 , S.D = 0.68) ด้านการเงิน ($\bar{X}$ = 4.41 , S.D = 0.71) ด้านการเคลื่อนย้ายความเป็นเจ้าของ ($\bar{X}$ = 4.41 , SD = 0.68) ด้านการชำระเงิน ($\bar{X}$ = 4.38 , S.D = 0.72) ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาลินี กิตติโรจนา (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทของขวัญของขวัญของผู้ส่งออกในจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กร แม้ว่าผู้บริหารจะมีความสามารถในการพัฒนาสินค้าหรือบริการสอดคล้องตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายอย่างดีที่สุด และกำหนดราคาที่เหมาะสมแล้วก็ตาม แต่การปฏิบัติตามดังกล่าวจะไม่เกิดผลอันใดหากไม่ได้นำผลิตภัณฑ์ดังกล่าววางออกจำหน่ายโดยผ่านช่องทางที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าที่เขาต้องการในเวลาและสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (เสาวลักษณ์ ชาญเขียว, 2553)

2. เพื่อพัฒนาองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ พบว่า องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่ต้องพัฒนาอันดับแรกคือ ด้านการชำระเงิน (Payment) มีการเพิ่มช่องทาง ออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทั้งโอนชำระผ่านทางธนาคารต่าง ๆ พร้อมเพย์หรือทรูมันนี่วอลเลตให้สะดวกสบายแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกัน ของ เชิดชัย ชูระแพง (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในการแนวทางในการพัฒนาประเทศ พบว่า แต่หากเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย เนื่องจาก การชำระเงินเป็นหน้าที่ของคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การจ่ายเงินค่าสินค้าให้กับผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายสินค้า ลักษณะการจ่ายเงินอาจจะเป็นการจ่ายเงินก่อนการซื้อ ขาย การจ่ายเงินทันทีที่ซื้อสินค้า หรือการจ่ายเงินหลังการซื้อสินค้า ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (เสาวลักษณ์ ชาญเขียว, 2553)

8.สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปและข้อเสนอแนะการจัดคลังสินค้าสำหรับผู้ประกอบการคือ

1.ด้านการให้ข้อมูล ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการให้ข้อมูลของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ควรมีการลงข้อมูลอย่างชัดเจนและมีการบอกลักษณะสินค้า มีสมาชิกที่สามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างเป็นกันเองและถูกต้อง

2.ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ควรมีการจัดโปรโมชั่นให้มากขึ้นมีการขยายตลาดเพื่อให้เข้าสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น

3.ด้านการเจรจาต่อรอง ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ควรมีการเจรจาต่อรองกับลูกค้าอย่างตรงไปตรงมาและสมเหตุสมผล

4.ด้านการสั่งซื้อสินค้า ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ควรมีการทำรายรับรายจ่ายในการสั่งซื้อสินค้าอย่างชัดเจนถ้าสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ทางกลุ่มควรมีรูปภาพสินค้าที่ชัดเจนพร้อมบอกวิธีการสั่งซื้อ

5.ด้านการเงิน ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการเงิน ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ควรมีการจัดสรรงบประมาณเงินทุนมาสนับสนุนทางกลุ่มให้มีงบประมาณที่เพียงพอ

6.ด้านการรับภาระความเสี่ยงภัย ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการเสี่ยงภัย ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ควรมีการแพ้คสินค้าให้ดีเพื่อให้สินค้ามีความเสี่ยงที่จะชำรุดให้น้อยที่สุด

7.ด้านการเคลื่อนย้ายความเป็นเจ้าของ ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายความเป็นเจ้าของของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ควรมีการพูดคุยให้เข้าใจมีการปรึกษาหารือและมีกฎกติกาอย่างชัดเจนในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง

8.ด้านการชำระเงิน ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการชำระเงินของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ควรมีช่องทางการชำระเงินจากที่มีอยู่ให้หลากหลายมากขึ้น เช่น True money wallet

9. เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2566). **โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.**

<https://www.cdd.go.th/our-services/otop-one-tambon-one-product>

ไทยตำบลดอทคอม. (2566). **จำนวนข้อมูลโอท็อป.** <http://www.thaitambon.com>.

สำนักบริหารยุทธศาสตร์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. (2566). **ยุทธศาสตร์การพัฒนา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ฉบับที่ 9.** <http://www.osmnortheast-n1.moi.go.th/ud/>.

นายเชต อิศระ – มหาสารคาม. (2566). **สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดมหาสารคาม สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2566.** <https://www.facebook.com/NewsMahasarakham>.

ฐิติรัตน์ คุณรัตนารณ. (2550). **การบริหารช่องทางการตลาด.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ช่อระกา.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2544). **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ : เอ็กเปอร์เน็ท.

รุ่งศักดิ์ วิลามาต. (2547). **การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย.** มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2549). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2556). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท อีรฟิล์มและโซลท์แก๊ส จำกัด.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- สนธยา คงฤทธิ์. (2545). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุวิมล แมนจริง. (2552). **การจัดการการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัท เอชเอ็น กรุ๊ป จำกัด.
- เสาวลักษณ์ ชาญเขียว. (2553). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- Hair,etc. (2006). **Multivariate Data Analysis** (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

การจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา
อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

Purchasing Management of the Dong Keng Sufficiency Village Creation Group
Community Enterprise, Tambon Bo Yai, Amphoe Borabue, Maha Sarakham
Province.

นิสารัตน์ โชติเชย¹, กิตติชัย เจริญชัย², ธันวพร วิมลชัยฤกษ์³, วีระกิตติ์ เสาร์ม⁴

Nisarath Chotechoei¹, Kittichai Jaroenchai², Thanwaporn Wimonchailer³, Veerakit Saorom⁴

^{1, 2, 3, 4}คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{1, 2, 3, 4} Faculty of Management Science Rajabhat Maha Sarakham University

Received: 19 March 2024; Revised: 25 March 2024; Accepted: 27 March 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และ 3) เพื่อพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม พบว่า 1) เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ระบาดทำให้ขายสินค้าได้น้อยลง 2) ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ($\bar{X}=4.36$, S.D=0.59), ผู้ประกอบการที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนผู้ประกอบการที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ 3) ผู้ประกอบการควรพัฒนาด้านผู้ขายที่ถูกต้อง (Right source) คือ ควรมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีและมีบริการหลังการขายที่ดี และมีการตรวจสอบประสิทธิภาพสินค้าได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: การจัดการการจัดซื้อ

Abstract

This research aims to 1) To analyze the current situation regarding the purchasing management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group 2) To study the differences in demographic characteristics the purchasing management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group and 3) To develop purchasing management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group, Tambon Nguaba, Amphoe Wapi Pathum, Maha Sarakham Province. The research methodology was Mixed Method Research Design. The tools used for data collection were interview forms and questionnaires. The findings were as follows: 1) The COVID-19 situation, there are fewer products to sell. 2) The overall level of entrepreneurs of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group was at the high level ($\bar{X}$ = 4.36, S.D = 0.59), Entrepreneurs with gender, status, education level and monthly income are different. There are opinions about the purchasing management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group no different at a level of statistical significance of .05. For entrepreneurs with different ages. There are opinions about the purchasing management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group different at a level of statistical significance of .05 and 3) Entrepreneurs should develop the right source, which is there should be good response to customer needs and good after-sales service and have appropriate product performance checks.

Keywords: Purchasing Management

1. บทนำ

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ถือเป็นนโยบายที่ก่อกำเนิดขึ้นมา เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยได้นำภูมิปัญญาของชาวบ้านแต่ละจังหวัด ที่มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใครมาแปรรูปเป็นสินค้าที่หลากหลาย อาทิ อาหาร, งานหัตถกรรม, งานจักสาน รวมถึง งานถักทอ ซึ่งนอกจากเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวแล้ว ยังมีส่วนช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสินค้าแบบไทยๆ ออกสู่สายตาชาวโลกอีกด้วย ซึ่ง ณ ปัจจุบัน มีสินค้า OTOP วางจำหน่ายทั้งในไทยและต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นการต่อยอดให้ชาวบ้านดึงจุดเด่นสิ่งของในท้องถิ่นตนเองออกมา เพื่อสร้างสรรค์สินค้าที่ดี และมีคุณภาพ

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จากข้อมูลล่าสุด ปี 2560-2562 รวมทั้งสิ้น 129,269 ราย และมีสินค้าประเภทอาหาร

25,503 รายการ สินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำ 4,564 รายการ สินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 33,047 รายการ สินค้าประเภท ของใช้ของตกแต่ง จำนวน 54,957 รายการ สินค้าประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 11,198 รายการ ข้อมูลผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ผ่านการคัดสรรล่าสุด ปี 2560-2562 ประเทศไทย มีทั้งหมด 3,527 รายการ มีสินค้าประเภทอาหาร 1,283 รายการ สินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำ 118 รายการ สินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 1,500 รายการ สินค้าประเภท ของใช้ของตกแต่ง จำนวน 305 รายการ สินค้าประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 237 รายการ (ไทยตำบลดอท คอม, 2566) ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580) เพื่อให้ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และเป้าหมายการพัฒนาประเทศ ข้างต้น (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2566)

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากข้อมูลล่าสุด ผลิตภัณฑ์ OTOP ผ่านการคัดสรรล่าสุดปี 2560-2562 ประเทศไทย มีทั้งหมด 8,592 รายการ โดยแยกเป็นแต่ละประเภทได้ดังนี้ ประเภทอาหาร จำนวน 2,728 รายการ ประเภทเครื่องดื่มน้ำ จำนวน 293 รายการ ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 1,802 รายการ ประเภทของใช้ของประดับตกแต่ง จำนวน 3,518 รายการ รายการประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 251 รายการ (ไทยตำบลดอทคอม, 2566)

สำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา เป็นผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ของจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งปัจจุบันประสบปัญหาหลักในด้านการพัฒนาการจัดการการจัดซื้อ (บทสัมภาษณ์คุณแม่จจิตร์ โอปาก ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2566) และสามารถอธิบายสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อได้ดังนี้ **ด้านคุณภาพที่ถูกต้อง (Right Quality)** ทางกลุ่มมีใช้สินค้าก่อนส่งให้ลูกค้าก่อนเสมอแล้วทางกลุ่มขายส่งไหมส่งผ้าไหมตลอดอยู่แล้วและไปจำหน่ายตามงานโอท็อป ตามภาคต่างๆที่เขาจัดงาน **ด้านปริมาณที่ถูกต้อง (Right Quantity)** ในสำรวจสินค้าที่ถูกต้องยังขาดความรู้และความชำนาญในด้านการคำนวณความเพียงพอของวัสดุที่แม่นยำ **ด้านราคาที่ต้อง (Right Price)** ในด้านของราคารายการคำนวณราคาที่มีความแม่นยำต่อราคาสินค้า บางครั้งมีการลดราคาให้ลูกค้ามากเกินไปก็ทำให้ไม่ได้กำไรได้แต่ต้นทุนค่าแรงงานคืน **ด้านเวลาที่ถูกต้องในการได้สินค้า (Right Time)** ทางกลุ่มจะมีการทอผ้าไหมเพื่อไว้จำหน่ายอยู่แล้วแต่บางครั้งก็มีลูกค้ามาสั่งทำลายใหม่ก็ต้องรอสินค้าชนิดนี้ **ด้านผู้ขายที่ถูกต้อง (Right Source)** จะเป็นการเล่าเรื่องราวของสตอรี่แต่ละผืนเช่นใช้อะไรย้อม ย้อมธรรมชาติหรือย้อมด้วยสารเคมีเพื่อให้ลูกค้ารู้ที่มาของการทำของลายผ้าแต่ละผืน **ด้านสถานที่ที่ถูกต้อง (Right Place)** ในการจกเก็บผ้าไหม ทางกลุ่มมีการทอใส่ถุงพลาสติกแล้วเก็บรักษาอย่างดี

จากความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอนาคู จังหวัดมหาสารคาม เพื่อนำความรู้ที่

ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการการจัดซื้อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นแล้วยังสามารถนำผลวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาดำเนินงานต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

3 เพื่อการพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

3. สมมติฐานการวิจัย

ผู้ประกอบการที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน

4. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 ความหมายการจัดการการจัดซื้อ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำดังกล่าวต่อไปนี้

ภาดล อามาศย์ (2558) กล่าวว่า การจัดซื้อ หมายถึง การดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบวัสดุและสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆที่จำเป็นโดยมีคุณสมบัติ ปริมาณ ราคาและช่วงเวลา แหล่งจัดจำหน่าย การนำส่งถูกต้องตามผู้จัดซื้อต้องการวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการจัดซื้อ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ต้องการทำให้บริษัทได้วัตถุดิบในต้นทุนการจัดซื้อที่ต่ำ ป้องกันการล่าช้าในการจัดซื้อและรวมถึงการหลีกเลี่ยงเสียหายซึ่งอาจจะเกิดขึ้นต่อวัตถุดิบทั้งหมด

ปรียาวดี ผลอนอก (2556) กล่าวว่า การจัดซื้อในปัจจุบันโรงงานผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง หรือผู้ค้าปลีกต่างต้องทำการซื้อวัตถุดิบและบริการเพื่อที่จะป้อนสายผลิตหรือเพื่อเป็นวัตถุดิบในการดำเนินการงานการสั่งซื้อเท่านั้นแต่บทบาทของการจัดซื้อในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปมีการรวมบทบาทในการสรรหาราคาที่ต่ำสุดของซัพพลายเออร์ ซึ่งการจัดซื้อในมุมมองในปัจจุบันได้มุ่งเน้นไปที่ต้นทุนรวมในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย

วิทยา สุหฤทธดำรง, วิชัย รุ่งเรืองอนันต์ และบุญทรัพย์ พานิชการ (2551) กล่าวว่า การจัดซื้อและอุปทานหรือเป็นที่รู้จักในชื่อของการจัดหาเป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญในโซ่อุปทานและอาจมีอิทธิพลต่อความสำเร็จโดยรวมขององค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญการย้ำให้แน่ใจว่าบริษัทมีอุปทานวัตถุดิบที่เพียงพอในราคาที่เหมาะสมมีคุณภาพตามที่ต้องการในสถานที่ซึ่งถูกต้องและในเวลาที่ถูกต้อง มีความสำคัญต่อโรงงานผลิตใดๆก็ตามอย่างแน่นอน

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2547) กล่าวว่า การจัดซื้อมีความสำคัญต่อองค์การธุรกิจและองค์การของรัฐมาก การมีระบบการบริหารจัดการการจัดซื้อและหน้าที่อื่นที่สนับสนุนงานด้านวัสดุ (จัดระดับสินค้าคลัง การจัดส่งสินค้า การจัดการซากวัสดุ ฯลฯ) จึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งต่อการบริหารธุรกิจทั้งที่เป็นธุรกิจการซื้อสินค้าเพื่อขายต่อและธุรกิจที่ทำการซื้อมาเพื่อใช้เองหรือซื้อมาแปรสภาพ

คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2546) กล่าวว่า การจัดซื้อ คือ การกำหนดประมาณความต้องการการใช้ของกิจการ การสรรหา การคัดเลือกแหล่งขาย ในราคาที่เหมาะสม เงื่อนไขการชำระเงินที่น่าพอใจ การจัดทำใบสั่งซื้อ การติดตามผลการสั่งซื้อ เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบในเวลาที่กำหนดไว้

กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ (2544) กล่าวว่า การจัดซื้อในกิจการต่างๆมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เช่น ความรับผิดชอบที่มากขึ้นซึ่งแสดงออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น การเปลี่ยนชื่อแผนก โดยอาจเปลี่ยนแปลงไปดังนี้คือการจัดซื้อจัดหา การจัดกลยุทธ์ การจัดการพัสดุ การจัดการกลยุทธ์พัสดุ เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า คำว่า การจัดซื้อมีความหมายมากกว่าซื้อโดยปกติ ผู้ทำการจัดซื้อจะต้องหารายละเอียดเกี่ยวกับพัสดุที่ต้องการทำการส่งไปสอบถามราคาออกไปยังผู้ขาย รับใบเสนอราคาจากผู้ขาย ตีอรรถราคาและเงื่อนไขสัญญาในการจัดหาสินค้าให้ ทำการออกคำสั่งซื้อและติดตามผลงานของผู้ขายเพื่อให้แน่ใจว่าเราจะได้พัสดุได้ทันเวลานอกจากนั้นจะทำให้ผู้ขายสบายใจว่าสามารถจะได้เงินทันทีที่วางบิลเพื่อที่ว่าจะได้มีกำลังใจในการให้บริการที่ดีที่สุด ดังนั้น หน้าที่ในการจัดซื้อจึงประกอบด้วยกิจกรรมมากมาย เช่น ต้องทำการพยากรณ์ราคารวบรวมแหล่งขาย จัดระบบการติดตามคำสั่งซื้อ ทำการจัดส่งวัสดุ ตรวจสอบวัสดุ และเก็บรักษาวัสดุจนจัดทำงานทางด้านเอกสารเกี่ยวกับการจัดซื้อ

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ สุนี เลิศแสวงกิจ(2542) กล่าวว่า การจัดซื้อ คือ การกิจเพื่อเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ตามที่กิจการต้องการโดยมีคุณสมบัติที่ถูกต้องจึงหะเวลาที่ถูกต้องราคาที่ถูกต้องจากแหล่งผู้ขายที่ถูกต้องและจัดส่งไปยังสถานที่ที่อย่างถูกต้องในสภาพที่พร้อมที่ผลิตจัดจำหน่ายเพื่อใช้งาน

อดุลย์ จาตุรงค์กุล(2538: 4) กล่าวว่า การจัดซื้อมีความสำคัญต่อองค์การธุรกิจและองค์การของรัฐมาก การมีระบบบริหารงานการจัดซื้อและหน้าที่อื่นที่สนับสนุนงานด้านวัสดุ (จัดระดับสินค้าคลัง การจัดส่งสินค้าการจัดการกับซากวัสดุ ฯลฯ) จึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งต่อการบริหารธุรกิจทั้งที่เป็นธุรกิจการซื้อสินค้าเพื่อขายต่อและธุรกิจที่ทำการซื้อมาเพื่อใช้เองหรือซื้อมาแปรสภาพ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2533) กล่าวว่า การจัดซื้อในกิจการหนึ่ง จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ถึงวิธีปฏิบัติในการจัดซื้อว่ามีขั้นตอนอย่างไร และมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหน่วยงานฝ่ายต่างๆในกิจการเพียงใด ซึ่งจะวิเคราะห์เริ่มตั้งแต่การสำรวจความต้องการของฝ่ายต่างๆ รวบรวมความต้องการเหล่านั้นจะมีการกำหนดแบบฟอร์มเอกสารและรายงานที่จะต้องใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการดำเนินการจัดซื้อให้บรรลุเป้าหมายด้วย

สรุปได้ว่า การจัดซื้อ คือ การจัดการการที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบต่าง ๆ ตามความต้องการของหน่วยงานต่างๆขององค์กรและเป็นการจัดการการที่เชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่างๆ ใน Supply Chain และทำหน้าที่ในการประสานงานในด้านการไหลของข้อมูลระหว่างองค์กรและผู้ขายวัตถุดิบ เนื่องจากการมีวัตถุดิบพร้อมเป็นปัจจัยด้านแรกที่กำหนดความสามารถในการผลิตสินค้าและการบริการเพื่อนำส่งให้แก่ลูกค้าได้ในเวลาที่กำหนด

4.2 ความสำคัญของการจัดการการจัดซื้อ

การจัดซื้อเป็นการดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบวัสดุและสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆที่จำเป็นโดยมีคุณสมบัติปริมาณราคาและช่วงเวลาแหล่งจัดจำหน่ายการนำส่งถูกต้องตามที่ผู้จัดการซื้อต้องการ วัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการซื้อนั้นเพื่อให้มีวัตถุดิบและวัสดุอื่นๆเพียงพอต่อการผลิตของบริษัทและรักษาควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ต้องการทำให้บริษัทได้วัตถุดิบในต้นทุนการจัดซื้อต่ำ ป้องกันการซ้ำซ้อนในการจัดซื้อและรวมถึงการหลีกเลี่ยงการเสียหายซึ่งอาจจะเกิดขึ้นต่อวัตถุดิบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นการใช้กลยุทธ์แบบใดก็ตามสิ่งหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึงอยู่เสมอคือประสิทธิภาพของการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบที่เคลื่อนที่ออกจากแหล่งดำเนินการผ่านระบบการผลิตของบริษัทจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้วก็กระจายไปถึงมือผู้บริโภค (ภาดล อามาตย์, 2558) ในปัจจุบันการจัดซื้อแบบดั้งเดิมที่ใช้เอกสารในการดำเนินงานได้พัฒนาระบบมาเป็น e-procurement เพื่อพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดทำให้มีความยืดหยุ่นสูงขึ้นโดยประโยชน์ของ e-procurement คือ ประหยัดเวลาประหยัดต้นทุนความแม่นยำเวลาจริงการเคลื่อนย้ายการตรวจสอบย้อนกลับและการจัดการเหตุผลเลือกกระหว่างการซื้อและการจัดหาจากภายนอกได้แก่ ความได้เปรียบเรื่องต้นทุน กำลังการผลิตไม่เพียงพอการขาดความเชี่ยวชาญและคุณภาพ (ปริยวดี ผลอนเณก, 2556) การจัดการการนี้มีความสำคัญมากจนกระทั่งในหลายๆปีมานี้มีองค์กรได้สร้างแผนการทำงานขนาดใหญ่เพื่อจัดการกับธุรกรรมกับผู้จัดส่งวัตถุดิบที่หนักหน่วงขนาดนี้ (วิหยา สุหฤทธดำรง, วิชัย รุ่งเรืองอนันต์ และบุญทรัพย์ พานิชการ, 2551)

การจัดซื้อเกี่ยวพันกับการจัดการการอื่นด้วย เป็นที่ทราบกันว่าการจัดการการผลิตทั้งหมดต้องการใช้วัสดุและอุปกรณ์ ก่อนที่คนหรือเครื่องจักรจะเริ่มทำการผลิตสินค้า จะต้องวัสดุพร้อมในมือและต้องสามารถประกันได้ว่าจะมีการจัดวัสดุให้ติดต่อกัน เพื่อให้มีการสนองความต้องการให้ ได้ตามตารางเวลา คุณภาพของวัสดุจะต้องดีพอ

สำหรับความมุ่งหมายและเหมาะสมกับการจัดการการและเครื่องมือที่ใช้อยู่ ถ้าวัสดุล้มเหลว ณ จุดนี้ ผลที่ได้รับนั้นก็
 คือจะเป็นการสิ้นเปลืองมาก (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2547) จัดซื้อเป็นการได้มาซึ่งวัสดุชิ้นส่วนหรือสินค้าที่องค์กร
 ธุรกิจต้องการใช้ด้วยต้นทุนที่ต่ำสุดจากแหล่งผู้ขายที่เชื่อถือได้บางครั้งจะต้องมีการพิจารณาเลือกกระหว่างการซื้อ
 จากแหล่งภายนอกและการผลิตใช้เองภายในองค์กร (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2546) การจัดซื้อมุ่งเน้นในการให้
 ได้มาซึ่งสินค้าและบริการเพื่อส่งไปสถานที่และเวลาที่ถูกต้อง ในปริมาณ เงื่อนไขหรือคุณภาพที่กำหนดรวมถึง
 สามารถแสวงหาผู้จัดสินค้าวัตถุดิบในราคาที่ถูกต้องจากที่กล่าวมานี้ดูเหมือนว่างานการจัดซื้อมีความรับผิดชอบใน
 พื้นที่กว้างขวางซึ่งความจริงไม่ได้เป็นเช่นนั้น (กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ, 2544)

การจัดซื้อมีความสำคัญต่อองค์การธุรกิจและองค์การของรัฐมากการมีระบบการบริหารงานการจัดซื้อและ
 หน้าที่อื่นที่สนับสนุนงานด้านวัสดุ (จัดระดับสินค้าคงคลัง การจัดส่งสินค้าการจัดการกับซากวัสดุฯ) จึงเป็น
 สิ่งจำเป็นยิ่งต่อการบริหารธุรกิจการซื้อสินค้าเพื่อขายต่อและธุรกิจที่ทำการซื้อมาใช้เองหรือซื้อมาแปรสภาพ
 (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) ความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจบริการ
 ทางภาครัฐบาล และภาคเอกชน คือการบริหารการจัดซื้อ ที่ทรงประสิทธิภาพโดยรักษาผลประโยชน์ขององค์การ
 ให้มากที่สุด ในแต่ละปีงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างวัสดุ ครุภัณฑ์ ของภาครัฐบาลปีละหลายหมื่นล้านบาท สำหรับ
 ภาคธุรกิจซื้อไปขายไป ซื้อมาผลิต และจำหน่ายปีละมากกว่าแสนล้านบาท จำเป็นจะต้องมีหน่วยจัดซื้อที่ได้รับการ
 อบรมมาเป็นอย่างดี หน่วยจัดซื้อต้องบริหารข้อมูลอย่างถูกต้อง (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และ, สุนี เลิศแสง, 2542) การ
 จัดซื้อมีความสำคัญต่อองค์การธุรกิจและองค์การของรัฐมาก การมีระบบการบริหารงานการจัดซื้อและหน้าที่อื่นที่
 สนับสนุนงานด้านวัสดุ (จัดระดับสินค้าคงคลัง การจัดส่งสินค้า การจัดการกับซากวัสดุ ฯลฯ) จึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งต่อ
 การบริหารธุรกิจการซื้อสินค้าเพื่อขายต่อและธุรกิจที่ทำการซื้อมาใช้เองหรือซื้อมาแปรสภาพ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล,
 2538) การจัดซื้อ มีบทบาทและความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยจะขอกล่าวสรุปให้เห็น
 ความสำคัญให้เด่นชัดเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้ การจัดซื้อถือเป็นงานหลักงานหนึ่งในบรรดางานหลักทั้งหลายของธุรกิจ
 การจัดซื้อเป็น งานขั้นพื้นฐาน ของระบบการผลิตของธุรกิจการจัดซื้อเป็น งานที่ต้องรับผิดชอบในการจัดหา ของใช้
 ที่ต้องการทั้งหมดของธุรกิจนอกเหนือจากการจัดหาเพื่อป้อนระบบการผลิตแล้ว การจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพ ช่วย
 สร้างกำไร ให้กิจการการจัดซื้อ ช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจ สังคมที่ดีการจัดซื้อเป็นหน่วยงาน ช่วยทำหน้าที่
 ประสานงาน ให้ฝ่ายบริหารการจัดซื้อ ช่วยสร้างชื่อเสียง ภาพพจน์ ค่านิยมที่ดี ให้เกิดขึ้นต่อกิจการ (มหาวิทยาลัย
 สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533 : 305)

4.3 องค์ประกอบของการจัดการการจัดซื้อ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้องค์ประกอบของคำดังกล่าวต่อไปนี้
ตารางที่ 1 องค์ประกอบของการจัดการการจัดซื้อ

ชื่อ-สกุล (พ.ศ.)	ชื่อหนังสือ	องค์ประกอบของการจัดการการจัดซื้อ					
		PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6
ภาดล อามาตย์ (2558)	การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ	✓	✓	✓	✓	✓	
ปรียาดี ผลอเนก (2556)	การบริหารการผลิต	✓	✓	✓	✓	✓	
วิทยา สุฤทธดำรง, วิชัย รุ่งเรืองอนันต์ และบุญทรัพย์ พานิชการ (2551)	คู่มือการจัดการลอจิสติกส์และการกระจายสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓	
อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2547)	การจัดซื้อ	✓	✓	✓	✓		✓
คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2546)	หลักการจัดซื้อ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ (2544)	การจัดการโลจิสติกส์	✓	✓	✓	✓	✓	✓
อดุลย์ จาตุรงค์กุล(2543)	การจัดซื้อ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุณี เลิศแสงงกิจ (2542)	การบริหารการจัดซื้อ	✓		✓		✓	
อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2538)	การจัดซื้อ	✓		✓	✓		✓
มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช(2533)	การบริหารวัสดุและ การจัดซื้อ	✓		✓		✓	

สัญลักษณ์

- PP1 คือ ด้านคุณภาพสินค้าที่ต้องการ PP4 คือ ด้านเวลาที่ต้องการในการได้สินค้า
 PP2 คือ ด้านปริมาณสินค้าที่ต้องการ PP5 คือ ด้านผู้ขายที่ต้องการ
 PP3 คือ ด้านราคาที่ต้องการ PP6 คือ ด้านสถานที่ที่ต้องการ

สรุปได้ว่า ด้วยทฤษฎีการจัดการการจัดซื้อโดยมีองค์ประกอบดังนี้ ด้านคุณภาพที่ต้องการ ด้านปริมาณสินค้าที่ต้องการ ด้านราคาที่ต้องการ ด้านเวลาที่ต้องการในการได้สินค้า ด้านผู้ขายที่ต้องการ และด้านสถานที่ที่ต้องการ

4.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการจัดซื้อ เพื่อทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาทั้งหมด โดยองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดซื้อโดยมีองค์ประกอบดังนี้ ด้านคุณภาพสินค้าที่ต้องการ (Right Quality) ด้านปริมาณสินค้าที่ต้องการ (Right Quantity) ด้านราคาที่ต้องการ (Right Price) ด้านเวลาที่ต้องการในการได้สินค้า (Right Time) ด้านผู้ขายที่ต้องการ (Right Source) และด้านสถานที่ที่ต้องการ (Right Place) ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ข้างต้น มาเชื่อมโยงและกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังแสดงในภาพ

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1

การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้าย
 บ้านงิ้วบา ตำบลงิ้วบา อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2

ลักษณะประชากรศาสตร์ของ
 ผู้ประกอบการประกอบด้วย เพศ อายุ
 สถานภาพ ระดับการศึกษา และ
 รายได้ต่อเดือน

การจัดการการจัดซื้อ

- ด้านคุณภาพที่ต้องการ
- ด้านปริมาณสินค้าที่ต้องการ
- ด้านราคาที่ต้องการ
- ด้านเวลาที่ต้องการในการได้สินค้า
- ด้านผู้ขายที่ต้องการ
- ด้านสถานที่ที่ต้องการ

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3



การพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา
ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5.วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research Design) ประกอบด้วย การศึกษาเชิงคุณภาพและการศึกษาเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็นขั้นตอนการวิจัย 3 ระยะ ดังนี้

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ เนื่องจากเป็นการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานให้เข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูล คือ คุณแม่จตุร โอปาก ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2566 ณ ที่ทำการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีคำถามแน่นอนตายตัว เพราะคำถามต่างๆได้ถูกกำหนดเป็นแบบสัมภาษณ์ขึ้นไว้ประกอบการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าแล้วโดยสัมภาษณ์เฉพาะประเด็นที่สำคัญๆดังต่อไปนี้คือสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และเฉพาะประเด็นที่สำคัญๆ ภายในขอบเขตที่เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้แก่การจัดการการจัดซื้อ ประกอบด้วย คุณภาพสินค้าที่ถูกต้อง (Right Quality) ปริมาณสินค้าที่ถูกต้อง (Right Quantity) เวลาที่ถูกต้องในการได้รับสินค้า (Right Time) สถานที่ที่ถูกต้อง (Right Place) ราคาที่ถูกต้อง (Right Price) และผู้ขายที่ถูกต้อง (Right Source)

การเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึกมีความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์โดยขั้นแรกได้เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลจากเอกสาร จากนั้นจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นวิธีการหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา (Category) จากนั้นนำมาสังเคราะห์ เพื่อหาประเด็นหลักและอธิบายเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับขอบเขตงานวิจัย

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 ศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ เนื่องจากเป็นวิจัยที่มุ่งศึกษาข้อมูลที่เป็นปริมาณสามารถแจกแจงได้และอาศัยเทคนิคทางสถิติมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งผู้วิจัยใช้คำถามในแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา การขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการของกลุ่มสร้างสรรค์หมู่บ้านพอเพียงดงเค็ง ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จำนวนทั้งสิ้น 31 ราย โดยดำเนินการวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ณ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

เครื่องมือการวิจัย การวิจัยในขั้นตอนการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อตอบคำถามการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยวิธีการหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Congruence : IOC) เลือกคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป จากนั้นกวีวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) เพื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) ของมาตรวัดโดยรวมมีค่า 0.982 และทุกข้อคำถามมีค่าเกิน 0.70 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

การเก็บข้อมูล การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยแล้วไป ดำเนินการ วิธีการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากประธานกลุ่มหรือผู้ประกอบการของการจัดการการจัดซื้อของราย โดยดำเนินการวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ณ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาวิจัยในขั้นตอนการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 31 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นาเสนอในรูปของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3 การพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นกิจกรรมที่จะได้มาซึ่งการระดมความคิดเห็นของกลุ่ม เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่นำการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 มาการพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3 มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูล คือ ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และนักวิชาการผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการการจัดซื้อจำนวน 2 ท่าน

เครื่องมือการวิจัย แบบบันทึกสนทนากลุ่มซึ่งประกอบไปด้วย แนวทางปลายเปิดในการสนทนากลุ่มที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ตรวจสอบการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ประกอบด้วย แนวคำถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยการสนทนากลุ่มของประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และนักวิชาการผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านทฤษฎีการจัดซื้อ จำนวน 2 ท่าน โดยการแสดง ข้อมูล สรุป ดีความและตรวจสอบ ความถูกต้องของผลวิจัย

6. ผลการศึกษา

1. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาราช

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) พบว่า สภาพการณ์ปัจจุบันและความสำคัญในการจัดการการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา มีปัญหา เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ระบาดทำให้ขายสินค้าน้อยกว่าปกติส่วนใหญ่ลูกค้าจะประหยัดไว้ซื้ออาหาร ยารักษาโรค เพราะซื้อผ้าไหมมาแล้วไม่รู้จะไปไหมไม่มีการจัดงาน และสินค้าเป็นผ้าไหมผู้บริโภคไม่นิยมสั่งทางออนไลน์อยู่แล้วเพราะไม่ได้สัมผัสเนื้อผ้า

2. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปำ จังหวัดมหาราช

พบว่า ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 27 คน คิดเป็นร้อยละ 87.1 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 มีสถานภาพโสด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.2 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการการจัดซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.36$, S.D=0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านสถานที่ที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.40$, S.D=0.63) ด้านเวลาที่ถูกต้องในการได้รับสินค้า ($\bar{X}=4.39$, S.D=0.61) ด้านราคาที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.37$, S.D=0.58) ด้านปริมาณที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.36$, S.D=0.63) ด้านคุณภาพที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.35$, S.D=0.66) และด้านผู้ขายที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.32$, S.D=0.63)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้ประกอบการที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปาง จังหวัดมหาสารคาม

พบว่า การจัดการการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่ต้องมาพัฒนาอันดับแรกคือ ด้านผู้ขายที่ถูกต้อง(Right source) ควรมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีและมีบริการหลังการขายที่ดี มีการตรวจสอบประสิทธิภาพสินค้าได้อย่างเหมาะสม

7.อภิปรายผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปาง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ประกอบของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการการจัดซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.36$, $S.D=0.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสถานที่ที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.40$, $S.D=0.63$) ด้านเวลาที่ถูกต้องในการได้รับสินค้า ($\bar{X}=4.39$, $S.D=0.61$) ด้านราคาที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.37$, $S.D=0.58$) ด้านปริมาณที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.36$, $S.D=0.63$) ด้านคุณภาพที่ถูก ($\bar{X}=4.35$, $S.D=0.66$) ด้านผู้ขายที่ถูกต้อง ($\bar{X}=4.32$, $S.D=0.63$) ซึ่ง ไม่สอดคล้อง กับงานวิจัยของ ณพวรรณ จันทนิษฐ์ (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาสภาพปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างของตำรวจภูธรจังหวัดหนองคาย พบว่า การจัดซื้อจัดจ้างเป็นการจัดการการจัดหาพัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรต่างๆโดยเริ่มจากการวางแผนงานโครงการเพื่อกำหนดความต้องการใช้การจัดซื้อจัดจ้างเกี่ยวข้องกับคนทั้งผู้ปฏิบัติซึ่งมีหน้าที่จัดหาผู้ใช้พัสดุผู้มีหน้าที่ตรวจสอบควบคุมจากภายในและภายนอกผู้ขาย/ผู้รับจ้างหรือผู้ให้บริการซึ่งเป็นบุคคลภายนอกเกี่ยวข้องกันงบประมาณที่จะนำไปใช้ในการจัดหาที่มีจำนวน จำกัด แต่ต้องใช้ให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวมโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะได้พัสดุที่มีคุณภาพดีในจำนวนที่ถูกต้องตรงกับความต้องการตามเวลาที่กำหนดจากผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการที่เชื่อถือได้พร้อมทั้งราคาที่เหมาะสมดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาสภาพปัญหาการการจัดซื้อจัดจ้างของตำรวจภูธรจังหวัดหนองคายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 135 คนและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent t-test และ F-test (One-way ANOVA) ผลการศึกษาปรากฏดังนี้ 1).เจ้าหน้าที่ตำรวจโดยรวมและจำแนกตามเพศอายุระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการจัดซื้อจัดจ้างที่ทำหน้าที่ในการจัดซื้อจัดจ้างของตำรวจภูธรจังหวัดหนองคายมีปัญหาในการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการรายงานการขอรับความเห็นชอบ ด้านการดำเนินงานขอจัดซื้อจัดจ้างด้านการดำเนินการขออนุมัติจัดซื้อจัดจ้างด้านการดำเนินการตรวจรับพัสดุตรวจ

รับจ้างคำนวณการเตรียมข้อมูลก่อนดำเนินการด้านการดำเนินการทำสัญญาจัดซื้อจัดจ้างและด้านการดำเนินการเบิกจ่ายเงิน 2).เจ้าหน้าที่ตำรวจผู้ปฏิบัติงานในการจัดซื้อจัดจ้างของสถานีตำรวจภูธรจังหวัดหนองคายที่มีเพศอายุระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการจัดซื้อจัดจ้างต่างกันมีสภาพปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมและทุกด้านไม่แตกต่างกันยกเว้นเจ้าหน้าที่ตำรวจผู้ปฏิบัติงานในการจัดซื้อจัดจ้างของทุกสถานีตำรวจภูธรจังหวัดหนองคายที่มีอายุต่างกันมีปัญหาในการจัดซื้อจัดจ้างด้านการดำเนินการตรวจรับพัสดุตรวจรับการจ้างมีปัญหาในการจัดซื้อจัดจ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ. 05 โดยสรุปเจ้าหน้าที่ตำรวจผู้ปฏิบัติงานในด้านการจัดซื้อจัดจ้างทุกสถานีของตำรวจภูธรจังหวัดหนองคายมีปัญหาในการบริหารจัดการการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมและรายด้านทั้ง 2 ด้านอยู่ในระดับปานกลางซึ่งสามารถนำข้อเสนอนี้ไปใช้ปรับปรุงการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจผู้ปฏิบัติงานในการบริหารจัดการจัดซื้อจัดจ้างของสถานีตำรวจภูธรจังหวัดหนองคายและสถานีตำรวจภูธรจังหวัดอื่น ๆ ที่มีปัญหาใกล้เคียงกันนำไปประยุกต์และแก้ไขให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก การจัดซื้อจัดจ้างมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยจะขอกกล่าวสรุปให้เห็นความสำคัญให้เด่นชัดเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้ การจัดซื้อจัดจ้างถือเป็นงานหลักงานหนึ่งในบรรดางานหลักทั้งหลายของธุรกิจการจัดซื้อเป็น งานขั้นพื้นฐาน ของระบบการผลิตของธุรกิจการจัดซื้อเป็น งานที่ต้องรับผิดชอบในการจัดหา ของใช้ที่ต้องการทั้งหมดของธุรกิจนอกเหนือจากการจัดหาเพื่อป้อนระบบการผลิตแล้ว การจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างกำไร ให้กิจการการจัดซื้อ ช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจ สังคมที่ดีการจัดซื้อเป็นหน่วยงาน ช่วยทำหน้าที่ประสานงาน ให้ฝ่ายบริหารการจัดซื้อ ช่วยสร้างชื่อเสียงภาพพจน์ ค่านิยมที่ดี ให้เกิดขึ้นต่อกิจการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533)

2. เพื่อการพัฒนาการจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดมหาสารคามพบว่า ผู้ประกอบของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่ต้องพัฒนาอันดับแรกคือ ด้านผู้ขายที่ถูกต้อง (Right source) ควรมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีและมีบริการหลังการขายที่ดี มีการตรวจสอบประสิทธิภาพสินค้าได้อย่างเหมาะสม ซึ่ง สอดคล้อง กับวิจัยของ สุธีรา ยิ้มยัง (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อของ โบทานิค รีสอร์ท พบว่า แต่หากเรียงตามจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยการจัดการการจัดซื้อ ด้านผู้ขายที่ถูกต้อง มีความสำคัญเป็นอันดับแรกเนื่องจาก การขาย (Selling) เป็นกิจกรรมทางการค้าอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือธุรกิจส่วนตัวรวมถึงสถาบันต่างๆซึ่งการขายมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของบุคคลในสังคมและระบบเศรษฐกิจของประเทศดังนั้นจึงต้องมีหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้ามากำกับควบคุมดูแลได้นิยามความหมายของคำที่มีลักษณะทางการขายไว้หลายทรงนะ (วิทยา สุฤทธดำรง, วิชัย รุ่งเรืองอนันต์ และบุญทรัพย์ พานิชการ, 2551)

8.สรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการจัดการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา คือ

1. ด้านคุณภาพที่ถูกต้อง (Right Quality) ควรมีการกำหนดราคาในการสั่งซื้ออย่างเหมาะสมเพื่อสามารถดึงดูดลูกค้าและมีสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าได้
2. ด้านปริมาณสินค้าที่ถูกต้อง(Right Quantity) ควรมีการตรวจสอบผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับวัสดุคงเหลือและมีการเจรจาตกลงซื้อหรือมีการควบคุมต้นทุนของปริมาณสินค้าในการผลิตแต่ละครั้งเป็นประจำ
3. ด้านราคาที่ถูกต้อง(Right Price) ควรมีสินค้าที่ใช้ประกอบกันกับสินค้าอื่นเหมาะสมและมีการคำนึงถึงลักษณะประเภทสินค้าและมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม
4. ด้านเวลาที่ต้องในการได้รับสินค้า (Right Time) ควรมีการวางแผนการผลิตที่มีคุณภาพและระบุวันที่ที่จะได้รับสินค้าอย่างชัดเจนหรือได้รับสินค้าในเวลาที่กำหนดไว้กับลูกค้า
5. ด้านผู้ขายที่ถูกต้อง (Right source) ควรมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีและมีบริการหลังการขายที่ดี มีการตรวจสอบประสิทธิภาพสินค้าได้อย่างเหมาะสม
- 6.ด้านสถานที่ที่ถูกต้อง (Right place) ควรมีการตรวจสอบเวลาที่ตรงกับความต้องการราคาและมีการเลือกซื้อสินค้าจากสถานที่ที่น่าเชื่อถือหรือมีการดูแลรักษาสินค้าเป็นอย่างดี

9.เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก สุทธิวัฒนฤพภูมิ. (2544). **การจัดการโลจิสติกส์**. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.
- ภาดล อามาตย์.(2558).**การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ**. ศรีสะเกษ : มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2546). **หลักการจัดซื้อ**. พิมพ์ครั้งที่ 3.กรุงเทพฯ : โฟกัสมีเดียแอนด์ พับลิชชิ่ง.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, สุนี เลิศแสวงกิจ. (2542). **การบริหารการจัดซื้อ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โสภณการพิมพ์.
- ไทยตำบลดอทคอม. (2566). **จำนวนข้อมูลโอท็อป**. <http://www.thaitambon.com>.
- ปรียาดี ผลอนอก. (2556). **การบริหารการผลิต**. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2533). **การบริหารวัสดุและการจัดซื้อ**. พิมพ์ครั้งที่ 5.นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วิทยา สุฤทธดำรง, วิชัย รุ่งเรืองอนันต์ และบุญทรัพย์ พานิชการ. (2551). **คู่มือการจัดการลอจิสติกส์และ**

การกระจายสินค้า. กรุงเทพฯ : พิมพ์ บริษัท ส. เอเชียเพรส (1989) จำกัด.

สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2566). **แผนพัฒนา**

จังหวัดมหาสารคาม. <http://www.mahasarakham.go.th/mkweb/images/yut/plan2-63.pdf>.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.**

https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=11372&filename=index.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล .(2547).**การจัดซื้อ.** พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2538).**การจัดซื้อ.** พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2543).**การจัดซื้อ.**ปรับปรุง พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Hair, etc. (2006). **Multivariate Data Analysis** (6th ed). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

การจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา

อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

Warehouse Management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group,
Tambon Nguaba, Amphoe Wapi Pathum, Maha Sarakham Province.

ธันวาคม วิมลชัยฤกษ์¹, กิตติชัย เจริญชัย², นิสารัตน์ โชติเชย³, วีระกิตติ์ เสาร่ม⁴

Thanwaporn Wimonchailer¹, Kittichai Jaroenchai², Nisarath Chotechoei³, Veerakit Saorom⁴

^{1, 2, 3, 4} คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{1, 2, 3, 4} Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University

Received: 19 March 2024; Revised: 25 March 2024; Accepted: 27 March 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และ 3) เพื่อพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม พบว่า 1) กลุ่มเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้าย มีการแบ่งหน้าที่ในการทำงานและจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ 2) ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$, $S.D=0.14$), ผู้ประกอบการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มเกษตรกรทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย คือ ด้านการตัดสินใจในการกำหนดงบประมาณ ต้องกำหนดงบประมาณไว้ให้เพียงพอต่อกลุ่ม เพื่อที่จะไม่เกิดปัญหาผิดพลาดในงบประมาณระหว่างการทำงาน

คำสำคัญ : การจัดการคลังสินค้า

Abstract

This research aims to 1) To analyze the current situation regarding the warehouse management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group 2) To study the differences in demographic characteristics the warehouse management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group and 3) To develop a warehouse management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group, Tambon Nguaba, Amphoe Wapi Pathum, Maha Sarakham Province. The mixed method research design was used in this study. The tools used to collect data were interview forms and questionnaires. The findings were as follows: 1) Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group There are separate functions to work and deliver products according to orders. 2) Entrepreneurs have opinions about the Warehouse Management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group was at the highest level ($\bar{X}=4.18$, S.D=0.14), Entrepreneurs with gender, ages, status, education level and monthly income are different. There are opinions about the warehouse management of Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group different at a level of statistical significance of .05 and 3) The warehouse management method for Ban Nguaba Silk and Cotton Weaving Group was Decision making in budgeting Must set a budget that is sufficient for the group In order not to have problems in the budget during the work.

Keywords: Warehouse Management

1. บทนำ

ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศต่างกำลังแข่งขันกันอย่างมากระหว่างการค้า การลงทุน และการสื่อสาร ท่ามกลางบรรยากาศของกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าของวิทยาการแขนงต่างๆ การพัฒนาเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ OTOP นับเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่ง ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดโลก “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2566)

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จากข้อมูลล่าสุด ปี 2562 การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เริ่มดำเนินการมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ผลการคัดสรรฯ ปี 2562 มีผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP เข้าร่วมการคัดสรรฯ จำนวน 11,824 กลุ่ม/ราย มีผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรฯ จำนวน 19,560 ผลิตภัณฑ์ จำแนกเป็น ระดับ 5 ดาว 3,742 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว 8,017 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 3 ดาว 5,252 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 2 ดาว 1,688 ผลิตภัณฑ์ และระดับ 1 ดาว 861 ผลิตภัณฑ์ (ไทยตำบลดอทคอม, 2566)

สำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัด มหาสารคาม เป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งแต่ก่อนการทอผ้าไหมเป็นกิจกรรมเสริมที่แต่ละครัวเรือนทอ เอาไว้ใช้ในครัวเรือน ส่วนมากลายผ้าจะได้แนวคิดถ่ายทอดมาจากวิถีชีวิต วัฒนธรรม ซึ่งปัจจุบันประสบปัญหาใน ด้านของ อุปกรณ์ในการดำเนินงาน การควบคุมการปฏิบัติงาน และการพัฒนาสินค้า เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่ม ผู้ประกอบการในชุมชนบ้านจัวบา (บทสัมภาษณ์ของคุณแม่ทองใส วรรณวงษา อายุ 48 ปี) ผู้ช่วยของกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2566) และสามารถอธิบายถึงประเด็น ปัญหาได้ดังนี้ ด้านการจัดเก็บ คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม ผ้าฝ้ายบ้านจัวบามีพื้นที่การจัดเก็บค่อนข้าง น้อย ทำให้ไม่เพียงพอต่อการจัดเก็บสินค้า ด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน คือ กลุ่มเกษตรกรทอผ้าไหม ผ้าฝ้ายมี การแบ่งงานตามหน้าที่จริง แต่ผู้ประกอบการบางคนยังไม่พึงพอใจในการทำงานมากพอสมควร จึงทำให้เกิดปัญหา ขัดแย้งเล็กน้อย เป็นต้น

จากปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม เพื่อกำหนดเป็น แนวทางในการ พัฒนาการจัดการคลังสินค้า ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนเพื่อนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาและ ปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและ ผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม

3. สมมติฐานการวิจัย

ผู้ประกอบการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปาง จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน

4. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 ความหมายการจัดการคลังสินค้า มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำดังกล่าวต่อไปนี้

กฤษณากรทิธ ฅ วัฒนประเสริฐ (2559) ได้กล่าวว่า คลังสินค้า หมายถึง กระบวนการประสมประสานทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานทางสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของคลังสินค้าแต่ละประเภทที่กำหนดไว้

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2557) ได้กล่าวว่า การดำเนินงานคลังสินค้า หมายถึง การดำเนินงานจะมุ่งเน้นในการจัดการกิจกรรมในคลังสินค้าหรือการจัดวางสินค้าอย่างมีระเบียบและการดูแลสินค้าไว้ในพื้นที่เก็บรักษาของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆไม่ว่าจะเป็นคลังสินค้า

วรพจน์ บุษราคมวดี (2556) ได้กล่าวว่า คลังสินค้า หมายถึง พื้นที่ที่ได้วางแผนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้สอยและการเคลื่อนย้ายสินค้าและวัตถุดิบโดยคลังสินค้าทำหน้าที่ในการเก็บสินค้าระหว่างกระบวนการเคลื่อนย้ายเพื่อสนับสนุนการผลิตและการกระจายสินค้า

จุริพร จันทรพาณิชย์ (2556) ได้กล่าวว่า คลังสินค้า หมายถึง พื้นที่ที่ได้วางแผนแล้วเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้สอยและการเคลื่อนย้ายสินค้าและวัตถุดิบ โดยคลังสินค้าทำหน้าที่ ในการเก็บสินค้าระหว่างกระบวนการเคลื่อนย้าย เพื่อสนับสนุนการผลิตและการกระจายสินค้า ซึ่งสินค้าที่เก็บในคลังสินค้า ได้แก่ วัตถุดิบ ซึ่งอยู่ในรูป วัตถุดิบ ส่วนประกอบและชิ้นส่วนต่างๆ รวมถึงสินค้าสำเร็จรูปหรือสินค้าระหว่างการผลิต ตลอดจนสินค้าที่ต้องการทิ้งและวัสดุที่นำมาใช้ใหม่

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2553) ได้กล่าวว่า คลังสินค้า หมายถึง พื้นที่ที่ได้วางแผนแล้วเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้สอยและการเคลื่อนย้ายสินค้า และวัตถุดิบโดยคลังสินค้าทำหน้าที่ในการเก็บสินค้าระหว่างกระบวนการเคลื่อนย้ายเพื่อสนับสนุนการผลิตและการกระจายสินค้า

ธนิต โสรัตน์ (2552) ได้กล่าวว่า คลังสินค้า หมายถึง สถานที่ใช้ในการเก็บรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพดีและมีคุณสมบัติที่พร้อมจะส่งมอบให้กับลูกค้าบุคคลองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานหรือภายนอกโซ่อุปทาน โดยคลังสินค้าทำหน้าที่เป็นสถานที่พักและเก็บสินค้าหรือวัตถุดิบหรือวัสดุสิ่งของต่างๆ จนกว่าจะมีการเคลื่อนย้ายส่งมอบไปสู่ผู้ที่มีความต้องการ ในอีกในหนึ่งคลังสินค้าสาธารณะ หมายถึง สถานที่ซึ่งผู้เป็นเจ้าของได้นำ

สินค้ามาฝากและคลังสินค้า ทั้งในฐานะบุคคลหรือนิติบุคคลได้รับฝากสินค้านั้นไว้ในการครอบครองดูแลจนกว่าสินค้านั้นจะได้มีการส่งมอบให้กับเจ้าของ

วิทยา สุหฤทธดำรง (2551) ได้กล่าวว่า คลังสินค้าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในโซ่อุปทานสมัยใหม่ คลังสินค้ามักมีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายๆ ขั้นตอนในการจัดหา ในการผลิต และ ในการกระจายสินค้า ตั้งแต่การขนถ่ายวัตถุดิบ และงานระหว่างกระบวนการไปจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ในฐานะที่คลังสินค้าเป็นจุดจัดส่งที่ให้บริการแก่ลูกค้ารายต่อไปในโซ่อุปทาน คลังสินค้าจึงมีความสำคัญในการทำให้อัตราค่าบริการลูกค้าอยู่ในระดับสูง

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2547) ได้กล่าวว่า คลังสินค้า หมายถึง พื้นที่ภายในอาคาร ซึ่งออกแบบขึ้นเพื่อความมุ่งหมายในการเก็บรักษาพัสดุ และสร้างขึ้นโดยให้มีหลังคาและฝาผนังที่สมบูรณ์ทั้งด้านข้างและด้านหัวท้ายของอาคาร

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิ (2546) ได้กล่าวว่า คลังสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดส่งที่ทำหน้าที่ในการจัดเก็บสินค้าและก่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก และ ผู้บริโภค ซึ่งการจัดการคลังสินค้าที่ดีมีส่วนช่วยให้ต้นทุนรวมด้านโลจิสติกส์ต่ำที่สุดตามระดับการให้บริการลูกค้าที่กำหนดไว้

สรุปได้ว่า การจัดการคลังสินค้า หมายถึง กระบวนการประสานประสานทรัพยากรต่างๆ เพื่อจัดการกิจกรรมในคลังสินค้าหรือจัดวางสินค้าอย่างมีระบบ และดูแลสินค้า ตรวจสอบสินค้า ในแต่ละขั้นตอนเพื่อให้เป็นไปตามกระบวนการของคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพแล้วส่งมอบให้กับเจ้าของ

4.2 ความสำคัญการจัดการคลังสินค้า

การจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลังจะเกี่ยวข้องกับความสำคัญของคลังสินค้าในระบบโลจิสติกส์ประเภทของการคลังสินค้าการดำเนินการในการจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลังการเปรียบเทียบทางสินค้าสาธารณะและครั้งสินค้าเอกชน (กฤษณ์ชาคริตส ฌ วัฒนประเสริฐ, 2559) ความสำคัญของการปฏิบัติงานเกี่ยวกับคลังสินค้าจะกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในทุกๆระดับมีเป้าหมายในการดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2557) การจัดการคลังสินค้าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตเพื่อส่งต่อไปยังผู้บริโภค คลังสินค้าจึงเป็นกิจกรรมที่เชื่อมความสัมพันธ์และยังทำหน้าที่ที่รักษาสมดุลระหว่างการบริโภคที่มีอัตราความต้องการไม่สม่ำเสมอ (วรพจน์ บุษราคัมวดี, 2556) กิจกรรมคลังสินค้านับว่าเป็นอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่สำคัญในอันที่จะให้การประกอบธุรกิจค้าขายเกี่ยวกับสินค้าบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ คลังสินค้ามีความสำคัญไม่ว่าจะเป็นสินค้าการเกษตรหรือสินค้าอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ความสำคัญของคลังสินค้าแบ่งออกเป็นความสำคัญโดยทั่วไป และความสำคัญเฉพาะต่อกิจการต่างๆ เช่นความสำคัญต่อกิจการผลิตสินค้า กิจการตลาด กิจการบริการ

วงการธุรกิจ และการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐ (จุรีพร จันทรพาณิชย์, 2556) คลังสินค้าสมัยใหม่จะใช้เพื่อการส่งออก ผลิต เพื่อส่งสินค้าตรงไปยังร้านค้าปลีกในภูมิภาคหรือต่างประเทศ ทำให้สามารถลดต้นทุนสินค้าต่อยอดขายได้ เพราะไม่ต้องยกขนหลายทอด โดยเฉพาะยุคปัจจุบันจะใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้ไม่ต้องมีหน้าร้าน แต่จะทำการส่งสินค้าตรงไปยังลูกค้า ซึ่งต้องมีระบบการขนส่งที่สามารถจัดส่งสินค้าได้ทันทีที่มีการสั่งซื้อ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2553)

คลังสินค้าเป็นกิจกรรมที่สำคัญในระบบโลจิสติกส์ในฐานะเป็นกระบวนการในการจัดการความสมดุลของเวลาและระยะทางกับความต้องการ การจัดการคลังสินค้าจึงเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการความสัมพันธ์ของต้นทุนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงกับปริมาณสินค้าที่จัดเก็บในคลัง เพื่อสนองตอบต่อความพึงพอใจของลูกค้า (ธนิต โสรัตน์, 2552) เป้าหมายหลักของคลังสินค้าส่วนใหญ่คือการจัดการเคลื่อนที่ของสินค้าผ่านโซ่อุปทานถึงที่ลูกค้าคนสุดท้าย มีหลายเทคนิคที่สามารถลดความจำเป็นในการถือครองสินค้าคงคลังได้ เช่น ระบบการผลิตแบบยืดหยุ่น ความสามารถในการเห็นและรับรู้ข้อมูลของโซ่อุปทาน และการจัดส่งด่วน (วิทยา สุหฤทธดำรง, 2551) การจัดการคลังสินค้าคือกระบวนการประสมประสานทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้การดำเนินกิจการคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของคลังสินค้าแต่ละประเภทที่กำหนดไว้ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2547) โดยทั่วไปคลังสินค้าทำหน้าที่ในการเก็บสินค้าระหว่างจุดต่างๆของกระบวนการจัดส่งซึ่งสินค้าที่เก็บไว้สามารถแบ่งได้เป็นสองประเภทใหญ่ๆได้แก่ 1) วัตถุดิบ ส่วนประกอบและชิ้นส่วนต่างๆ 2) สินค้าสำเร็จรูป ในบางกระบวนการผลิตคำว่า “สินค้า” จะนับรวมไปถึงงานระหว่างทำตลอดจนสินค้าที่ต้องทิ้งและวัสดุที่นำมาใช้ใหม่ (กมลชนก สุทธิวาทนฤพุด, 2546)

4.3 องค์ประกอบของการจัดการคลังสินค้า มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้องค์ประกอบของคำดังกล่าวต่อไปนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของการจัดการคลังสินค้า

ชื่อผู้แต่ง (พ.ศ.)	ชื่อหนังสือ	องค์ประกอบของการจัดการคลังสินค้า								
		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9
กฤษณ์ชาคริตส ณ วัฒนประเสริฐ (2559)	การประยุกต์การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กฤษณ์ชาคริตส ณ วัฒนประเสริฐ (2558)	การจัดการโลจิสติกส์และ ซัพพลายเชนเชิงวิศวกรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2557)	การจัดการพื้นที่คลังสินค้า	✓	✓		✓	✓	✓			

ชื่อผู้แต่ง (พ.ศ.)	ชื่อหนังสือ	องค์ประกอบของการจัดการคลังสินค้า								
		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9
จรัสพร จันทร์พาณิชย์ (2556)	การจัดการคลังสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2556)	การจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้า	✓	✓							
คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2553)	คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า	✓	✓							
ธนิต โสรัตน์ (2552)	คู่มือการจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้า	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓
วิทยา สุทธิพิตร (2551)	คู่มือการจัดการลอจิสติกส์และการกระจายสินค้า	✓	✓				✓	✓	✓	✓
คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2547)	การจัดการคลังสินค้า	✓	✓						✓	✓
กมลชนก สุทธิวัฒนาภุมณี (2546)	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	✓	✓							✓

สัญลักษณ์

W1 การเคลื่อนย้าย W2 การจัดเก็บ W3 การตัดสินใจในการกำหนดงบประมาณ
W4 การกำหนดทำเลที่ตั้ง W5 การกำหนดขนาดและจำนวนคลังสินค้า W6 การจัดวางผังคลังสินค้า
W7 การเลือกอุปกรณ์ที่ใช้ในคลังสินค้า W8 การควบคุมการปฏิบัติงาน W9 การถ่ายโอนข้อมูล

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการจัดการคลังสินค้า ประกอบด้วย ด้านการเคลื่อนย้าย ด้านการจัดเก็บ ด้านการตัดสินใจในการกำหนดงบประมาณ ด้านการกำหนดทำเลที่ตั้ง ด้านการกำหนดขนาดและจำนวนคลังสินค้า ด้านการจัดวางผังคลังสินค้า ด้านการเลือกอุปกรณ์ที่ใช้ในคลังสินค้า ด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน และด้านการถ่ายโอนข้อมูล

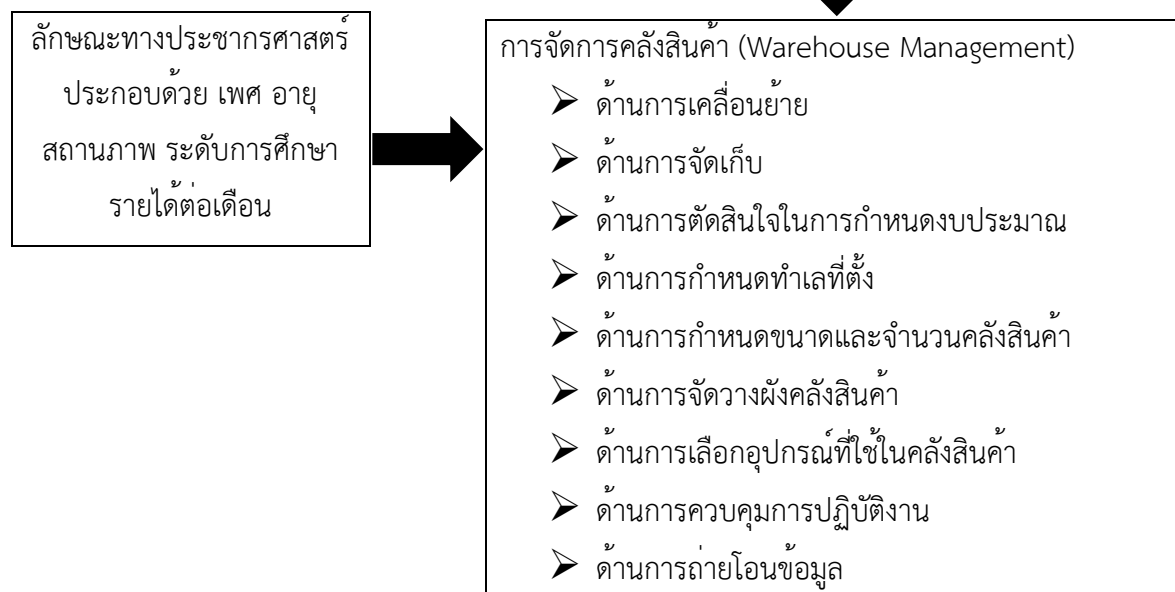
4.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาทบทวนวรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์การจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม ผ้าฝ้ายที่จัวบา เพื่อทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง กับเรื่องที่จะศึกษาทั้งหมดโดยองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management) โดย มีส่วนประกอบดังนี้ ด้านการเคลื่อนย้าย ด้านการจัดเก็บ ด้านการตัดสินใจในการกำหนดงบประมาณ ด้านการ กำหนดทำเลที่ตั้ง ด้านการกำหนดขนาดและจำนวนคลังสินค้า ด้านการจัดวางผังคลังสินค้า ด้านการเลือกอุปกรณ์ ที่ใช้ในคลังสินค้า ด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน และด้านการถ่ายโอนข้อมูล ดังภาพที่ 1

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1

วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้าย บ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2



ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3

แนวทางการพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

5.วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research Design) ประกอบด้วย การศึกษาเชิงคุณภาพและการศึกษาเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็นขั้นตอนการวิจัย 3 ระยะ ดังนี้

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานให้เข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ในขั้นตอนการวิจัยระยะที่1 มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูล คือ คุณแม่ ทองใส วรรณวงษา ผู้ช่วยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ.2566 ณ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง(Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีคำถามแน่นอนตายตัวเพราะคำถามต่างๆได้ถูกกำหนดเป็นแบบสัมภาษณ์ขึ้นใช้ประกอบกับการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าแล้วโดยสัมภาษณ์เฉพาะประเด็นที่สำคัญๆดังต่อไปนี้คือสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัว และเฉพาะประเด็นที่สำคัญๆ ภายในขอบเขตที่เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้แก่ การจัดการคลังสินค้า ประกอบด้วย ด้านการเคลื่อนย้าย ด้านการจัดเก็บ ด้านการตัดสินใจในการกำหนดงบประมาณ ด้านการกำหนดทำเลที่ตั้ง ด้านการกำหนดขนาดและจำนวนคลังสินค้า ด้านการจัดวางผังคลังสินค้า ด้านการเลือกอุปกรณ์ที่ใช้ในคลังสินค้า ด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน และด้านการถ่ายโอนข้อมูล

การเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึกมีความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์โดยขั้นแรกได้เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลจากเอกสารจากนั้นจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นวิธีการหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา (Category) จากนั้นนำมาสังเคราะห์เพื่อหาประเด็นหลักและอธิบายเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับขอบเขตงานวิจัย

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 ศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ เนื่องจากเป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาข้อมูลที่เป็นปริมาณ สามารถแจกแจงนับได้ และอาศัยเทคนิคทางสถิติมา

ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้ข้อคำถามในแบบสอบถาม ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 มีรายละเอียด ดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา จำนวนประชากรที่ทราบจำนวนที่แน่นอน จำนวน 31 คน โดยวิธีการแบบเจาะจง

เครื่องมือการวิจัย คือ การวิจัยในขั้นตอนการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อตอบคำถามการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยวิธีการหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Congruence : IOC) เลือกคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) เพื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) ของมาตรวัดโดยรวมมีค่า 0.902 และทุกข้อคำถามมีค่าเกิน 0.70 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยแล้ว ไปดำเนินการวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยรูปแบบออนไลน์ โดยระบบ Google form จำนวนทั้งสิ้น 30 รายและนำแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์และลงรหัส เพื่อดำเนินการประมวลผลข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอในรูปของความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3 การพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นกิจกรรมที่ได้มาซึ่งความคิดเห็นของกลุ่ม เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่นำการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 มาพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3 มีรายละเอียด ดังนี้

วิธีการวิจัย การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูล คือ ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และนักวิชาการจำนวน 2 คน

เครื่องมือการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูลสนทนากลุ่มซึ่งประกอบไปด้วยแนวทางปลายเปิดในการสนทนากลุ่มที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ตรวจสอบกระบวนการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

การเก็บข้อมูล ขั้นตอนนี้ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในการระดมความคิดเห็นเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา

การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา โดยการสนทนากลุ่มของประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา และนักวิชาการผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการคลังสินค้า จำนวน 2 ท่าน โดยการแสดงข้อมูล สรุป ดีความ และตรวจสอบความถูกต้องของผลวิจัย

6. ผลการศึกษา

1. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำปาง จังหวัดมหาสารคาม

พบว่า สภาพการณ์ปัจจุบันและความสำคัญในการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา มีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าอยู่เสมอ เพื่อการจัดเก็บสินค้าในที่ที่เก็บสินค้าหรือที่เรียกว่าคลังสินค้า เพื่อรอการนำออกมาจำหน่ายหรือวันที่มีออเดอร์จากลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นผ้าไหมทอหรือสิ่งทอจากผ้าฝ้าย การรวบรวมความคิดจากผู้ประกอบการภายในกลุ่มว่าทำเลที่ตั้งโรงงานหรือที่ตั้งกลุ่มคือในหมู่บ้าน พอได้พื้นที่ได้ก็ทำการก่อสร้างและจัดเตรียมอุปกรณ์ในการผลิต การเลือกอุปกรณ์ที่ทันสมัยและสะดวกสบายต่อการทำงาน ทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างครบถ้วน และมีการทำงานตามแผนผังงานที่วางไว้ตั้งแต่ต้น แต่เครื่องมืออุปกรณ์บางตัวมีราคาที่สูงและจำเป็นที่ต้องใช้เป็นจำนวนค่อนข้างเยอะ และบางตัวไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการผลิตได้เพราะมีระยะเวลาในการใช้งานค่อนข้างนานและเก่ามากแล้ว และบางครั้งมีข้อผิดพลาดทำให้งานเกิดปัญหาเล็กน้อย มีขนาดและจำนวนคลังสินค้าน้อยพอสมควร ทำให้การดำเนินงานบางอย่างเกิดข้อผิดพลาด

2. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

พบว่า ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 27 คน คิดเป็นร้อยละ 87.1 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 มีสถานภาพโสด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.2 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการกำหนดทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 4.24$, S.D = 0.28) ด้านการเลือกอุปกรณ์ที่ใช้ในคลังสินค้า ($\bar{X} = 4.24$, S.D = 0.24) ด้านการตัดสินใจในการกำหนดงบประมาณ ($\bar{X} = 4.20$, S.D = 0.26) ด้านการกำหนดทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.32) ด้านการถ่ายโอนข้อมูล ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.28) ด้านการจัดวางผังคลังสินค้า ($\bar{X} = 4.17$, S.D = 0.25) ด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.16$, S.D = 0.22) ด้านการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.14$, S.D = 0.20) และด้านการจัดเก็บ ($\bar{X} = 4.10$, S.D = 0.22)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

พบว่า การจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ที่ต้องพัฒนาอันดับแรกคือ ด้านการจัดเก็บ ควรจะมีการจัดสรรพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อสำรองการเกิดปัญหาที่จัดเก็บไม่เพียงพอของกลุ่มฯ

7.อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายที่บ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า โดย

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการกำหนดทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 4.24$, S.D = 0.28) ด้านการเลือกอุปกรณ์ที่ใช้ในคลังสินค้า ($\bar{X} = 4.24$, S.D = 0.24) ด้านการตัดสินใจในการกำหนดงบประมาณ ($\bar{X} = 4.20$, S.D = 0.26) ด้านการกำหนดทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.32) ด้านการถ่ายโอนข้อมูล ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.28) ด้านการจัดวางผังคลังสินค้า ($\bar{X} = 4.17$, S.D = 0.25) ด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.16$, S.D = 0.22) ด้านการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.14$, S.D = 0.20) และด้านการจัดเก็บ ($\bar{X} = 4.10$, S.D = 0.22) ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ เกิดวิเมสียง และ เชษฐธิดา กุศล ไสยานนธ์ (2559) ได้ทำการศึกษางานวิจัย เรื่องแนวทางการจัดการคลังสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานเพื่อรองรับการ เข้าสู่ประชาคมอาเซียนของอุตสาหกรรมโรงสีข้าวไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก กระบวนการจัดการคลังสินค้า หมายถึง การจัดการคลังสินค้าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตเพื่อส่งต่อไปยังผู้บริโภค คลังสินค้าจึงเป็นกิจกรรมที่เชื่อมความสัมพันธ์และยังทำหน้าที่ที่รักษาสมดุลระหว่างการบริโภคที่มีอัตราความต้องการไม่สม่ำเสมอ (วรพจน์ บุษราคมวดี, 2556)

2. เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายที่บ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอบ้านไร่ จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม ผ้าฝ้ายที่บ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอบ้านไร่ จังหวัดมหาสารคาม ที่ต้องพัฒนาอันดับแรกคือ ด้านการจัดเก็บ ทางกลุ่มควรจะมีการจัดสรรพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อสำรองการเกิดปัญหาที่จัดเก็บไม่เพียงพอของกลุ่ม ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัย ของเสาวนีย์ ดวงตัน (2558) ได้ทำการศึกษางานวิจัย เรื่องการลดต้นทุนการจัดการคลังสินค้าด้วยระบบการจัดเก็บแบบเรียกคืนวัสดุอัตโนมัติ โรงงานอุตสาหกรรมผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค พบว่า แต่หากเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า กระบวนการจัดการคลังสินค้าทางกลุ่มต้องมีการถ่ายโอนข้อมูลและให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าเพื่อที่ผู้บริโภคจะได้ไม่เกิดความเข้าใจผิดในผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย เนื่องจาก การถ่ายโอนข้อมูลเป็นการจ่ายพัสดุให้แก่ผู้รับในสภาพที่พร้อมสำหรับการนำไปใช้ในการจัดส่ง เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะกระบวนการเก็บรักษาทั้งปวงที่ได้กระทำมาก็เพื่อให้การส่งสามารถให้กระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพและความต้องการของผู้ใช้ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2547)

8.สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปและข้อเสนอแนะพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม และผ้าฝ้ายบ้านงัวบา คือ

1. ด้านการเคลื่อนย้าย ควรจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเข็น เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าได้สะดวก

2. **ด้านการจัดเก็บ** ควรจะมีการจัดสรรพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อสำรองการเกิดปัญหาที่จัดเก็บไม่เพียงพอของกลุ่ม
3. **ด้านการตัดสินใจในการกำหนดงบประมาณ** ควรจะต้องกำหนดงบประมาณไว้ให้เพียงพอต่อกลุ่ม เพื่อที่จะไม่เกิดปัญหาผิดพลาดในงบประมาณระหว่างการทำงาน
4. **ด้านการกำหนดทำเลที่ตั้ง** ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและอยู่ไม่ลึกมาก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมาเยี่ยมชม ซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย
5. **ด้านการกำหนดขนาดและจำนวนคลังสินค้า** ควรกำหนดขนาดและจำนวนคลังสินค้าของกลุ่มควรจะมีการจัดหาพื้นที่ตั้งของกลุ่มให้เพียงพอมากกว่านี้
6. **ด้านการจัดวางผังคลังสินค้า** ควรวางผังที่รัดกุม และสามารถนำมาใช้งานและแก้ปัญหาได้จริง
7. **ด้านการเลือกอุปกรณ์ที่ใช้ในคลังสินค้า** ควรจะมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยมากกว่านี้ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทอผ้า
8. **ด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน** ควรมีการควบคุมงานที่เข้มงวดและรัดกุม เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นภายในกลุ่มที่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง
9. **ด้านการถ่ายโอนข้อมูล** ควรต้องมีการถ่ายโอนข้อมูลและให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคจะได้ไม่เกิดความเข้าใจผิดในผลิตภัณฑ์

9.เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิ, ศลิษา ภมรสถิต และจักรกฤษณ์ ดวงพัสดรา. (2546). การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ Supply Chain and Logistics Management. บริษัท สำนักพิมพ์ ท็อป จำกัด กรุงเทพฯ.
- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2566). **โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**.
<https://www.cdd.go.th/our-services/otop-one-tambon-one-product>.
- กฤษณ์ชาคริตส ณ วัฒนประเสริฐ. (2559). การประยุกต์การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในงานอุตสาหกรรม. สำนักพิมพ์ปัญญาชน – กรุงเทพฯ.
- กฤษณ์ชาคริตส ณ วัฒนประเสริฐ. (2558). การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนวิศวกรรม. สำนักพิมพ์กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2557).การจัดการพื้นที่คลังสินค้า (Warehouse Space Management) .พิมพ์ครั้งที่ 1 บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง จำกัด. สำนักพิมพ์กรุงเทพฯ.
- วรพจน์ บุษราคัมวดี (2556).การจัดการคลังสินค้า.พิมพ์ครั้งที่ 1 ศูนย์เรียนรู้การผลิตและการจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ ดิจิตอล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

- จूरูพร จันทรพาณิชย์. (2556). การจัดการคลังสินค้า. พิมพ์ครั้งที่ 1. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2553). คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า(Warehouse and Distribution). พิมพ์ครั้งที่ 1. สำนักพิมพ์ บริษัท โพกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2547). การจัดการคลังสินค้า Warehouse Management. บริษัท โพกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง จำกัด กรุงเทพฯ.
- ธนิต โสรัตน์. (2552). Warehouse & Distribution Management คู่มือการจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้า. วี-เชิร์ฟ โลจิสติกส์ จำกัด กรุงเทพฯ.
- วิทยา สุหฤทธดำรง.(2551).คู่มือการจัดการลอจิสติกส์และการกระจายสินค้า. พิมพ์ครั้งที่ 3. สำนักพิมพ์ อี. ไอ. สแควร์.
- บทสัมภาษณ์ของคุณแม่ทองใสย วรรณวงษา ผู้ช่วยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย บ้านจัวบา. สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2566.
- Hair, etc. (2006). Multivariate Data Analysis (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อองค์กรของผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสิชล จังหวัด
นครศรีธรรมราช

Factors related to loyalty of employees in Sichon Hospital Nakhon Si Thammarat
Province

ศรีประดับ ศรีนำ^{1*}

Sripadub Srinam^{1*}

^{1*} นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ, โรงพยาบาลสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช, E-mail: srinamaoy@gmail.com

^{1*} Human Resource Officer, Professional Level, Sichon Hospital, Nakhon Si Thammarat Province, E-mail: srinamaoy@gmail.com

Received: 21 March 2024; Revised: 28 March 2024; Accepted: 28 March 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นแบบเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร ความคาดหวัง และความภักดีของผู้ปฏิบัติงาน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพัน ความคาดหวังในการปฏิบัติงานต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของโรงพยาบาลสิชล กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสิชล จำนวน 258 คน ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติไคสแควร์ และการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D.= 0.73) ความคาดหวังต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D= 0.73) ความภักดีต่อองค์กรอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$, S.D=0.81) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อองค์กร พบว่า อายุ อายุงาน ประเภทของการจ้างงาน ความผูกพันต่อองค์กร และความคาดหวังต่อองค์กร มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความภักดีต่อองค์กร ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร ($t=8.59$, p-value 0.00) ความคาดหวังต่อองค์กร ($t=7.59$ p-value 0.00) และอายุของผู้ปฏิบัติงาน ($t=3.65$, p-value 0.00) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความภักดีต่อองค์กร, ความผูกพันต่อองค์กร, ความคาดหวังต่อองค์กร

Abstract

This study was cross-sectional descriptive study. The aim to study the level of organizational commitment, expectations and loyalty of workers, and to study the relationship between commitment and expectations regarding organization loyalty in Sichon Hospital. The sample group was 258 employees working at Sichon hospital. Data collected were using a questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean and standard deviation. The relationships of factors effecting to loyalty were analyzed using Chi square test and multiple regression

The results founded that the level of organize commitment was a good level ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.73). The organize expectation was a good level ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.73) and the organize loyalty was the excellence level ($\bar{x} = 4.27$, S.D.=0.81). For the factors related to organizational loyalty founded that age, experience duration, type of employment, organize commitment, and organize expectations was a relationship with organizational loyalty in statistically significant 0.05. As the three factors that can predict loyalty to the organization consist the organize commitment (t=8.59, p-value 0.00), organize expectations (t=7.59 p-value 0.00) and age of employee (t=3.65, p-value 0.00) in respectively.

Keywords: Organize loyalty, Organize commitment, Organize expectations

บทนำ

ในปัจจุบันการขับเคลื่อนการดำเนินการภาครัฐเพื่อพัฒนาประเทศไทยไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ที่เรียกว่า Thailand 4.0 ระบบราชการก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนหลาย ๆ อย่าง เพื่อสอดรับและส่งเสริมในการขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลและสามารถปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับทิศทางการบริหารของประเทศ การบริหารงานในองค์การภาครัฐ ต้องอาศัยปัจจัยการบริหารหลายอย่างจึงจะประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (อุทัย เลาหวิเชียร, 2559) โดยเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีวัตถุประสงค์ 4 อย่าง คือ สรรหา พัฒนา รักษาไว้ และใช้ประโยชน์ กล่าวคือ การหาคนดีคนเก่งเข้ามาทำงาน เมื่อ

เข้ามาแล้วพัฒนาให้แข็งแกร่งและกระบวนการรักษาไว้ให้อยู่กับองค์กรเป็นเรื่องการจัดการทางก้าวหน้าในอาชีพ การมีค่าตอบแทนที่เหมาะสม การสร้างความพึงพอใจและเป็นผู้รักษากรุงนำไปสู่การทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ

ปัญหาภาระงานบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข เป็นปัญหาที่สะสมมานาน หลากหลายวิชาชีพ ต่างได้รับผลกระทบจากการทำงานหนัก ทำให้มีการลาออก ซึ่งสาเหตุที่ลาออกคือ ภาระงานมากเกินไป จนส่งผลกระทบต่อชีวิตต่อสุขภาพ ต่อครอบครัว และค่าตอบแทนก็ไม่สอดคล้องกับภาระงานไม่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน (Hfocus, 2566) ขณะเดียวกันโรงพยาบาลสิชลมีจำนวนผู้ปฏิบัติงานที่ขอลาออก 3 ปี ย้อนหลัง ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2564-2566 จำนวน 10, 25 และ 40 คน ตามลำดับ (กลุ่มงานทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลสิชล, 2566) ทั้งนี้ อาจมาจากความจำเป็นของปัจจัยด้านครอบครัว สังคมและเศรษฐกิจ แต่ยังมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการย้ายหรือลาออกอันมาจากความรู้สึกไม่ผูกพันกับองค์กรหรือความคาดหวังที่มีต่อองค์กรที่ลดลงอีกด้วย

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเด็นเกี่ยวกับบุคลากรและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนับได้ว่าเป็นปัญหาที่สำคัญ จะทำอย่างไรจะไม่ให้ประสบปัญหาในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่ง การพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นิตยา เงินประเสริฐศรี, 2562) และยังต้องรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่ในปัจจุบันให้ปฏิบัติงานกับองค์กรนานๆ อีกทั้งต้องสามารถทำให้บุคลากรขององค์กรปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ คือมี ความสามารถในการทำงาน ทุ่มเทกำลังใจและกำลังใจในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้กับองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านั้นเป็นปัญหาที่องค์กรต้องคิดหาวิธีเพื่อสร้างแรงผลักดันไปกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กร ซึ่งความภักดีในองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของความรู้สึกของบุคลากรต่อองค์กร ก่อให้เกิดความทุ่มเททำงานเพื่อให้องค์กรได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรยอมรับเป้าหมายและนโยบายการบริหารขององค์กรหากบุคลากรมีความผูกพันและภักดีกับองค์กรมากก็จะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (บุศรา ก้อนทรัพย์, 2561)

โรงพยาบาลสิชลเป็นโรงพยาบาลทั่วไป ในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข (กองบริหารการสาธารณสุข, 2566) มีจำนวนบุคลากรทั้งสิ้น จำนวน 603 คน (โรงพยาบาลสิชล, 2566) ซึ่งมีจำนวนของบุคลากรจำนวนมาก ดังนั้น เพื่อให้การบริหารงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง จึงมีความจำเป็นที่องค์กรจะต้องหาศึกษาและทราบปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กร (Allen and Meyer, 1990) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ พร้อมจะทุ่มเทเสียสละ โดยไม่คิดจะลาออก โยกย้ายสังกัดส่วนราชการหรือขาดงานโดยไม่จำเป็น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความภักดีต่อองค์กร เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความภักดี เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และรักษาพนักงานที่มีคุณค่าไว้ โดยนำข้อมูลที่ได้เสนอผู้บริหาร เพื่อใช้พิจารณาในการหามาตรการส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานมีความผูกพันและภักดีต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

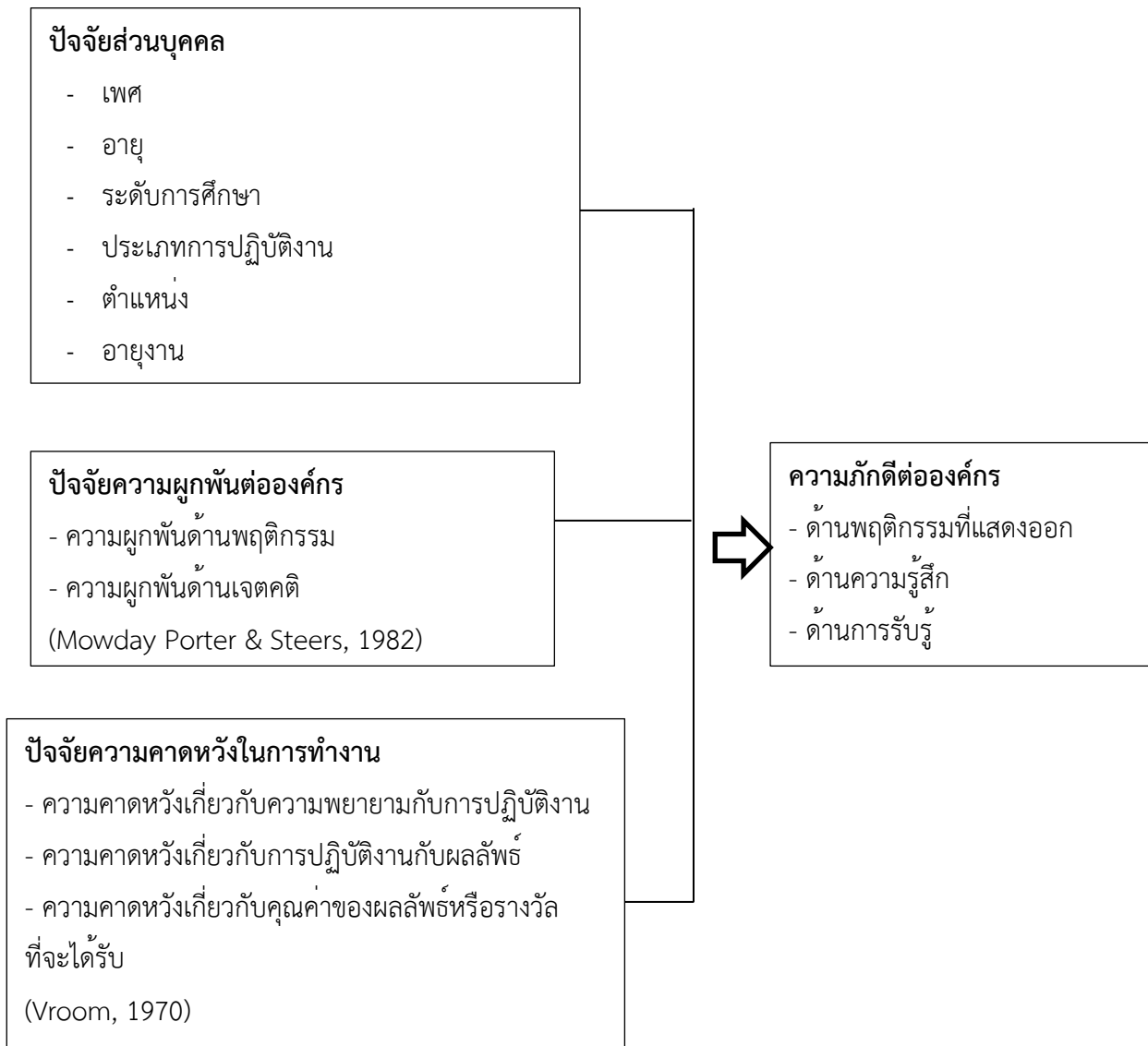
1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร ความคาดหวัง และความภักดีของผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสิชล
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพัน ความคาดหวังในการปฏิบัติงานต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของโรงพยาบาลสิชล

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสิชลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กร
2. ความผูกพันและความคาดหวังต่อองค์กรส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษานี้ ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความภักดีต่อองค์กร โดยประยุกต์จากแนวความคิดเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของ Mowday Porter and Steers (1979) องค์ประกอบของความคาดหวังของ Vroom (1970) ซึ่งได้กรอบการวิจัย ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Descriptive study) โดยได้รับการอนุมัติจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการวิจัยและจริยธรรมวิจัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช หนังสือรับรองเลขที่ NSTPH 117/2566

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional descriptive study) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสิชล จำนวน 603 คน (โรงพยาบาลสิชล, 2566) ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e) เท่ากับ 5 ระดับความเชื่อมั่น 95 % สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร ($p=0.05$) จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 234 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเพิ่มสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 10% โดยสรุปมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 258 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (inclusion criteria)

- เป็นเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสิชล
- ปฏิบัติงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี
- ยินยอมให้ความร่วมมือจนสิ้นสุดระยะเวลาวิจัย

เกณฑ์การคัดออกกลุ่มตัวอย่าง (exclusion criteria)

- อยู่ในช่วงลาพักการศึกษาหรือลาคลอด
- อยู่ในช่วงย้ายหรือรอคำสั่งย้ายหรือลาออก
- ไม่สมัครใจเข้าร่วมการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม จำนวน 4 ส่วน โดยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ปฏิบัติงาน ประกอบด้วย อายุ เพศ ระดับการศึกษา ประเภทการปฏิบัติงาน ตำแหน่ง อายุงาน จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกี่ยวกับความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายาม ปฏิบัติงานเพื่อองค์กร จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความหวังต่อองค์กร ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกี่ยวกับความคาดหวังผลการปฏิบัติงาน ความคาดหวังผลลัพธ์หรือรางวัลตอบแทน และความคาดหวังคุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัลที่จะได้รับ จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความภักดีต่อองค์กร ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกี่ยวกับด้านพฤติกรรมที่แสดงออก ด้านความรู้สึก และด้านการรับรู้ จำนวน 10 ข้อ

การแปลผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าอันตรายภาคขึ้น โดยคำนวณค่าอันตรายภาคขึ้นเพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณ และคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2558)

$$\begin{aligned}\text{อันตรายภาคขึ้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

โดยอธิบายแต่ละช่วงคะแนน ดังนี้

ช่วงชั้น	คำอธิบายสำหรับการแปลผล
1.00 – 1.80	ระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	ระดับน้อย
2.61 – 3.40	ระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	ระดับมาก
4.21 – 5.00	ระดับมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้หลังจากเก็บข้อมูลเสร็จสิ้นแล้ว ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถามและลงรหัสในข้อคำถามรายชื่อโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรอิสระที่ศึกษา ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีขององค์กร โดยใช้ Chi square และ Pearson correlation coefficient
3. วิเคราะห์อิทธิพลที่ส่งผลต่อความภักดีขององค์กรด้วย Multiple Regression กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 258 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 88.00 เพศชาย ร้อยละ 12.0 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 41.50 (อายุเฉลี่ย 34.70 ปี, S.D 9.70) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 78.30 ประเภทการจ้างงานส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/ลูกจ้างประจำ ร้อยละ 66.70 ส่วนใหญ่เป็นพยาบาลวิชาชีพ ร้อยละ 64.00 มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 36.40

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กร

ข้อคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ท่านเชื่อมั่นในนโยบายขององค์กร	3.99	0.84	มาก	4
2. ท่านเชื่อมั่นในการบริหารของผู้บริหารในองค์กร	4.05	0.88	มาก	3
3. ท่านกล้าบอกใครต่อใครว่าท่านปฏิบัติงานในองค์กรนี้	4.41	0.80	มากที่สุด	1
4. ท่านไม่คิดเปลี่ยนสถานที่ปฏิบัติงานแม้มีโอกาส	3.64	1.11	มาก	9
5. ท่านรู้สึกเป็นกันเอง อบอุนเมื่อมาปฏิบัติงาน	3.86	0.90	มาก	6
6. ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	3.94	0.92	มาก	5
7. ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นจากข้อจำกัด/อุปสรรคในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน	3.81	0.89	มาก	7
8. ท่านรู้สึกรักและปกป้ององค์กรจากผู้ไม่หวังดีหรือว่าร้ายองค์กร	4.13	0.86	มาก	2
9. ท่านไม่คิดจะลาออกแม้มีอุปสรรคจากการปฏิบัติงาน	3.54	1.11	มาก	10
10. ท่านต้องการจะปฏิบัติงานจนกว่าจะเกษียณหรือสิ้นสุดสัญญาจ้าง	3.69	1.11	มาก	8
ภาพรวม	3.91	0.73	มาก	

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 10 ข้อ ภาพรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การกล่าวบอกใครต่อใครว่าท่านปฏิบัติงานในองค์กร มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และการไม่คิดจะลาออกแม้มีอุปสรรคจากการปฏิบัติงาน เป็นข้อที่มีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.54

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อองค์กร

ข้อคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ท่านได้รับเงินเดือนหรือค่าตอบแทนที่เหมาะสม	3.20	1.02	ปานกลาง	10
2. ท่านได้พัฒนาตนเองเพื่อให้ก้าวหน้าในอาชีพและ การปฏิบัติงาน	3.88	0.88	มาก	2
3. ท่านได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นเมื่อมีโอกาส	3.44	1.01	มาก	9
4. ท่านได้รับการชื่นชมและยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	3.76	0.83	มาก	3
5. ท่านมีความสุข สบายใจจากการปฏิบัติงาน	3.50	0.95	มาก	8
6. ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับเวลาที่ปฏิบัติงาน	3.63	1.02	มาก	5
7. ท่านได้รับมอบหมายงานที่เหมาะสม	3.58	0.93	มาก	7
8. ท่านได้รับสวัสดิการเหมือนเจ้าหน้าที่อื่นในองค์กร แบบไม่เลือกปฏิบัติ	3.62	1.01	มาก	6
9. ท่านสามารถเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้จาก รายได้ที่มาจากการปฏิบัติงาน	3.67	1.01	มาก	4
10. ท่านสามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์จาก การปฏิบัติงานสู่ผู้ปฏิบัติงานอื่น	4.01	0.76	มาก	1
ภาพรวม	3.63	0.73	มาก	

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังต่อองค์กร ภาพรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์จากการปฏิบัติงานสู่ผู้ปฏิบัติงานอื่น มีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.01 และการได้รับเงินเดือนหรือค่าตอบแทนที่เหมาะสม เป็นข้อที่มีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.20

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความภักดีต่อองค์กร

ข้อคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ท่านรู้สึกว่าการเป็นบุคลากรในองค์กรนี้เป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจ	3.96	0.86	มาก	9
2. ท่านตั้งใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้การปฏิบัติงานดี	4.33	0.75	มากที่สุด	1
3. ท่านรู้สึกภูมิใจเมื่อได้รับฟังและกล่าวถึงองค์กรที่ท่านปฏิบัติงานอยู่ในทางที่ดี	4.21	0.83	มากที่สุด	3
4. ท่านทำงานโดยคำนึงถึงชื่อเสียงขององค์กรท่านอยู่เสมอ	4.30	0.77	มากที่สุด	2
5. ท่านรับรู้และเข้าใจในนโยบายและค่านิยมขององค์กรเป็นอย่างดี	4.06	0.82	มาก	6
6. ท่านรู้สึกพึงพอใจในสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกขององค์กร	3.50	0.97	มาก	10
7. ท่านเต็มใจปฏิบัติงานแม้ว่างานนั้นจะยากและท้าทาย	4.05	0.85	มาก	7
8. ท่านพยายามทำงานให้ดีที่สุดเพื่อประโยชน์และชื่อเสียงขององค์กร	4.21	0.82	มากที่สุด	4
9. ท่านช่วยเหลือและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร	4.02	0.81	มาก	8
10. ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	4.12	0.85	มาก	5
ภาพรวม	4.27	0.81	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังต่อองค์กร ภาพรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อ 2 การตั้งใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้การปฏิบัติงานดี มีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.33 และข้อที่ 6 ความพึงพอใจในสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกขององค์กร เป็นข้อที่มีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.50

วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อองค์กร

จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า ประเภของการจ้างงานมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P-value 0.00) ในขณะที่เพศ ระดับการศึกษา และตำแหน่งที่

ปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อองค์กรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้จากการทดสอบสหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า อายุ อายุงาน ความผูกพันต่อองค์กร และความคาดหวังต่อองค์กร มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิเคราะห์ปัจจัยเชิงทำนายของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความภักดีขององค์กรด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear regression)

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยเชิงทำนายต่อความภักดีขององค์กร

ตัวแปร	<i>B</i>	<i>S.E.</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>P-value</i>
Constant	7.03	1.28		5.46	0.00**
ความผูกพันต่อองค์กร	0.43	0.05	0.45	8.59	0.00**
ความคาดหวังต่อองค์กร	0.38	0.05	0.40	7.59	0.00**
อายุ	0.08	0.02	0.12	3.65	0.00**

หมายเหตุ: $R^2 = 0.74$ * นัยสำคัญทางสถิติ $P\text{-value} < 0.05$ ** นัยสำคัญทางสถิติ $P\text{-value} < 0.01$

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ โดยเลือกใช้เงื่อนไขแบบขั้นตอน (Stepwise) พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความภักดีต่อองค์กร ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร ความคาดหวังต่อองค์กร และอายุ ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ระดับความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร ความคาดหวัง และความภักดีของผู้ปฏิบัติในโรงพยาบาลลิซล

จากการศึกษาพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรและความหวังต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom (1970) ที่กล่าวว่าบุคคลจะแสดงพฤติกรรม เมื่อเขามองเห็นโอกาสของความน่าจะเป็นไปได้ (Probability) อย่างชัดเจนว่าหากมีความพยายามปฏิบัติงานก็จะนำไปสู่ผลงานที่สูงขึ้นได้ และมองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ที่สูงไปกว่าผลงานที่สูงขึ้นหรือดีขึ้นน่าจะไปสู่ผลได้หรือผลตอบแทน นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับเศรษฐา อันอารี และคณะ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยความคาดหวังส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และสอดคล้องกับภสร อินสมตัว และ

ภักครดา ฉายอรุณ (2560) ได้ศึกษาความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงาน พบว่าความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงานอยู่ในระดับมาก

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพัน ความคาดหวังในการปฏิบัติงานต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของโรงพยาบาลสิชล

จากการศึกษา พบว่า อายุ อายุงาน ประเภทของการจ้างงาน ความผูกพันต่อองค์กร และความคาดหวังมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญธิภา แก้วแสง (2559) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากร พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูง โดยปัจจัยด้านงานสามารถทำนายความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ ธัญธิภา แก้วแสง (2559) นอกจากนี้ผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อบริการด้านงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องเกี่ยวกับค่าตอบแทน และสวัสดิการที่เป็นธรรมสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน รวมถึงการสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรมีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพ และการสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อพัฒนาพฤติกรรมและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานแก่บุคลากรในองค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดกิจกรรมสร้างความผูกพันต่อองค์กร และการให้รางวัลแก่บุคลากรที่ปฏิบัติงาน เพื่อการสร้างขวัญกำลังใจ และเพิ่มช่องทางการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับสมรรถนะและความต้องการขององค์กรเพื่อการขับเคลื่อนองค์กรสู่องค์กรสมรรถนะสูงรองรับการบริการผู้ป่วย

2. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นที่ส่งผลต่อการเกิดความภักดีแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร อันเป็นการพัฒนาเชิงระบบและสะท้อนไปยังผู้บริหารหน่วยงาน

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มงานทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลสิชล (2566). ทะเบียนประวัติเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลสิชล. นครศรีธรรมราช กองบริหารการสาธารณสุข. (2566). ทำเนียบบริการสุขภาพสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. <https://phdb.moph.go.th/main/index/downloadlist/57/0>.

กัลยา วาณิชยปัญญา. (2558). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ธัญธิภา แก้วแสง. (2559). **ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากรสหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภสร อินสมตัว ภัครดา ฉายอรุณ. (2560). **ความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนเมื่อเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล.** วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 28(3): 137-148.
- นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2562). **ทฤษฎีองค์การและการออกแบบในคริสต์ศตวรรษที่ 21.** สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุศรา ก้อนทรัพย์. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงานเทศบาลนครสมุทรปราการ. วารสารโครงการทวิปริญญาทางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.**
- โรงพยาบาลสิชล. (2566). **จำนวนบุคลากรในหน่วยงาน ปี 2566.** งานทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลสิชล. นครศรีธรรมราช.
- เศรษฐา อ้นอารี, ธิษัมพร พันลึกเดช, พุฒิธร จิรายุส, ศุภชัย วาสนานนท์ และ ดลฤดี วาสนานนท์. (2564). **ปัจจัยความคาดหวังส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง.** วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 7(8): 281-292.
- อุทัย เลาหิเชียร. (2559). **รัฐประศาสนศาสตร์: ลักษณะวิชาและมิติต่างๆ.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เสมาธรรม
- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). **The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization.** Journal of Occupational Psychology, 63, pp 1-8.
- Hfocus. (2566). **เสียงสะท้อน “พยาบาล” ลาออกเพียบ! เฉลี่ยปีละ 7,000 คน เหตุภาระงานล้น ค่าตอบแทนน้อย.** <https://www.hfocus.org/content/2023/06/27788>.
- Krejcie, R. V., & D. W. Morgan. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities.** Educational and Psychological Measurement. 30(3): 607 – 610.
- Mowday, R. T., Porter, L. W. and Steers, R. (1982). **Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover.** New York: Academic Press.
- Vroom, Victor H. (1970). **The nature of the relationship between motivation and performance.** Management and Motivation. Tennessee: Kingsport Press Inc.

พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขต พื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

Health Promotion Behaviors to Prevent Coronavirus Infection 2019 of the Elderly in Maha Sarakham Province

บุญเพ็ง สิทธิวงษา^{1*}

Boonpeng Sittivongsa^{1*}

อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ^{1*}

Email : boonpeng.sit@neu.ac.th

Lecturer in master of arts, Public Administration Program, Northeastern University, Email : boonpeng.sit@neu.ac.th ^{1*}

Received: 25 March 2024; Revised: 2 April 2024; Accepted: 2 April 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ได้แก่ ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบการอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}=3.06$ S.D.=.26) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านพฤติกรรมช่องทางการรับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}=3.07$ S.D.=.28) ด้านการปฏิบัติในการป้องกันโรคอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}=3.05$ S.D.=.32) และด้านพฤติกรรมความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}=3.04$ S.D.=.33) ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคและปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคมิผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P - value < 0.0001$) ดังนั้นควรมีการส่งเสริมการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคและการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ, การป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, ผู้สูงอายุ

Abstract

This research aims 1) to study health promotion behavior and 2) to study factors affecting health promotion behavior in preventing 2019 coronavirus infection among the elderly in Maha Sarakham Province. It is quantitative research. By using a questionnaire the population used in the research is 400 elderly people in Maha Sarakham Province. Statistics used in the research include frequency, percentage, mean, and standard deviation accompanying the discussion of results.

The results of the study found that Overall health promotion behavior to prevent infection with the 2019 coronavirus of the elderly is at a moderate level ($\bar{x}=3.06$ S.D.=.26) They can be arranged in descending order as follows: The behavioral aspect of news channels was at a moderate level ($\bar{x}=3.07$ S.D.=.28), the practical aspect of disease prevention was at a moderate level ($\bar{x}=3.05$ S.D.=.32), and the behavioral and understanding aspect was at a moderate level ($\bar{x}=3.04$ S.D.=.33) respectively And factors that affect health promotion behavior in preventing infection with coronavirus 2019 among the elderly, it was found that factors in the perception of the risk of disease and factors in the perception of the benefits of disease prevention practices were Effects on health promotion behavior in preventing coronavirus 2019 infection among the elderly Statistically significant ($P\text{-value} < 0.0001$) Therefore, awareness of the risk of disease and awareness of the benefits of disease prevention practices should be promoted more clearly.

Keyword: Behavior Health Promotion, Prevention of Coronavirus Infection 2019, Elderly

บทนำ

องค์การอนามัยโลกได้เผยแพร่ข้อมูลไว้ว่า เชื้อไวรัสสามารถแพร่กระจายจากคนสู่คนได้ทางละอองฝอยจากจมูกหรือปากที่ถูกขับออกมาเมื่อผู้ป่วย ไอ จามหรือพูดคุ้ย โดยไม่มีอุปกรณ์ป้องกันละอองฝอยอาจเกิดการติดเชื้อได้โดยตรงโดยการสูดเข้าไปทางปากและจมูกหรือทางอ้อมจากการสัมผัสบริเวณที่มีการปนเปื้อนของเชื้อโรคแล้วสัมผัสจมูก ปาก ตา โดยที่ไม่ได้ทำความสะอาดมือ จึงมีคำแนะนำเบื้องต้นในการป้องกันเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโดยให้สวมหน้ากากอนามัยล้างมือบ่อย ๆ ด้วยสบู่และน้ำหรือเจลล้างมือที่มีส่วนผสมหลักเป็นแอลกอฮอล์ รักษาระยะห่างจากผู้อื่นอย่างน้อย 1 เมตร หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังพื้นที่แออัดอากาศไม่ถ่ายเท รวมทั้งการเข้ารับวัคซีนป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การแยกกักตัวเมื่อติดเชื้อหรือเป็นผู้สัมผัสผู้ติดเชื้อที่มีความเสี่ยงสูง ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่กระจายอย่างเคร่งครัดแม้จะฉีดวัคซีนป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แล้ว (บงกช โมระสกุลและคณะ, 2564) แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 (COVID-19) คือโรคติดเชื้อซึ่งเกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ที่มีการค้นพบในเดือนธันวาคม ปี ค.ศ. 2019 มีชื่อทางการว่า SARS-CoV-2 คาดว่าเชื้อไวรัสเกิดการกลายพันธุ์แล้วระบาดจากสัตว์สู่คน โดยเริ่มมีการระบาดที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ในเดือนธันวาคมปี ค.ศ. 2019 จนเกิดการแพร่ระบาดไปทั่วโลก โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่วนใหญ่จะเกิดการติดเชื้อที่ระบบทางเดินหายใจ ผู้ติดเชื้อส่วนมากจะมีอาการเล็กน้อยถึงปานกลางสามารถฟื้นตัวได้โดยไม่ต้องรักษาเป็นพิเศษในกลุ่มของเด็กและวัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้ติดเชื้อที่มีความเสี่ยงต่ำ ส่วนใหญ่จะมีอาการเล็กน้อยถึงปานกลาง ในกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ที่มีโรคประจำตัว เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคระบบทางเดินหายใจเรื้อรังและโรคมะเร็ง จะเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง มีแนวโน้มที่จะพบอาการที่รุนแรงมากขึ้น อาการที่พบได้โดยทั่วไปของผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือ อาการอ่อนเพลีย เป็นไข้ ไอ สูญเสียความสามารถในการดมกลิ่นและรับรส อาการที่รุนแรงขึ้นเล็กน้อยพบได้ไม่บ่อยนัก ได้แก่ อาการเจ็บคอ ปวดศีรษะ ปวดเมื่อยตามตัว ท้องเสีย มีผื่น ตาแดงหรือระคายเคืองตา อาการที่รุนแรงพบได้น้อยได้แก่ เจ็บหน้าอก หายใจถี่ มึนงง ทั้งนี้อาการป่วยหนักและการเสียชีวิตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สามารถเกิดขึ้นได้กับทั้งในกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่ำและความเสี่ยงสูง (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

การสร้างเสริมสุขภาพเป็นกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนกลุ่มผู้สูงอายุให้ได้เพิ่มความสามารถในการควบคุมปัจจัยต่าง ๆ ป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีผลต่อสุขภาพของตนเองและสร้างเสริมสุขภาพของตนเองให้ดีขึ้น การสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องของบุคคล โดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุในทางบวกที่มุ่งหวังพัฒนาผู้สูงอายุให้มีระดับสุขภาพที่ดีขึ้น องค์การอนามัยโลกพร้อมกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้ผลักดันแนวคิดยุทธศาสตร์การสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยประเทศไทยได้ดำเนินการในเรื่องนโยบายสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุและมีการปฏิรูปและพัฒนา

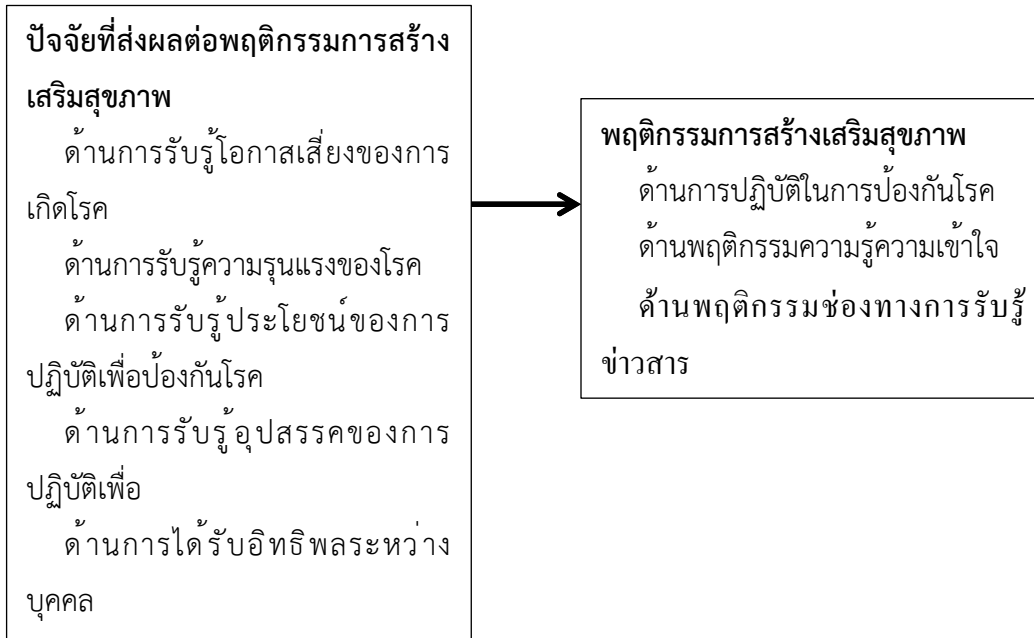
ระบบสุขภาพของผู้สูงอายุในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุที่ดีแทนการซ่อมแซมสุขภาพของผู้สูงอายุที่เสียให้ผู้สูงอายุมีความรู้ความเข้าใจเห็นความสำคัญของสุขภาพของผู้สูงอายุและหันมาเอาใจใส่เรื่องสุขภาพของผู้สูงอายุไม่เพียงแต่ป้องกันตัวเองไม่ให้เจ็บป่วย แต่จะมุ่งสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุที่ดีด้วยแนวทางต่าง ๆ ให้เป็นไปเพื่อเกิดสุขภาวะทั่วทั้งสังคม ลดการเจ็บป่วย การพิการและการตายของผู้สูงอายุที่ไม่สมควร (กรมควบคุมโรค, 2564)

จังหวัดมหาสารคาม การปกครองแบ่งออกเป็น 13 อำเภอ 133 ตำบล 1,944 หมู่บ้าน และ 30 ชุมชน จำนวนประชากรทั้งหมด 940,911 คน แบ่งเป็นชาย จำนวน 466,552 คน แบ่งเป็นหญิงจำนวน 474,359 คน ผู้สูงอายุจำนวน 129,998 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) มีผู้สูงอายุติดเชื้อไวรัสโคโรนา จำนวน 1,664 คน และแต่ละครัวเรือนประชากรส่วนใหญ่มีแนวโน้มและอาจจะเป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการติดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังกล่าวนี้อยู่ในกลุ่มโรคที่ติดต่อรวดเร็วและทำให้ถึงแก่ชีวิตได้ สาเหตุสำคัญคือ พฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหาร การใกล้ชิดกลุ่มเสี่ยง การสัมผัสกลุ่มเสี่ยง การไม่ออกกำลังกาย การไม่มีความรู้ในการป้องกันตนเอง เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ จึงได้ศึกษาพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 129,998 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ที่ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย การสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีจำนวนมาก มีความแตกต่างกันระหว่างหน่วยสุ่มที่สามารถจำแนกออกเป็นชั้นภูมิ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้นี้มีความครบถ้วน ครอบคลุม และคำนวณหาจำนวนตัวอย่างตามสูตรทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 400 คน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ การสร้างเครื่องมือเชิงปริมาณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตของคำถาม และโครงสร้างของแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด การวิจัย นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง
4. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่แก้ไข และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วไปทำการทดสอบ จำนวน 40 คน กับประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้วิธีของคอลลาค ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ .927 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม หลังจากนั้นรวบรวมแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติทางสังคมศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ และร้อยละของ

ผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการนำเสนอเป็นตารางใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบการอภิปรายผล

2. การวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบเป็นลำดับขั้น ประกอบการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการปฏิบัติในการป้องกันโรค	3.05	.32	ปานกลาง
ด้านพฤติกรรมความรู้ความเข้าใจ	3.04	.33	ปานกลาง
ด้านพฤติกรรมช่องทางการรับรู้ข่าวสาร	3.07	.28	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.06	.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับ ปานกลาง (=3.06 S.D.=.26) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านพฤติกรรมช่องทางการรับรู้ข่าวสาร อยู่ในระดับ ปานกลาง (=3.07 S.D.=.28) ด้านการปฏิบัติในการป้องกันโรค อยู่ในระดับ ปานกลาง (=3.05 S.D.=.32) และด้านพฤติกรรมความรู้ความเข้าใจ อยู่ในระดับ ปานกลาง (=3.04 S.D.=.33) ตามลำดับ โดยผู้สูงอายุควรมีการสร้างเสริมสุขภาพในแต่ละด้านไม่ว่าจะเป็น ด้านพฤติกรรมช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ด้านการปฏิบัติในการป้องกันโรค และด้านพฤติกรรมความรู้ความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางอื่นๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่ายต่างๆ ทั้งการปฏิบัติตามข้อกำหนดจากหน่วยงานภาครัฐในการป้องกันโรค และสร้างความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามคำสั่งของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดอยู่เสมอ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

ลำดับตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือก	B	S.E.	Beta	t	P-value	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.053	.027		-1.962	.000	-.107	.000
ด้านการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรค X_1	.191	.008	.228	23.615	.000*	.175	.207
ด้านการรับรู้ความรุนแรงของโรค X_2	.424	.016	.596	27.214	.743	.393	.455
ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรค X_3	.082	.009	.153	8.698	.000*	.063	.100
ด้านการรับรู้อุปสรรคของการปฏิบัติเพื่อ X_4	.103	.012	.148	8.823	.342	.080	.126
ด้านการได้รับอิทธิพลระหว่างบุคคล X_5	.226	.011	.137	21.410	.689	.205	.247
SE _{est} = $\pm$.00141 R = .994; R ² = .983 ; Adj. R ² = .983; F = 6235.289; p-value = 0.01							

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคและปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคมียผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P-value<0.0001) ดังนั้นควรมีการส่งเสริมการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคและการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

1) พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับ ปานกลาง ($=3.06$ S.D. $=.26$) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านพฤติกรรมช่องทางการรับรู้ข่าวสาร อยู่ในระดับ ปานกลาง ($=3.07$ S.D. $=.28$) ด้านการปฏิบัติในการป้องกันโรค อยู่ในระดับ ปานกลาง ($=3.05$ S.D. $=.32$) และด้านพฤติกรรมความรู้ความเข้าใจ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($=3.04$ S.D. $=.33$) ตามลำดับ โดยผู้สูงอายุควรมีการสร้างเสริมสุขภาพในแต่ละด้านไม่ว่าจะเป็น ด้านพฤติกรรมช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ด้านการปฏิบัติในการป้องกันโรค และด้านพฤติกรรมความรู้ความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางอื่นๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่ายต่างๆ ทั้งการปฏิบัติตามข้อกำหนดจากหน่วยงานภาครัฐในการป้องกันโรค และสร้างความรู้ความเข้าใจ ในการปฏิบัติตามคำสั่งของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธัญรัตน์ ฤกษ์ชัยและคณะ (2561) ได้ศึกษา พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนตำบลนาฝาย อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับวิลาสินี หลัวน้อย, ไพบุลย์ พงษ์แสงพันธ์, กาญจนา พิบุลย์, ธรรมวัฒน์ อุปวงษาพัฒน์ (2566) ได้ศึกษา พฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุอยู่ในระดับสูง

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคและปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคมีผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} < 0.0001$) ดังนั้นควรมีการส่งเสริมการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคและการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ สอดคล้องกับการศึกษาของ พัทธวรรณ ลาน้อย (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($P\text{-value} < 0.001$) ปัจจัยนำที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ การรับรู้ภาวะสุขภาพ ($P\text{-value} < 0.05$) 4) ปัจจัยเอื้อที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อ

การออกกำลังกายและการมีกลุ่มและเครือข่ายทางสังคม ($p\text{-value} < 0.001$) 5) ปัจจัยเสริมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข/บุคลากรทางการแพทย์ การได้คำแนะนำจากเพื่อน คนในครอบครัว และการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ เช่น สื่อออนไลน์ วารสาร ทีวี ($P\text{-value} < 0.001$) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินาถ อินทร์เข้มชื่น, เกษร สำเภาทอง, นนทธิยา หอมขำ (2566) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือ การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค อยู่ในระดับสูง (Adjusted Odd Ratio [Adjusted OR]=2.99, 95% Confidence Interval [CI]=1.16-7.71) และปัจจัยชักนำให้เกิดการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรค อยู่ในระดับสูง (Adjusted OR=3.07, 95% CI=1.36-6.92)

ข้อเสนอแนะ

1) รมรณรงค์ให้ผู้สูงอายุและเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องน่านโยบายการสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนาอย่างจริงจัง และควรให้บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่แต่ละฝ่าย เข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดการมีส่วนร่วมทั้งพัฒนาพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างมีประสิทธิภาพ

2) หลังจากที่ได้มีการดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ควรจะเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น ทั้งด้านขนาดพื้นที่ทำการวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์หามาตรการประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมในปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ต่อไปอย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- กรมควบคุมโรค. (2564). แนวทางการบริหารจัดการการควบคุมโรคในสถานที่กักกันซึ่งทางราชการกำหนด ฉบับปรับปรุง version 4. นนทบุรี: กรมควบคุมโรค.
- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). คู่มือการแพทย์ แนวทางการจัดการศพ ผู้ป่วยติดเชื้อ COVID - 19 กระทรวงสาธารณสุข. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

- ธัญรัตน์ ภูงศ์ชัยและคณะ. (2561). พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนตำบลนาฝาย อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพ. 36 (1), 119-126.
- บงกช โมระสกุล และพรศิริ พันธสี. (2564). ความรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคโควิด - 19 ของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา และวิทยาลัยเซนต์หลุยส์. วารสาร ศูนย์อนามัยที่ 9, 15(37), 179-195.
- พัทธวรรณ ลาน้อย. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่. สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). จำนวนการเกิดจากการทะเบียน จำแนกตามเพศ ภาคและจังหวัด พ.ศ. 2556-2566. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper. & Row.

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

Participation of People on Performance of Developing plan for Agriculture in Mu Mon Sub-District of Mueang District in Udonthani Province

दनय लामका¹

Danai Lamkham¹

อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ วิทยาลัยพิจัยบัณฑิต¹

Lecturer of Public Administration, Faculty of Political Science, Pitchayabundit College¹

Received: 25 March 2024; Revised: 5 April 2024; Accepted: 7 April 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม 2) เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตร ได้แก่ หัวหน้าครัวเรือนในตำบลหม่ม จำนวน 335 คน และกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตร จำนวน 40 คน โดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ เติลย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test (Independent Sample) และ F-test (One Way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม หัวหน้าครัวเรือนในตำบลหม่ม ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่มน

ด้านการเสนอปัญหา ควรให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมเสนอปัญหาของหมู่บ้าน ประเด็นความช่วยเหลือด้านการเกษตร จูงใจให้เกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผน ร่วมเสนอโครงการ และควรจัดทำเนื้อหาให้ชัดเจน เผยแพร่ให้กับประชาชนทราบต่อไป

ด้านการวางแผนการดำเนินการ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล วางแผนการพัฒนาแหล่งน้ำ สร้างจิตสำนึกให้เด็กและเยาวชนรู้เรื่องการทำการเกษตรตั้งแต่เด็ก ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผน สะท้อนปัญหาและความต้องการด้านการเกษตร ควรมุ่งให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน

ด้านการปฏิบัติการ ควรสร้างถนนที่เป็นพื้นฐานการทำการเกษตร จัดหาไม้แหล่งน้ำ ไฟฟ้าเพื่อการเกษตร สนับสนุนเงินทุน และพันธุ์พืช-สัตว์เลี้ยง สร้างความสามัคคีปรองดองในชุมชน จัดอบรมให้ความรู้เรื่องการเกษตร ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการจัดทำแผน และทบทวนแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล

ด้านผลประโยชน์ ทำให้เกษตรกรมีผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น มีความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง สามารถปลูกพืชแบบผสมผสาน สามารถบริหารจัดการกันเอง วางแผนในการใช้จ่ายเงินอย่างเป็นระบบ และประชาชนควรได้ผลประโยชน์สูงสุดในทุกด้านจากการดำเนินตามแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล

ด้านการติดตามผลและประเมินผล ให้คณะกรรมการหมู่บ้านติดตามผลและประเมินผลแผนอย่างต่อเนื่อง ควรติดตามผลและประเมินผลกลุ่มเกษตรกรเพาะปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ ให้ประชาชนร่วมทบทวนและปรับปรุงแผนทุกครั้งเพื่อสร้างสมประสพการณ์ให้กับประชาชน

คำสำคัญ: แผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล, การมีส่วนร่วม, ประชาชน



Abstract

The objectives of this research were 1) to study the level on participation of people for performance of developing plan on agriculture in Mu Mon Sub district, 2) to compare the participation of people on performance of developing plan for agriculture in Mu Mon Sub-district and 3) to study the guidelines on participation of people for performance of developing plan on agriculture in Mu Mon Sub-district of Mueang District in Udonthani Province. The samples using in this research were 336 persons from the chiefs of families in Mu Mon Sub-district and the purposive groups were 40 persons by using questionnaires and semi-structured interviews The statistics using for data analyzing included frequency, percentage, percentage, mean and standard deviation the hypothesis testing using t-test (Independent Sample) and F-test (One Way ANOVA).

The results of findings were as follows

For overall on participation of people for performance of developing plan on agriculture in Mu Mon Sub-district of Mueang District in Udonthani Province was in medium level. The Result of comparative analysis on participation of people for performance of developing plan in Mu Mon Sub-District of Mueang District in Udonthani Province.The chiefs of families in Mu Mon Sub-District of Mueang District in Udonthani Province with different gender, age, educational level and occupation were participated on Mu Mon Sub-District of Mueang District in Udonthani Province and were statistical significant different at .05 level.

Guidelines on participation of people on performance of developing plan for agriculture in Mu Mon sub-district of as follows:

The aspect of problem informing should be on participation of people on informing the problem for help on agriculture, motivation on performance for plan of agriculture with project informing and performance on clear contents for people.

The aspect of operating plan should be on communication for agriculture in sub-district, planning on developing of water resource, instilling of children consciousness on agriculture and reflecting the problems of people.

The aspect of operation should be on communication for knowledge and understanding for people on plan, construction the agricultural road, providing on water resource, agricultural electricity, support on water resource, agricultural electricity, support on budget, seeds and pets, promotion on harmony in communities, training on agriculture, participation of people on limit of guidelines on performance of developing plan for agriculture and the reconsidering on developing plan for agriculture in sub-district should be on participation of people as mentioned.

The aspect of advantage should be on increasing of agricultural product, understanding on sufficient economy systematic expense and the operation on developing plan for agriculture in sub-district should be on advantage of people on the whole.

The aspects of following up and evaluation should be on committee, follow up and evaluation should be on continuity from the village should be on following up and evaluating by the village committee and reconsidering and improvement the plan for people.

Keyword: Developing Plan on Agriculture in Sub-District, Participation, People

บทนำ

โดยหลักการทั่วไปการพัฒนา (Development) นั้น หมายถึง การทำหรือแก้ไขปัญหา (Problem Solving) เพื่อให้สภาพความเป็นอยู่ของคนในสังคมดีขึ้น (Melkote, 2001) หรือเป็นการนำความคิดใหม่เข้าสู่ระบบสังคม เพื่อปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น ซึ่งรัฐจะกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจากปัญหาและความต้องการของประชาชน (Rogers, 1995) โดยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication) ทั้งในระดับประเทศ สังคม และชุมชนนั้น จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เพื่อให้สมาชิกของชุมชนมีส่วนร่วมในการติดต่อสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิด ซึ่งกันและกัน ตลอดจนร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาชุมชนของตนให้บรรลุเป้าหมาย การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนภายในชุมชนนี้เองจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนพลังภายในชุมชนให้กลายเป็น “ชุมชนเข้มแข็ง” ได้เพราะชุมชนที่ยั่งยืน หมายถึง ชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนรวมทั้งมีสัมพันธภาพที่ดีของคนในชุมชนด้วย (วิสาखा ภูจินดา, 2558)

แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) นั้นเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ถือเป็นกรอบแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคการเกษตรในระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) และนโยบายรัฐบาลภายใต้วิสัยทัศน์ “ภาคเกษตรก้าวไกลด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมตลาดนำการผลิต ชีวิตเกษตรกรมีคุณภาพ ทรัพยากรการเกษตรมีความสมดุลและยั่งยืน” ครอบคลุมการพัฒนาภาคการเกษตร ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย การสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร การเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทาน การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน และการพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งในการกำหนดกรอบแนวคิดและทิศทางการพัฒนาของแผนพัฒนาการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) นั้น ได้เน้นความต่อเนื่องกับแผนที่ผ่านมา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นศูนย์กลางการพัฒนาอย่างสมดุล มีการรวมกลุ่มเป็นสถาบันเกษตรกรในชุมชนต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้สามารถดำเนินงานในรูปของธุรกิจเกษตรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ รัชกาลที่ 9 มาขยายผลและประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาการเกษตรในระยะต่อไป ถือเป็นก้าวสำคัญของการพัฒนาประเทศจากวิถีการทำเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การบริหารจัดการการเกษตรแบบสมัยใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสนับสนุนการผลิตสินค้าเกษตร ซึ่งถือเป็น การขับเคลื่อนใน 5 ปีหลัง (พ.ศ. 2566 – 2570) ของยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) และการพัฒนาประเทศภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0

(สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559) และภาคการเกษตรของประเทศไทยปัจจุบันมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ การจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรจึงมีความสำคัญในระดับชาติ ระดับจังหวัด อำเภอ ระดับตำบล และในระดับหมู่บ้าน ชุมชน ในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรจะต้องมีวัตถุประสงค์ เป้าหมายและมาตรการ วิธีการดำเนินการที่ชัดเจน สอดคล้องกับสถานการณ์การเกษตรและเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะ เศรษฐกิจ BCG อันประกอบด้วย 3 เศรษฐกิจหลัก คือ B (Bio Economy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่าเชื่อมโยงกับ C (Circular Economy) ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้ อยู่ภายใต้ G (Green Economy) หรือระบบเศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งมุ่งแก้ไขปัญหามลพิษประกอบมติดัชนีรัฐมนตรีให้มีการขับเคลื่อนแผนชุมชนในระดับหมู่บ้าน ซึ่งแผนด้านการเกษตรก็เป็นส่วนหนึ่งของแผนชุมชนและแผนพัฒนาในระดับท้องถิ่น ตำบล อำเภอ จังหวัด และแผนพัฒนาการเกษตรระดับตำบลนั้น เป็นแผนของชุมชนเกษตรหรือชุมชนที่เกษตรกร และชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ละหมู่บ้านมาร่วมกันวิเคราะห์ สังเคราะห์บนพื้นฐานข้อมูล หรือปัญหาและความต้องการชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการพัฒนาการเกษตรในภาพรวมของตำบลร่วมกัน (นรินทร์ แชมพิมาย, 2559)

ตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ได้มีการจัดทำโครงการพัฒนาการเกษตรชุมชน ข้อมูลด้านต่างๆ ได้มาจากการจัดเวทีชาวบ้าน ข้อมูลจากหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในการจัดทำแผนในครั้งนี้มุ่งเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา การนำเสนอปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาของชุมชนเอง และแนวทางพัฒนาการเกษตรตำบลหมู่นนั้น สถาบันเกษตรกรในพื้นที่ตำบลหมู่น มีการกระจายอยู่ทั่วไปของทุกหมู่บ้าน มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 1 กลุ่ม สมาชิก 26 คน กลุ่มเยาวชนในโรงเรียน 1 กลุ่ม สมาชิก 30 คน กลุ่มธรรมชาติ 16 กลุ่ม สมาชิก 220 คน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4 กลุ่ม ในการรวมกลุ่มของสถาบันต่าง ๆ ยังไม่มีการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอย่างต่อเนื่องเข้มแข็งเท่าที่ควร การพัฒนาควรมุ่งเน้นในด้านสมาชิกและกรรมการให้รู้และเข้าใจในบทบาทหน้าที่ การคัดเลือกกรรมการที่มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องมุ่งเน้นการใช้ปัจจัยที่มีอยู่ในพื้นที่เป็นหลัก ควรมุ่งเน้นการรวมกันซื้อกันขาย นำภูมิปัญญาที่มีอยู่มาใช้อย่างจริงจัง มีการวางแผนแม่บทโดยใช้เวทีและข้อมูลของสมาชิกเป็นสำคัญ ประการที่สำคัญ ขอให้มีการรวมใจอย่างแท้จริงมุ่งให้สมาชิกได้รับประโยชน์สูงสุด มีกิจกรรมจากพื้นฐานที่มีอยู่ จึงจะทำให้สถาบันมีความเข้มแข็ง มั่นคง เจริญไปได้ในอนาคต (ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลหมู่น, 2560)

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้น พบว่า ในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรในระดับตำบลนั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละหมู่บ้านต้องมาร่วมกันวิเคราะห์และสังเคราะห์ บนพื้นฐานข้อมูลหรือปัญหาและความต้องการของชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการพัฒนาการเกษตรประจำตำบลในภาพรวมของตำบลร่วมกันทำ และได้แผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนในตำบล กรมส่งเสริมการเกษตร

และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ยังให้ความสำคัญกับแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลทุกตำบลเพื่อการขับเคลื่อน โครงการตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง โดยการได้รับสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่ง และโครงการใดที่เกินงบประมาณที่จะสนับสนุนได้ ก็นำเสนอโครงการในระดับอำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัดและประเทศเป็นลำดับถัดไป ผู้วิจัยซึ่งเคยปฏิบัติงาน ในพื้นที่และมีบทบาทในการขับเคลื่อนงานสภาเกษตรกรจังหวัดอุดรธานี และส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าไปมีส่วนร่วมในและทำแผนพัฒนาการเกษตรในระดับตำบล จึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อใช้ในการส่งเสริมการดำเนินการโครงการของแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น ทำให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน และนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนการพัฒนาการเกษตรประจำตำบลทุกแห่งทั่วประเทศได้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลหมื่น ให้มีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่วางไว้ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
3. ได้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
4. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ในการพัฒนาปรับปรุงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นกับประชาชนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ หัวหน้าครัวเรือนในตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 2,071 ครัวเรือน (ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลโขงเจียม 2565) กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ หัวหน้าครัวเรือนในตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 336 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของยามาเน (Yamane, 1967) ซึ่งหลังจากได้กลุ่มตัวอย่างแต่ละหมู่บ้าน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีจับฉลากในหมู่บ้านเพื่อให้ได้บุคคลที่เป็นหัวหน้าครัวเรือนที่อาศัยอยู่จริง กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยการจัดเวทีประชาคม รวมทั้งสิ้น จำนวน 40 คน ประกอบด้วย 1) ตัวแทนครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 21 คน 2) นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 1 คน 3) ตัวแทนคณะกรรมการบริหารศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 6 คน 4) กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน 12 หมู่บ้าน จำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมี 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเสนอปัญหา ด้านการวางแผนการดำเนินการ ด้านการปฏิบัติการ ด้านผลประโยชน์ และด้านการติดตามผลและประเมินผล ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วยคำถามที่ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเสนอปัญหา ด้านการวางแผนการดำเนินการ ด้านการปฏิบัติการ ด้านผลประโยชน์ และด้านการติดตามผลและประเมินผล การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ ข้อ 2 ดังนี้ 1) ผู้ศึกษาทำการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 2) ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างและรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและทีมงานผู้ช่วยวิจัย ซึ่งได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 335 ฉบับ 3) นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ และเก็บรวบรวมเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ในการดำเนินการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ดังนี้ การศึกษาวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ข้อเสนอแนะแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหม่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนการดำเนินงานผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ระยะ

ดังนั้น ระยะเวลาที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ วรรณกรรม ตำรา หนังสือ บทความวิชาการ ผลการวิจัย และสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ฯลฯ การลงพื้นที่ภาคสนาม คือ การลงพื้นที่การวิจัยเพื่อสำรวจข้อมูลบริบทของพื้นที่ และศึกษาสภาพการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ตามกระบวนการ (Process) ระยะเวลาที่ 2 เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในระยะที่สอง วิธีดำเนินการวิจัยมีกระบวนการศึกษาตามขั้นตอนที่วางเอาไว้ ดังนี้ ศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ วรรณกรรม ตำรา หนังสือ บทความวิชาการ ผลการวิจัย และสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ตามกระบวนการ (Process) การลงพื้นที่ภาคสนาม คือ การลงพื้นที่การวิจัยเพื่อค้นหาข้อเสนอแนะแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน (Process) การรวบรวมข้อมูลและสรุปผล คือ เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยและกลุ่มเป้าหมายจะต้องร่วมกันรวบรวมข้อมูลและสรุปผลจากทุกภาคส่วน ทั้งภาคเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและภาคสนาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ร่วมกัน การตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงปริมาณ 1) วิเคราะห์โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาแปลงข้อมูลเป็นรหัสตัวเลขและบันทึกลงในสื่อกอมพิวเตอร์ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ และประกอบกับการนำเสนอแบบตาราง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาแปลค่าเฉลี่ย พฤติกรรมของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อระดับพฤติกรรม ข้อเสนอแนะแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี วิเคราะห์วิเคราะห์โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จำแนกและจัดหมวดหมู่ แล้วสรุปเป็นประเด็นหลักและพรรณนาข้อความอย่างละเอียด ข้อมูลเชิงคุณภาพ 1) การตรวจสอบข้อมูล ผู้ศึกษาดำเนินการนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาเอกสาร และข้อมูลจากภาคสนาม โดยแยกตามวัตถุประสงค์มาตรวจสอบ (สุภางค์ จันทวานิช, 2547) ดังต่อไปนี้ นำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้จากเอกสารต่าง ๆ มาศึกษาอย่างละเอียด ตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ นำข้อมูลจากภาคสนาม ที่เก็บรวบรวมได้จากการสำรวจ การสังเกตการสัมภาษณ์ซึ่งได้จัดบันทึกและสรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่ทำการศึกษาวิจัย นำข้อมูลที่ได้รวบรวมได้จากเอกสาร และข้อมูลภาคสนามที่รวบรวมได้จากการสำรวจการสังเกต และการสัมภาษณ์ มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ซึ่งในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผู้ศึกษาวิจัยใช้วิธีตรวจสอบสามเส้าของ (Denizen, 1970) คือ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน 2) การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสาร และข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสำรวจ

การสังเกต และการสัมภาษณ์ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อมูลสรุป ดังต่อไปนี้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2547) การวิเคราะห์แบบอุปนัย คือ วิธีตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูลรูปธรรม หรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม หรือเหตุการณ์หลาย ๆ เหตุการณ์ แล้วก็ลงมือสร้างข้อสรุป ถ้าข้อสรุปนั้นยังไม่ได้มีการตรวจสอบยืนยัน ก็ถือเป็นสมมุติฐานชั่วคราว หากได้รับการยืนยันแล้ว ก็ถือเป็นข้อสรุป วิเคราะห์โดยทฤษฎี คือ การแยกชนิดในเหตุการณ์นั้น โดยการยึดแนวคิดทฤษฎีเป็นกรอบซึ่งสามารถแยกชนิดออก ได้แก่ การกระทำ กิจกรรม ความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และสภาพหรือสถานการณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์สถิติพรรณนา หรือค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (บุญชม ศรีสะอาด, 2542) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, F-test หรือ One Way ANOVA และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวม

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนา การเกษตรประจำตำบลหมื่น โดยภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการเสนอปัญหา	3.26	1.01	ปานกลาง	1
2. ด้านการวางแผนการดำเนินการ	2.93	0.95	ปานกลาง	2
3. ด้านการปฏิบัติการ	2.70	1.02	ปานกลาง	3
4. ด้านผลประโยชน์	2.46	0.85	น้อย	4
5. ด้านการติดตามผลและประเมินผล	2.37	0.88	น้อย	5
รวม	3.26	1.01	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.26$, S.D.=1.01) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการเสนอปัญหา ($\bar{X}=3.26$, S.D.=1.25) รองลงมา คือ ด้านการวางแผนการ

ดำเนินการ ($\bar{X}=2.93$, S.D.=0.95) ด้านการปฏิบัติการ ($\bar{X}=2.70$, S.D.=1.02) และด้านผลประโยชน์ ($\bar{X}=2.46$, S.D.=0.85) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการติดตามผลและประเมินผล ($\bar{X}=2.37$, S.D.=0.88) และเมื่อพิจารณารายด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านการเสนอปัญหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.26$, S.D.= 1.01) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ มีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางในการพัฒนาเพื่อแก้ไขและลดปัญหาของการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=3.39$, S.D.= 1.25) รองลงมา คือ มีส่วนร่วมในการเสนอความต้องการพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=3.31$, S.D.= 1.10) มีส่วนร่วมในการเสนอโครงการและแผนงานพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=3.27$, S.D.=1.13) และมีส่วนร่วมในการเสนอปัญหาเพื่อพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=3.18$, S.D.=1.19) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มีส่วนร่วมในการเสนอในการใช้ทรัพยากรเพื่อพัฒนาการเกษตรประจำตำบลที่มีอยู่อย่างจำกัด ($\bar{X}=3.17$, S.D.= 1.11)

1.2 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านการวางแผนการดำเนินการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.93$, S.D.=0.95) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการหรือกิจกรรมของแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=3.05$, S.D.= 1.14) รองลงมา คือ มีส่วนร่วมในการแก้ไขและลดปัญหาของการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=3.05$, S.D.= 1.18) มีส่วนร่วมในการแนวทางในการวางแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=2.99$, S.D.= 1.07) และมีส่วนร่วมวางแผนในการจัดเก็บข้อมูล ประวัติความเป็นมาของชุมชน ข้อมูลด้านพื้นที่ ($\bar{X}=2.78$, S.D.= 1.13) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มีส่วนร่วมวางแผนการใช้ทรัพยากรในพื้นที่รับผิดชอบ ($\bar{X}=2.76$, S.D.= 1.07)

1.3 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านการปฏิบัติการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$, S.D.= 0.41) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ มีส่วนร่วมในการรวบรวมปัญหาของชุมชน การจัดกลุ่มปัญหา การวิเคราะห์ปัญหา และจัดลำดับความสำคัญของปัญหาชุมชน ($\bar{X}=2.87$, S.D.= 1.24) รองลงมา คือ มีส่วนในการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของชุมชน และความต้องการของชุมชน ($\bar{X}=2.81$, S.D.=1.22) มีส่วนร่วมในการเชิญชวนสมาชิกในชุมชนร่วมสำรวจข้อมูลพื้นที่ๆ เพื่อใช้ในการจัดทำแผน ($\bar{X}=2.78$, S.D.= 1.10) มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนผังประวัติชุมชนและเสนอแผนผังประวัติความเป็นมาของชุมชน ($\bar{X}=2.71$, S.D.= 1.24) มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=2.69$, S.D.= 1.17) มีส่วนร่วมในการตรวจสอบ

ข้อมูลสมาชิกชุมชนรายครัวเรือน มีส่วนร่วมในการสร้างแผนผังปัญหา ($\bar{X}=2.67$, S.D.= 1.12) และมีส่วนร่วมในการทบทวนแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=2.52$, S.D.= 0.94) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มีส่วนร่วมในการเขียนโครงการพัฒนาตำบล ($\bar{X}=2.51$, S.D.= 1.10)

1.4 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านผลประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.46$, S.D.= 0.85) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ การได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=2.74$, S.D.= 1.01) รองลงมา คือ ได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ การศึกษาดูงานด้านการเกษตร ($\bar{X}=2.74$, S.D.= 1.07) ได้รับการสนับสนุนปัจจัยการผลิตด้านการเกษตร ($\bar{X}=2.45$, S.D.= 1.07) และได้ค่าตอบแทนจากการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=2.21$, S.D.= 0.91) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ได้รับรางวัลหรือขวัญกำลังใจเมื่องานโครงการตามแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลประสบความสำเร็จ ($\bar{X}=2.16$, S.D.= 1.10)

1.5 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านการติดตามผลและประเมินผล โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.37$, S.D.=0.88) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ มีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรมตามแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ($\bar{X}=2.56$, S.D.=1.15) รองลงมา คือ มีส่วนร่วมประเมินผลโครงการตามแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลที่ได้ดำเนินการทุกโครงการ ($\bar{X}=2.47$, S.D.=1.06) มีส่วนร่วมในการตรวจสอบ วิเคราะห์ และประสานงานตามแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล กับแผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบล แผนพัฒนาตำบล และแผนพัฒนาอำเภอ ($\bar{X}=2.40$, S.D.=0.93) และมีส่วนร่วมทบทวนแผนงานโครงการทุกปี ($\bar{X}=2.27$, S.D.=0.92) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มีส่วนร่วมประเมินผลการใช้ทรัพยากรเพื่อพัฒนาการเกษตรประจำตำบลที่มีอยู่อย่างจำกัด ($\bar{X}=2.18$, S.D.=0.90)

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมหัวหน้าครัวเรือนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการเสนอปัญหา ด้านการวางแผนการ

ดำเนินการ ด้านการปฏิบัติการ และด้านการติดตามผลและประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

2.2 ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมหัวหน้าครัวเรือนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการเสนอปัญหา ด้านการวางแผนการดำเนินการ ด้านผลประโยชน์ และด้านการติดตามผลและประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการปฏิบัติการ ไม่แตกต่างกัน

2.3 ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมหัวหน้าครัวเรือนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่นทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมหัวหน้าครัวเรือนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่นทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี สามารถสรุปได้ดังนี้สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ด้านการเสนอปัญหา ควรให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมเสนอปัญหาของหมู่บ้าน ประเด็นความช่วยเหลือด้านการเกษตร จูงใจให้เกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผน ร่วมเสนอโครงการและควรจัดทำเนื้อหาให้ชัดเจนเผยแพร่ให้กับประชาชนทราบต่อไป

3.2 ด้านการวางแผนการดำเนินการ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล วางแผนการพัฒนาแหล่งน้ำ สร้างจิตสำนึกที่ดี มุ่งแก้ไขปัญหาผลกระทบด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน เน้นให้เด็กและเยาวชนรู้เรื่องการทำการเกษตรตั้งแต่เด็ก ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนสะท้อนปัญหาและความต้องการด้านการเกษตร ควรมุ่งให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน

3.3 ด้านการปฏิบัติการ ควรสร้างถนนที่เป็นพื้นฐานการทำการเกษตร จัดหาแหล่งน้ำ ไฟฟ้าเพื่อการเกษตร สนับสนุนเงินทุน และพันธุ์พืช-สัตว์เลี้ยง สร้างความสามัคคีปรองดองในชุมชน จัดอบรมให้ความรู้เรื่อง

การเกษตร ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการจัดทำแผนและทบทวนแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล

3.4 ด้านผลประโยชน์ ทำให้เกษตรกรมีผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น มีความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง สามารถปลูกพืชแบบผสมผสาน สามารถบริหารจัดการกันเอง วางแผนในการใช้จ่ายเงินอย่างเป็นระบบ และประชาชนควรได้ผลประโยชน์สูงสุดในทุกด้านจากการดำเนินตามแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล

3.5 ด้านการติดตามผลและประเมินผล ให้คณะกรรมการหมู่บ้านของติดตามผลและประเมินผลแผนอย่างต่อเนื่อง ควรติดตามผลและประเมินผลกลุ่มเกษตรกรเพาะปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ ให้ประชาชนร่วมทบทวนและปรับปรุงแผนทุกครั้งเพื่อสร้างสมประโยชน์ให้กับประชาชน

อภิปรายผลการวิจัย

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่บ้าน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการเสนอปัญหา ทั้งนี้อาจเนื่องจากการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรประจำตำบลในกระบวนการจัดทำนั้นไม่มีงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัด ทำให้นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรประจำตำบลไม่มีการดำเนินการในกระบวนการจัดทำแผนรวมถึงการให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมเสนอปัญหาเพื่อการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่บ้าน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจนา นอยปลูก (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง พบว่า การมีส่วนร่วมโดยรวมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ห่ม อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนติลักษณ์ ยกเทพ และยุภาพร ยุภาศ (2560) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตา ศรีนุ่น (2558) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา และพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา อยู่ในระดับปานกลาง

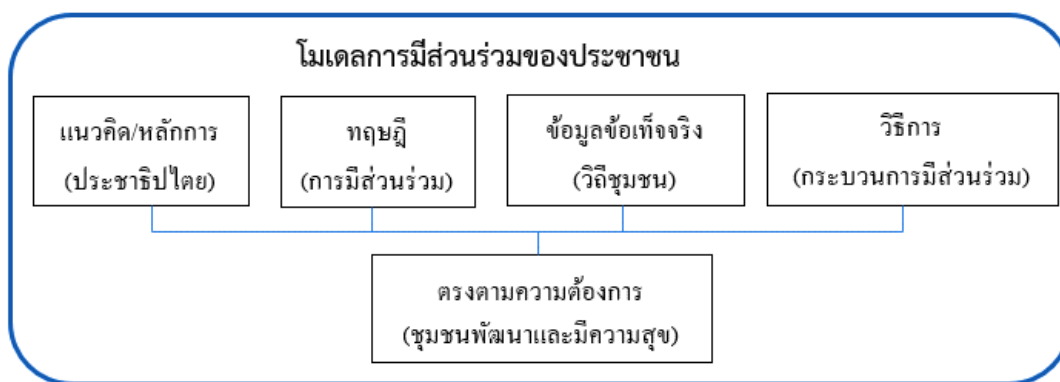
ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่บ้าน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่า หัวหน้าครัวเรือนมีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่บ้าน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาณีย์ กาฬภักดี (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด พบว่า ประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษาและอาชีพ ต่างกัน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านการเสนอปัญหา ควรให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมเสนอปัญหาของหมู่บ้าน ประเด็นความช่วยเหลือด้านการเกษตร จูงใจให้เกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผน ร่วมเสนอโครงการ และควรจัดทำเนื้อหาให้ชัดเจนเผยแพร่ให้กับประชาชนทราบต่อไป ด้านการวางแผนการดำเนินการ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล วางแผนการพัฒนาแหล่งน้ำ สร้างจิตสำนึกให้เด็กและเยาวชนรู้เรื่องการทำการเกษตรตั้งแต่เด็ก ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผน สะท้อนปัญหาและความต้องการด้านการเกษตร ควรมุ่งให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ด้านการปฏิบัติการ ควรสร้าง ถนนที่เป็นพื้นฐานการทำการเกษตร จัดหาแหล่งน้ำ ไฟฟ้าเพื่อการเกษตร สนับสนุนเงินทุน และพันธุ์พืช-สัตว์เลี้ยง สร้างความสามัคคีปรองดองในชุมชน จัดอบรมให้ความรู้เรื่องการเกษตร ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการจัดทำแผน และทบทวนแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ด้านผลประโยชน์ ทำให้เกษตรกรมีผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น มีความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงสามารถปลูกพืชแบบผสมผสาน สามารถบริหารจัดการตนเอง วางแผนในการใช้จ่ายเงินอย่างเป็นระบบ และประชาชนควรได้ผลประโยชน์สูงสุดในทุกด้านจากการดำเนินตาม แผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล ด้านการติดตามผลและประเมินผล ให้คณะกรรมการหมู่บ้านของติดตามผล และประเมินผลแผนอย่างต่อเนื่อง ควรติดตามผลและประเมินผลกลุ่มเกษตรกรเพาะปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ ให้ ประชาชนร่วมทบทวนและปรับปรุงแผนทุกครั้งเพื่อสร้างสมประโยชน์ให้กับประชาชน ทั้งนี้อาจเนื่องในการให้ ประชาชนได้มีการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลนั้น จะประชาชนจะสามารถสะท้อนสภาพบริบท และ ปัญหาทางการเกษตรในพื้นที่ได้เป็นที่สุด ทำให้แผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลเป็นแผนที่แก้ไขและตอบสนอง ความต้องการของชุมชนนั้นได้ และเมื่อนำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลไปปฏิบัติจริง ก็จะทำให้เกิด ผลประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน และสามารถมองเห็นเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ประชาชนเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และ ยั่งยืนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนตลลักษณ์ ยกเทพ และยุภาพร ยุภาศ (2560) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัด หนองคาย พบว่า ประชาชนที่มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย มีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรได้เข้าร่วมประชุมประชาคมเพื่อสนองปัญหาความต้องการของชุมชนทุก ครั้ง ควรให้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบความ โปร่งใสของการปฏิบัติงานของเทศบาล เทศบาลควรแต่งตั้งประชาชน เข้าร่วมเป็นกรรมการในการติดตามและประเมินผลการ ปฏิบัติงานตามแผนพัฒนาเทศบาล ควรให้มีส่วนร่วมใน

การเสนอปัญหา ความต้องการของชุมชนเพื่อจัดทำแผนพัฒนา เทศบาลควรได้จัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องอุปโภคบริโภค เครื่องมือ เครื่องใช้ในการประกอบอาชีพ ของกลุ่มแม่บ้านเพื่อแจกจ่ายให้กับประชาชนในท้องถิ่น เทศบาลควรให้เงินค่าตอบแทน มอบของรางวัลให้แก่ประชาชน ที่ได้เข้าร่วมโครงการกับเทศบาล ควรให้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนา ควรให้มีส่วนร่วมในโครงการก่อสร้างที่เทศบาลได้ดำเนินการ

องค์ความรู้ใหม่



ที่มา. ผู้วิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือ ระบอบประชาธิปไตยที่กำลังดำเนินไปในทุกวันนี้ ทำให้เกิดกระแสเพิ่มขึ้นของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งกลายเป็นนิยามของประชาธิปไตย ทำให้การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการตามกฎหมาย และยังถือเป็นเงื่อนไขที่จะต้องจัดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของชุมชน การจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรแบบมีส่วนร่วมของชุมชน จึงเป็นภารกิจสำคัญยิ่งที่จะทำให้หอการค้าการปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถส่งเสริมการเกษตรให้สอดคล้องกับวิถีชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ส่งเสริมให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการเสนอ การใช้ทรัพยากรเพื่อพัฒนาการเกษตรประจำตำบลที่มีอยู่อย่างจำกัด

1.2 ส่งเสริมให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมวางแผนการใช้ทรัพยากรในพื้นที่รับผิดชอบ

1.3 ส่งเสริมให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการทบทวนแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบล

1.4 ส่งเสริมสนับสนุนการประกอบอาชีพ เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนทุกสาขาอาชีพโดยเฉพาะ ผู้มีรายได้น้อย เช่น การจัดตั้งกลุ่มอาชีพการฝึกอบรมเพิ่มทักษะในการประกอบอาชีพสนับสนุนอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ในการประกอบอาชีพ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ

2.1 ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลควรที่จะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในชุมชนรับรู้ และรับทราบถึงแผนหรือขั้นตอนประชาชนไม่เข้าใจในแต่ละเรื่อง แต่ละด้านของการร่วมงาน/กิจกรรมต่าง ๆ โดยประชาชนสามารถนำเสนอโครงการให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อพิจารณากำหนดตามแผนพัฒนาในการดำเนินการขององค์การบริหารส่วนตำบลหมู่น ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

2.2 ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าจะมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี นอกเหนือจากปัจจัยที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ เช่น ปัจจัยด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาฯ ทศนคติที่มีต่อการจัดทำแผนพัฒนาฯ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาฯ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเพิ่มขึ้น

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

3.2 ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่น่าจะมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี นอกเหนือจากปัจจัยที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ เช่น ปัจจัยด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาฯ ทศนคติที่มีต่อการจัดทำแผนพัฒนาฯ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาฯ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเพิ่มขึ้น

3.3 ควรทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลหมู่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยการการจัดทำ Focus Group

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาณีย์ กาฬภักดี. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นรินทร์ แคมพิมาย. (2559). การจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรระดับตำบลของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล (สบกต.). กองวิจัยและพัฒนางานส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2542). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สุวิริยาสัน.
- รจนา นอยปลูก. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- วิสาภา ภูจินดา. (2558). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองและชุมชนชนบทในการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารสารานุกรมมหาวิทยาลัยบูรพา. 10(1), 39-48.
- ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลหมื่น. (2560). แผนพัฒนาการเกษตรตำบลหมื่น พ.ศ. 2561 – 2565. สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรธานี กรมการส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2547). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579). กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- โสภิตา ศรีนุ่น. (2558). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองเบตงอำเภอเบตง จังหวัดยะลา. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สุนต์ลักษณ์ ยกเทพ และยุภาพร ยุภาศ. (2560). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. ปีที่ 5 ฉบับพิเศษ การประชุมวิชาการระดับชาติ มจร. ขอนแก่น 31 มีนาคม 2560.
- Denizen N.K.(1970). The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. Chicago: Aldine.

Melkote, R., Steeves, S., and Leslie, H. (2001). **Communication for development in the third world: Theory and practice**. New Delh: Sage Publications India.

Rogers, E. M. (1995). **Diffusion of Innovations**. 4th ed. New York: The Free Press.

Yamane. (1967). **Taro Statistic: An Introductory Analysis**. New York: Harper &row.

Suitable Marketing Mix Strategy for Walking Streets in Mae Hong Son

Wipawee Srika¹, Wilaiporn Chaiyo² and Kamolthip Kamchai³

Lecturer, Accounting Program, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai. ¹

E-mail: wipawee@g.cmru.ac.th

Lecturer, Accounting Program, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai. ²

E-mail: wilaiporn.ch@g.cmru.ac.th

Lecturer, Accounting Program, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai. ³

E-mail: kamolthip_kam@g.cmru.ac.th

Received: 27 March 2024; **Revised:** 19 April 2024; **Accepted:** 20 April 2024

Abstract

This study endeavors to achieve the following objectives, 1. To determine the optimal format for walking street tourist attractions. 2. To scrutinize the prerequisites of tourists' marketing mix for walking street tourist attractions. 3. To derive guidelines for the advancement of walking street tourist attractions and 4. To utilize the findings of this study as a framework for establishing the paradigm of walking street tourism, thereby fostering sustainable tourism practices. The sample under examination comprises 400 tourists, encompassing both Thai and foreign visitors, currently touring Mae Hong Son. Data collection was conducted through a structured questionnaire. The results indicate that the majority of respondents are females aged 51 years and above, possessing a high school education or its equivalent (such as vocational or high vocational education), engaged in various occupations, and exhibit an average monthly income ranging between 60,001-90,000 Thai Baht. The respondents' evaluation of the components of the marketing mix for walking streets in Mae Hong Son generally falls within the medium to high range. These components, ranked in descending order of significance, include price, product quality, distribution channels, and promotional activities. When assessing the satisfaction coefficient of tourists towards product development and design on walking streets, according to Kano's model, emphasis should be placed on products that fulfill tourists' needs. Kano's model underscores the



following aspects: prioritizing safety in the tourism area, scheduling programs in advance, ensuring the correlation between price and quality of products and services, and highlighting local culture and tradition during local festivals. Additionally, products sold on walking streets should predominantly showcase local craftsmanship. The results of hypothesis testing reveal that age, education, occupation, and average income of tourists do not significantly vary concerning the elements of the marketing mix.

Keywords: Walking Street, Marketing Mix, Mae Hong Son

Introduction

During the 12th Plan period, national development coincides with a period of national reform aimed at addressing numerous longstanding fundamental issues amidst a rapidly changing and increasingly interconnected global landscape. This presents a highly challenging period that necessitates significant adjustments by Thailand. Accelerating the development of science, technology, research, and innovation is paramount as the primary driver of stable, prosperous, and sustainable development across all aspects. The country must expedite the development of strategic foundations in all areas, including increased investment in research and development. The development of science, technology, and innovation must proceed in tandem with accelerating the upgrading of skills among workers entering and currently in the labor market to align with production and service targets and technological advancements. This includes fostering comprehensive human development across all ages to effectively manage change. Emphasis is also placed on creating a conducive living environment, particularly through enhancing human capital by improving the quality of education, learning opportunities, and skill development, as well as enhancing the quality of public health services to cover all regions. Development initiatives must be environmentally friendly and aligned with the Sustainable Development Goals framework. Additionally, efforts should be made to expand and create a new, more comprehensive income base while reinforcing the existing one. Thai society should uphold quality and fairness, ensuring inclusivity and leaving no one behind, through collaborative efforts across

all sectors (Thailand 4.0) (Office of the National Economic and Social Development Board, Office of the Prime Minister, 2016).

Therefore, the group of tourism business operators, whether they face weaknesses in groups and communities, encounters challenges such as the lack of participation of those involved in the development of ecological and cultural tourism, including marketing, finance, group integration, and management for sustainability. Particularly in the present context, there is a growing emphasis on integrated development in terms of regional groups as a means to distribute resources more equally among all provinces. In formulating the tourism strategy of provincial groups, the focus is on a collaborative approach, notably by creating a distinct brand for each cluster as a selling point and fostering mutual capacity building. This involves utilizing resource integration principles and prioritizing according to genuine spatial potential. Connecting tourist routes within and between clusters facilitates the distribution of tourism products to community groups in various provinces as comprehensively as possible.

For this research, the researcher selects a group of tourists to develop an integrated tourism model towards sustainability, in line with the strategic thrust of the 12th Economic Development Plan on enhancing the competitiveness of service and tourism businesses that have the potential to grow and support the manufacturing sector. The aim is to achieve balance and sustainability in tourism industry development while considering the ecosystem's carrying capacity and the area's potential. This involves leveraging ecosystem potential and community participation to develop and adapt local businesses and living conditions in alignment. Spencer (1985) proposed a social development framework whereby small social systems combine to form a larger society, leading to social change (organic) and the dissemination of knowledge and ideas within society (saprogenic). Spencer (1985, pp. 129-132) underscores the significance of evolving society from simple to complex, encompassing three key aspects: a system of rules and regulations, administrative management, and resource distribution, whose development becomes increasingly complex over time. Considering the factors that make Mae Hong Son province an

attractive destination, it is evident that the province possesses exceptional area potential. However, both Thai and foreign tourists are not aware of the walking street tourist attractions, despite Mae Hong Son Province being well-prepared in every aspect (Ussana Chaengruangthong, 2010). Hence, to establish a walking street tourism model, comprehensive knowledge and understanding of marketing, including products, prices, distribution locations, and promotion, are essential. These factors represent the existing potential of Mae Hong Son province to develop into a form of tourism that can generate income for goods and services sellers, promote local products, create employment opportunities, and establish walking street tourist attractions that encourage repeat visits. To achieve this, continuous development efforts are necessary to cater to both Thai and foreign tourists' needs, making walking street tourism a sustainable and valuable attraction for the community and the nation's future. To facilitate understanding consistent with the research, definitions of research terms have been provided.

Research Objectives

1. To ascertain the suitable format for walking street tourist attractions.
2. To examine the marketing mix prerequisites of tourists for walking street tourist attractions.
3. To obtain guidelines for the development of walking street tourist attractions.
4. To employ the study findings as a framework for establishing the pattern of walking street tourism, thereby fostering sustainable tourism.

Literature

1) Perception Concept

Perception occurs when external stimuli (information inputs) traverse the senses (exposure stage) and are subsequently transmitted, or when the stimulus impinges on the senses and is conveyed to the brain (attention stage), initiating a process of understanding the meaning (comprehension stage). Consequently, it is regarded as a complete perception process. The

perception process embodies a psychological and behavioral state, manifesting knowledge and understanding through the sensations that arise in an individual's mind via the senses. In other words, perception is a psychological element that influences an individual's attitude and behavior. The capacity to perceive various aspects of the environment hinges on an individual's inherent abilities and learning derived from experience. Perception also entails choice and intentionality. Factors influencing an individual's perception encompass intensity, size, contrast, and movement. The perception an individual forms is intertwined with their personal interests and values. When an individual harbors the intent to perceive a stimulus, it is followed by readiness for action or behavior (Mowen and Minor, 2001, p. 63).

2) Attitude Concept

Attitude, in essence, represents a conglomeration or arrangement of beliefs that arise from the perception of specific objects or situations. The amalgamation of these beliefs determines an individual's inclination towards satisfaction or dissatisfaction. The nature of attitude encompasses two primary characteristics: satisfaction, derived from the perception of the individual, which manifests as a positive attitude, and dissatisfaction, expressed in the form of a negative attitude (Rokeach, 1970).

Psychologists have delineated the components of attitude into three distinct concepts as follows (Praphapen Suwan, 1993; Krech, 1962; Rosenberg & Havland, 1960):

1. Knowledge Component: This includes knowledge, beliefs, and ideas, along with an individual's opinions arising from perception.
2. Affective Component: This component encompasses both positive and negative emotions, representing the emotional state that ensues after perception.
3. Behavioral Component: This pertains to an individual's tendency or readiness to engage in behavior subsequent to awareness, or the inclination to behave in a particular direction.

These components of attitude can be succinctly summarized into three parts: the knowledge component, the affective component, and the behavioral component, all of which are interrelated. The cognitive component serves as the foundation of an individual's attitude,

shaping their emotional responses, which are then expressed as satisfaction or dissatisfaction, liking or disliking, and so forth. These emotional responses significantly influence an individual's expressions or behaviors. In other words, attitude determines how individuals behave; when individuals possess a certain attitude, they are inclined to exhibit corresponding behaviors.

3) Kano Model Analysis

The study of customer needs aids in comprehending customer requirements thoroughly. The Kano model, devised by Dr. Noriyaki Kano, a Japanese quality expert (Kano, 1984), facilitates this understanding. The rationale behind the application of the Kano model in product design and development lies in the strong correlation between customer satisfaction and a product's ability to fulfill customer needs, thereby maximizing satisfaction while minimizing defects that could lead to customer dissatisfaction. Collectively referred to as the product's quality, the challenge arises from the multifaceted nature of customer behavior and product expectations, characterized by numerous forms, facets, and variables that evolve rapidly over time. This complexity underscores the difficulty of analysis, a challenge that the Kano model seeks to address, as illustrated in Figure 1.

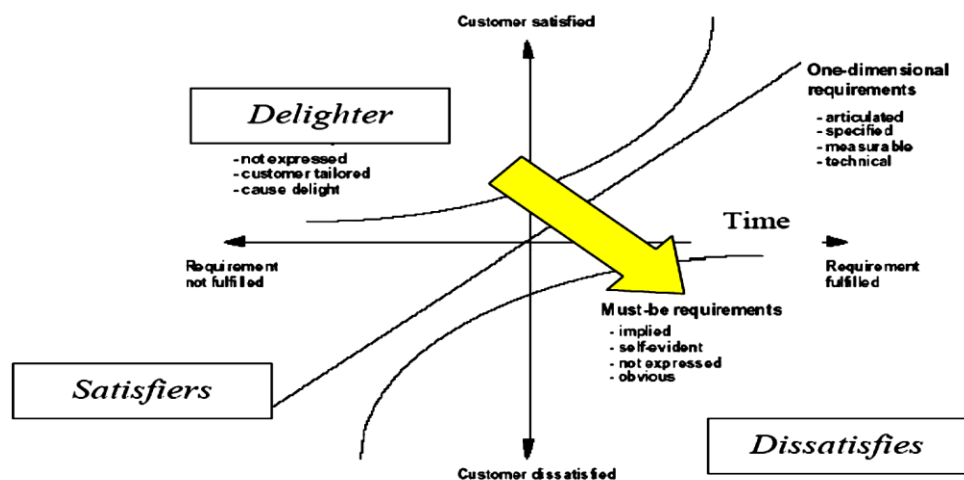


Figure 1 Kano's model

Berger. 1993. Kano's Methods for Understanding Customer- defined Quality

From the Kano model, which is divided into three levels—dissatisfiers, satisfiers, and delighters — designers and developers must aim to identify elements that impress customers or bring them surprise, thus creating standout features that make products appealing to customers and consequently leading to increased sales and customer numbers. However, the foundational capabilities of the product must precede other aspects until customers perceive them as standard or essential.

The Kano Model analysis process comprises three steps as follows:

1) Classification of Customer Needs: This step commences with the identification of customer requests, often referred to as the "Voice of Customer," which typically represents discernible customer needs expressed verbally. These needs may vary in clarity and vocabulary usage, leading to a somewhat disorganized and mixed dataset. Additionally, the obtained information may encompass customer complaints, which are valuable for informing product design and development. The collection of customer complaints can be facilitated through various means, including direct inquiries, questionnaires, team brainstorming sessions, and direct product usage observations. Collaboration among multiple departments, such as design, product research and development, and marketing, may be necessary to collect data effectively, with potential involvement from an engineering department if the product requires technical expertise.

2) Development of a Kano Questionnaire: Once customer claims are identified, the development team must categorize them into relevant sections based on the Kano Model's three-part product quality division. Subsequently, questions are formulated to address these key characteristics, as illustrated in Table 1.

Table 1 Positive and Negative Questions of Kano Model.

Functional (Functional) Derived from the Questionnaire	Answer
If the product possesses this feature, how do you feel? (Positive Question)	1.) Like 2.) Must be 3.) Neutral 4.) Live with 5.) Dislike
If the product lacks this feature, how do you feel? (Negative Question)	1.) Like 2.) Must be 3.) Neutral 4.) Live with 5.) Dislike

Once the responses are obtained, the subsequent step involves amalgamating the answers from both questions in accordance with Kano's evaluation table depicted in Table 2, with the y-axis representing the responses from the positive side and the x-axis representing the responses from the negative side.

Table 2 Evaluation of the Kano Model.

Customer Requirements		Dysfunctional (negative question)				
		1) like	2) must be	3)neutral	4) live with	5) dislike
Functional (Positive Question)	1) like	Q	A	A	A	O
	2) must be	R	I	I	I	M
	3)neutral	R	I	I	I	M
	4)live with	R	I	I	I	M
	5)dislike	R	R	R	R	Q

Note:

A (Attractive) denotes that this feature attracts customers.

O (One-dimensional) signifies that this attribute lies in the realm that satisfies customers.

M (Must-be) indicates that this functionality is essential for the product.

Q (Questionable) suggests that this feature necessitates considerable attention as it resides in an area of dissatisfaction.

R (Reverse) implies that this feature is unnecessary and requires improvement.

I (Indifferent) denotes that this attribute elicits no discernible difference in customer sentiments.

Suppose the responses obtained from the questions in Table 1, for both positive and negative questions, result in a positive response (Positive Question), where the customer indicates a preference (Like), and a negative response (Negative Question), where the customer expresses indifference (Neutral). The outcomes in Table 2 indicate A, signifying that this requirement is a feature that appeals to customers.

3) Evaluation and Interpretation

Upon receiving the interpreted results in step 2, they will be utilized to assess the needs of all customers, evaluated based on the frequency of customer responses, as illustrated in Table 3.

Table 3 Examples of Evaluation Results for Product Demand

Product Demand	A	O	M	I	R	Q	Total	Classification
Product Feature 1	7	32.3	49.3	0.5	0.3	1.5	100%	M
Product Feature 2	10.4	45.1	30.5	11.5	1.2	1.2	100%	O
Product Feature 3	63.8	21.6	2.9	8.5	0.7	2.5	100%	A

From Table 3, it is evident that the demand for product feature 1 corresponds to M (49.3%), indicating that this function is indispensable for the product. Feature 2 is denoted as O (45.1%), suggesting that this attribute lies in the realm that satisfies customers. Feature 3 is represented as A (63.8%), signifying that this characteristic appeals to customers.

The M>O>A>I evaluation rule is employed when the demand for a product yields a challenging or ambiguous outcome. Utilizing the M>O>A>I rule for evaluation proves highly beneficial. The initial focus should be on addressing the most essential need, denoted by M, implying that this function is indispensable for the product to prevent customer dissatisfaction. Subsequently, attention should be directed towards improving the subsequent parts in the order of O, A, and I, respectively. This approach aims to mitigate dissatisfaction while striving to enhance customer satisfaction, ultimately leading to customer happiness. Generally, if a product can evoke happiness among customers through 2-3 factors, it signifies successful product improvement to a certain extent.

Calculation of the Customer Satisfaction Coefficient involves determining the level of customer satisfaction or dissatisfaction, which is crucial for gauging customer satisfaction per product. Since product evaluation results may vary across different market segments, averaging the impact on customers proves beneficial for comprehensive analysis. The equation for calculating the average level of customer satisfaction is as follows (Sauerwein E., 1997):

$$\text{Satisfaction value} = (A+O)/(A+O+M+I)$$

$$\text{Dissatisfaction value} = (O+M)/((A+O+M+I) \times (-1))$$

The satisfaction value ranges between 0 and 1, with a value close to 1 indicating high customer satisfaction. Conversely, the dissatisfaction value ranges between 0 and -1, with a value close to -1 indicating significant dissatisfaction.

Table 4 Examples of Satisfaction and Dissatisfaction Coefficients Evaluation

Product Demand	A	O	M	I	Satisfaction Value (A+O)/(A+O+M+I)	Dissatisfaction Value (O+M)/((A+O+M+I) × (-1))
คุณลักษณะที่ 1	7	32.3	49.3	0.5	0.40	-0.83
คุณลักษณะที่ 2	10.4	45.1	30.5	11.5	0.57	-0.78
คุณลักษณะที่ 3	63.8	21.6	2.9	8.5	0.89	-0.25

From Table 4, it can be elucidated that on the negative side, the absence of product feature 1 would significantly contribute to customer dissatisfaction, registering a level of -0.83. Conversely, on the positive side, feature 1 only marginally impacts satisfaction, registering a level of 0.4.

4) Business Concepts in the Marketing Mix

McCarthy and Perreault (1996) outlined the 4 Ps of the marketing mix, comprising product (Product), price (Price), place or distribution channel (Place), and sales promotion (Promotion). All four Ps are indispensable for planning the marketing mix (Marketing Mix); however, some may hold greater importance than others. As the adage goes, there is no singular element that reigns supreme. When developing the marketing mix, the decision-making process regarding various factors remains similar. It is emphasized that all these factors are crucial. Upon broader consideration of the marketing mix, it becomes evident that the product itself serves to gratify

the target customers, while channels are established to position products in accessible locations for customers. Sales promotions are employed to engage with target customers, and products are designed and priced based on consumer purchasing behavior or the perceived value of existing products.

Table 5 Organizational Decision-Making Strategies Utilizing the 4 Ps

Product	Price	Place of Distribution	Promotional Marketing
Product Appearance	Objectives	Objectives	
Service	Flexibility	Channel Type	
Highlights	Level	Market Penetration	Objectives
Quality Level	Product Turnover	Types of Intermediaries	Integration of Promotion
Accessories	Product Cycle	Location Type for Warehouse	Seller (Type, Quantity Selection, Training, Motivation)
Installation	Region	Preparation	Advertising (Goals, Media Type, Types of Advertising)
Instructions	Price Reduction	Transportation and Storage	
Warranty	Budget	Service Level	Promotional Events
Type of Product		Procurement Channels	Print Media
Packaging		Management Channels	
Brand			

Basic Marketing: A Global Managerial Approach (p. 46, 12th ed.), by E. J. McCarthy and W. D. Perreault, Jr., 1996, Chicago: Irwin.

Creating satisfaction for target customers and consumers can be achieved through various means. For instance, products can be offered in diverse sizes, shapes, and quality levels, and



service levels can be adjusted accordingly. Packaging can vary in size, color, and materials, while product branding and warranty terms can also be customized. Additionally, advertising and public relations strategies, such as those through newspapers, magazines, radio, television, and billboards, can be tailored to suit the company's objectives. Manufacturers or distributors may consider adjusting product prices based on various factors, providing strong support for the organization in decision-making processes related to marketing promotions, by leveraging the marketing mix concept within their organization.

5) Sustainable Tourism

Sustainable tourism entails focusing on the entire tourism industry and adjusting management practices to align with emerging global trends, transitioning from a consumerist society to an era emphasizing social supremacy. The scope of sustainable development encompasses every aspect of tourism, emphasizing that all tourism development efforts must prioritize sustainability. Consequently, sustainable development is characterized by its integrated and holistic nature, where all relevant elements must be coordinated and balanced to align human activities with the laws of nature. Instilling environmental awareness among citizens serves as the foundation for conserving natural resources and the environment, which is highly beneficial for tourism in the long run. Environmental consciousness ensures that tourism resources remain intact over time, facilitating sustainable tourism activities where visitors continue to visit regularly, and resources maintain their attractiveness without depletion. Sustainable tourism necessitates responding to tourists' and local stakeholders' needs within the capacity of nature to support them, while also ensuring the participation of communities, customs, and traditions in the tourism process. Moreover, equitable distribution of benefits arising from tourism among all segments of society is crucial, along with managing resources to meet economic, societal, and environmental needs while preserving the cultural and ecological identity of localities. Sustainable management practices aim to minimize or eliminate adverse impacts on the natural environment, society, and culture, thereby upholding the sustainability of tourism. (Bramwell, B., & Lane, B., 2013)



Methodology

1) Population and Sampling Area

The population consisted of 3,074,245 Thai and foreign tourists who visited Mae Hong Son Province (Tourism Authority of Thailand, 2018). The sampling area comprised Thanalai Road, located at the end of Mae Hong Son city center, Mueang Mae Hong Son District, Mae Hong Son Province.

2) Sample Group

A quantitative method was employed for sample selection, specifically utilizing Yamane's formula to determine the minimum sample size (Yamane, 1967). The sample size was set at 400, consisting of an equal distribution of Thai and foreign tourists, with each group comprising 50 percent. This resulted in a sample group of 200 Thai tourists and 200 foreign tourists.

3) Research Tools

Quantitative data collection was conducted through questionnaires in both Thai and English languages. The questionnaire collection spanned a period of 2 months, from October to November 2012, and was designed based on the research objectives and conceptual framework. The questionnaire comprised three parts:

Part 1: General information of Thai and foreign respondents, including gender, age, and average monthly income in USD.

Part 2: Data on the marketing mix needs of Thai and foreign tourists for walking streets, assessed using a 5-level scale ranging from 1 (lowest level of opinion) to 5 (highest level of opinion). Interpretation criteria for the average score were set, with scores ranging from 1.00 to 1.80 indicating the least level of agreement, and scores from 4.21 to 5.00 indicating the highest level of agreement.

Part 3: Information about the style and product quality needs of Thai and foreign tourists on walking streets, based on the Cano Model concept. The questionnaire utilized a rating scale with responses ranging from 1 (lowest level of opinion) to 5 (highest level of opinion).

Interpretation criteria for the average score were established, with scores from 1.00 to 1.80 indicating a dislike, and scores from 4.21 to 5.00 indicating a preference or liking.

4) Data Analysis Methods

Descriptive statistics were employed for quantitative analysis, involving the determination of frequency, percentage, and standard deviation. Statistical tests including t-Tests, One-Way ANOVAs, and Canomodel analysis techniques were utilized to examine differences. These methods were applied in line with the research concept to address the specific aims, drawing upon relevant concepts and theories.

5) Research Hypothesis

It is hypothesized that there are variations in the general characteristics of Thai and foreign tourists, categorized based on personal attributes such as gender, age, educational level, occupation, and income. Additionally, distinct needs are expected to exist regarding the marketing mix for walking street tourism.

Research Results

The study investigated the appropriate marketing format for the Mae Hong Son Walking Street tourist attraction. Among foreign tourist respondents, 45.00% were male and 55.00% were female. The age distribution was as follows: 51 years and over (35.00%), 21-35 years (28.00%), and not more than 20 years (20.00%). Regarding education level, 32.00% had completed secondary education or equivalent, 28.00% had a bachelor's degree or equivalent, and 26.00% had primary school education or lower. Occupations included private company employees (28.00%), government employees/state enterprise employees (24.00%), and private businesses/trading (18.00%). In terms of average monthly income, 30.00% earned between 60,001-90,000 baht, 28.00% earned less than 30,000 baht, and 14.00% earned between 30,001-60,000 baht. For Thai tourists, 42.00% were male and 58.00% were female. The age distribution was 21-35 years (48.00%), not more than 20 years (21.00%), and 51 years and over (19.00%).



Regarding education, 42.00% had a bachelor's degree or equivalent, 30.00% had completed secondary education or equivalent, and 18.00% had primary school education or lower. Occupations included private company employees (29.00%), government service/state enterprise employees (20.00%), and private businesses/trading (15.00%). In terms of average monthly income, 45.00% earned less than 30,000 baht, 21.00% earned between 30,001-60,000 baht, and 10.00% earned over 90,001 baht.

The marketing mix needs of Thai and foreign tourists towards the Walking Street were analyzed. Product-related findings indicated a preference for high-quality products with local cultural themes and recognizable brands. Price-wise, negotiability and price appropriateness to product quality were valued. Regarding location and distribution channels, clear product classification, interesting store layout, and convenient product selection were important. In terms of marketing promotion, discounts for bulk purchases, product advice from sellers, and free gifts were appreciated.

The demand for style and product quality of Thai and foreign tourists on the Walking Street, based on the Kano model, was assessed. The requirements for the form and quality of the pedestrian street products were identified as a tourist attraction and safety, classified as "must-be" (M) by 40.00% of respondents. Additionally, the need for an interesting and beautiful tourist attraction was identified as "questionable" (Q) by 34.00% of respondents. Travel program details, suitable prices, and knowledge about tourist attractions were classified as "attractive" (A) needs. Conversely, information about travel locations and vehicles and the convenience of contacting them were classified as "indifferent" (I) needs.

When classifying the needs of Thai and foreign tourists, the product demand is evaluated using the M>O>A>I evaluation rule. In cases where the product demand has difficult or unclear results, the application of the rule to evaluate M>O>A>I is very useful. The first need to improve or make the first part of the product that has a strong impact on the feelings of tourists is the type M demand, which is the style and product quality of the pedestrian street that tourists want, and is a required function for the product. To prevent dissatisfaction with walking street products,

it is considered the most important and must be improved quickly. Followed by the second, third, and fourth parts, which are needs of type O, A, and I, respectively, when dissatisfaction is reduced. You must find the needs that will satisfy Thai and foreign tourists until it impresses the tourists who come to visit the walking street and makes them want to come back to visit in the future. Normally, if a product can make consumers have a good feeling about the product at an impressive level of 2-3 factors, it is considered that product improvement can be carried out well to a certain extent.

Needs that can satisfy tourists include:

- 1.) They should know information about tourist attractions.
- 2.) Tourist attractions must be safe.
- 3.) The travel program should be scheduled in advance.
- 4.) You should know the budget for travel expenses.
- 5.) Tourist attractions must be interesting and beautiful.

This need can be used to develop products that can better meet the needs of tourists and create more satisfaction for tourists who come to visit the walking street. Evaluating the coefficient of satisfaction level of Thai and foreign tourists (Customer Satisfaction Coefficient), it was found that the demand for products with the highest satisfaction values in 3 orders is that the travel program should be determined in advance, equal to 0.68, followed by organizing travel activities at various festivals, causing a desire to travel, equal to 0.62. You should know information about tourist attractions and prices must be appropriate for the products and services, equal to 0.57. Testing the relationship of general characteristics of Thai and foreign tourists, which are different and classified according to personal characteristics including gender, age, educational level, occupation, and income, showed no difference in the demand for the marketing mix for walking street tourism at the significance level of 0.05.



Summary and Discussion of Results

General information about foreign tourist respondents reveals that most are female, aged 51 years and over, with a secondary education level or equivalent (Vocational Certificate/Diploma), and work as employees of private companies. Their average monthly income ranges from 60,001 to 90,000 baht. On the other hand, most Thai tourists are female, aged 21-35 years, with a bachelor's degree or equivalent, employed by private companies, and have an income ranging from 30,001 to 60,000 baht. The demand for the marketing mix of both Thai and foreign tourists for the walking street is at a high level, encompassing products, prices, locations and distribution channels, and marketing promotion. The most desired aspect among Thai and foreign tourists is pricing, with an emphasis on negotiation, comparing prices, and setting appropriate prices based on product quality.

The significance of the marketing mix in the success model, as per the Cano Model, is consistent with previous research. Ussana Chaengruangthong's (2010) study on the success factors of Ratchadamnoen Walking Street in Mae Hong Son Province emphasized the importance of factors such as people, products, process, distribution, price, physical evidence, and network. Similarly, Umaporn Panya (2008) found high levels of importance attached to product, price, distribution channels, and marketing promotion among foreign tourists towards souvenir products on Mae Hong Son Walking Street.

Furthermore, the demand for the style and quality of products on the walking street, based on the Kano Model concept, indicates that both Thai and foreign tourists highly prioritize aspects such as predetermined travel programs, suitable pricing, and activities during festivals, which stimulate the desire to travel. This aligns with Watchareewan Sasiphalin's (2006) findings on the positive outcomes of walking street activities in Mae Hong Son Province, encompassing economic, social, cultural, and environmental dimensions.

The necessity of ensuring that tourist attractions are interesting and beautiful is highlighted, as it directly influences tourist satisfaction. This finding resonates with Thanyakarn Wattananon's (2004) evaluation of the Mae Hong Son Walking Street Project, which identified several challenges

to be addressed, including inadequate service spirit among staff, insufficient public transportation, parking space, waste management facilities, and basic amenities.

The evaluation of the Satisfaction Coefficient of Thai and foreign tourists underscores the importance of meeting their needs for products with satisfaction values, such as predetermined travel programs, activities during festivals, and knowledge about travel expenses. This echoes the findings of Rawiwan Olanratmanee and colleagues (2004), emphasizing the economic, social, and environmental dimensions of Mae Hong Son Walking Street's impact and the need for continuous improvement to enhance overall visitor experience and sustainability.

Suggestions

To ensure the sustainability of walking street tourism management, the following strategies are recommended:

1.) Organize walking street activities with transparent management and established rules and regulations that are universally accepted and enforced. Implement periodic changes in management to prevent the consolidation of power.

2.) Develop a sustainable walking street tourism model by promoting diverse forms of walking street activities. Identify unique features or highlights of the walking street and cultivate a distinct ambiance, whether in terms of infrastructure, such as signage and architectural styles, or through unique products and services, to differentiate it from other tourist attractions.

3.) Explore opportunities to expand the market and increase revenue, particularly within the domestic market. Enhance the marketing network to encompass both domestic and foreign markets in neighboring regions.

Creating a marketing model suitable for Mae Hong Son Walking Street tourist attractions requires attention to the following aspects to ensure sustainability and enhance tourist satisfaction:

- 1.) Ensure that the walking street serves as a tourist attraction and prioritizes safety measures.
- 2.) Schedule travel programs in advance to provide visitors with structured and organized experiences.
- 3.) Price products and services appropriately to reflect their value and affordability.
- 4.) Organize travel-related activities during various festivals, with an emphasis on showcasing local culture and traditions.
- 5.) Feature local products within the walking street to promote local businesses and preserve cultural authenticity.

Reference

- Bramwell, B., & Lane, B. (Eds.). (2013). **Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice, and Sustainability**. Routledge.
- Chatchaphon Songsunthornwong. (2004). **Environmental awareness for sustainable tourism**.
<http://www.stou.ac.th/Tourism/Acheive/May/Topic2.html>.
- Kano. (1984). **Attractive Quality and must be Quality**. Hinshitsu. 14(2): pp. 39-48.
- Mae Hong Son Focus. (2023). **Mae Hong Son Focus** (n.d.).
<http://www.chiangraifocus.com/TravelMaeHongSon/171/MaeHongSonWalkingStreet>.
(KadChiangHairemembers-returnslifetothecommunity-returnsthestreettopedestrians)
- Mae Hong Son Walking Street. (2022). **Mae Hong Son Walking Street**.
<https://chiangraiwalkstreet.wordpress.com/about/>.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D., Jr. (1996). **Basic marketing: A global managerial approach**. (12th ed.). Chicago: Irwin.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2001). **Consumer Behavior**. (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Office of the National Economic and Social Development Board, Office of the Prime Minister. (2016). **National Economic and Social Development**. <https://www.dpe.go.th/dwl-files-411891791799>.

- Phra Maha Sutit Oun. (2007). **Study of the potential of local communities in promoting ecotourism Specific case study: KK River route.** Thesis-Master of Social Work, Thammasat University.
- Pochana Suansri. (2003). **Community tourism management manual.** Bangkok: Project Travel for Life and Nature.
- Prapapen Suwan. (1993). **Attitude: Change and health behavior.** Bangkok: Thai Wattana Panich.
- Rawiwan Olanratmanee. (2004). **Walking street in Mae Hong Son urban area: complete research report.** Bangkok: Thailand Research Fund.
- Rokeach, Milton. (1970). **Beliefs, Attitudes and Values.** San Francisco: Jossey Basso, Inc.
- Rosenberg, R.J. and Hovland, C. I. (1960). **Attitude Organization and Change: And Analysis of Consistency Among Attitude Components.** Wesport: Greenwood Press.
- Samai Apaphirom, Yesanan Chetrat. Thai environmental situation. (1995). **Green world, new mental institution.** Humanity Bangkok: Brattomrit Printing and Publishing Public Company Limited.
- Sauerwein, E., (1997). **The Kano Model: How to delight your customers. International Working Seminar on production Economics.** Innsbruck/Igls/Igls/Austria, February 19-23 1996, 313-327.
- Spencer, H. (1985). **A renewed appreciation.** London: Sage.
- Thailand Institute of Scientific and Technological Research. (1999). **Actions to set policy. Travel to preserve the ecosystem.** Bangkok: Author.
- Thanyakarn Wattananon. (2004). **Evaluation of the Walking Street Project.** Mae Hong Son Province, Independent research, graduate school Mae Hong Son University.
- Tourism Authority of Thailand. (2022). **Tourism Authority of Thailand.** (n.d.). <http://www.thai.tourismthailand.org/home>.

- Umaporn Panya. (2008). **Attitudes of foreign tourists towards souvenir products on the walking street.** Ratchadamnoen Road, Mueang District, Mae Hong Son Province. independent research, graduate school Chiang Mai University.
- Usana Chaengruangthong. (2010). **Factors for the success of the Walking Street in the Ratchadamnoen area.** Mae Hong Son Province. independent research, graduate school Mae Hong Son University.
- Watchareewan Sasiphon. (2006). **Organizing activities for tourism: a case study of walking street activities in Mae Hong Son Province.** Thesis, Graduate School Mae Hong Son University.
- Yamane Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** 3^{ed}. New York: Harper and Row.

ทัศนคติของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอ ดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

Community Residents' Views on Village Development Projects According to the Sufficiency Economy Philosophy of Doi Saket District, Chiang Mai Province

วิภาวี ศรีคะ¹, วิไลพร ไชโย², กมลทิพย์ คำใจ³,

Wipawee Srika, Wilaiporn Chaiyo, Kamolthip Kamchai

Received: 27 March 2024; Revised: 9 May 2024; Accepted: 11 May 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ชุมชนที่มีสิทธิ์เลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 400 ราย ซึ่งสถิติได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานจะใช้สถิติการทดสอบค่า t (t-test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ชาวชุมชนอำเภอดอยสะเก็ดส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 คนโดยอยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 41.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 71.50 รายได้เฉลี่ยต่อปีส่วนใหญ่พบว่าอยู่ที่ 200,001 บาท ขึ้นไป ระยะเวลาที่พักอาศัยในชุมชนส่วนใหญ่จะพักอาศัยในชุมชนต่ำกว่า 10 ปี รองลงมามากกว่า 25 ปี ทัศนคติต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงใน 6 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยเห็นด้วยค่อนข้างมาก ($= 3.75$) การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ชาว

¹ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่, 50300, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai, 50300. E-mail: wipawee@g.cmru.ac.th

² คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่, 50300, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai, 50300. E-mail: wilaiporn.ch@g.cmru.ac.th

³ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่, 50300, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai, 50300. E-mail: kamolthip_kam@g.cmru.ac.th

ชุมชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานที่พักอาศัย ระยะเวลาที่พักอาศัยในชุมชน รายได้เฉลี่ยต่อปี แตกต่างกัน ทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น ชาวชุมชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แตกต่างกันในการลดรายจ่าย ด้านการเพิ่มรายได้และด้านการประหยัดอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ทักษะของชาวชุมชน, ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง, เชียงใหม่

Abstract

The objective of this study was to investigate community residents' perspectives on the village development project aligned with the Sufficiency Economy Philosophy in Doi Saket District, Chiang Mai Province. Additionally, it aimed to compare these perspectives among community residents regarding village development projects guided by the Sufficiency Economy Philosophy. The study population consisted of communities with voting rights residing in Doi Saket District, Chiang Mai Province. Data collection involved administering a questionnaire to 400 individuals. Statistical analysis encompassed frequency distributions, percentages, means, and standard deviations. Hypothesis testing will employ t-test statistics and One Way Analysis of Variance, with a significance level set at 0.05. The majority of respondents were female and aged between 20 and 30 years. Among them, 166 had completed their education at the primary school level. Most earned a living from agricultural occupations, with an annual income exceeding 200,001 baht. Regarding the duration of community participation, most respondents had lived in the community for less than 10 years, although many had resided there for over 25 years. Their attitudes towards the village development project based on the philosophy of a sufficient economy were generally at a medium to high level (mean = 3.75) across all factors. The comparative analysis of attitudes towards village development based on the sufficiency economy, through hypothesis testing, revealed that villagers in the province, despite differing personal factors such as gender, age, education level, residential area, and duration of community participation, exhibited similar attitudes towards village development based on the sufficiency economy. However, significant differences in attitudes based on occupational distinctions were observed, with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Community Attitudes, Philosophy of Sufficiency Economy, Chiang Mai

บทนำ

หลักการพัฒนาประเทศที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ยึดหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” และ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” โดยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 25 ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้โครงสร้างประเทศไทย 4.0 และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับครอบคลุม ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและการบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคไทยแลนด์ 4.0 ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผลรวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา และความรอบคอบเพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี หลักแนวคิดของพอเพียงเป็นการพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ความรอบคอบ และคุณธรรมประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ

ในสภาวะการณ์ปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญแรงกดดันและความเสี่ยงมากขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่กระแสโลกาภิวัตน์เข้มข้นมากขึ้น เป็นโลกไร้พรมแดน โดยมีการเคลื่อนย้ายคน เงินทุน องค์ความรู้ เทคโนโลยี ข่าวสาร สินค้าและบริการอย่างเสรี ทำให้การแข่งขันในตลาดรุนแรงขึ้น (แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ดังนั้นในสภาพการภายใต้แวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคมที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศดังกล่าว จะเป็นแรงกดดันให้ประเทศไทยต้องพร้อมปรับตัวและมีการบริหารความเสี่ยงอย่างชาญฉลาดมากขึ้นให้ทันโลก ภายใต้หลักการเศรษฐกิจพอเพียง (คลังปัญญาไทย, 2549) โดยเศรษฐกิจพอเพียงจึงได้สื่อความหมายความสำคัญในฐานะเป็นหลักทางสังคมที่พึงยึดถือ แต่ปัญหาสำคัญของความพยายามที่จะนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้คือการขาดความเข้าใจที่ถูกต้องในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนทั่วไป คนส่วนใหญ่มักนึกว่าเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเรื่องเกษตรกรรม เป็นเรื่องของประชาชนในชนบท จึงไม่ใช่เรื่องที่ตนเองต้องทำความเข้าใจมากนัก และมีข้อสงสัยว่า

ปรัชญาของการดำเนินธุรกิจคือ การมุ่งหวังกำไรสูงสุด แล้วเศรษฐกิจพอเพียงจะนำมาใช้กับธุรกิจและการพัฒนาชุมชนได้จริงหรือไม่ (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, 2549)

คณะกรรมการอำนวยการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกระทรวงมหาดไทยได้นำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประเมินการพัฒนาชุมชนตามตัวชี้วัด 4X23 ตัวชี้วัด โดยมีเกณฑ์ดังนี้ ด้านจิตใจและสังคม ตัวชี้วัดคือ มีความสามัคคีและความร่วมมือของคนในหมู่บ้าน มีข้อปฏิบัติของหมู่บ้าน มีกองทุนในรูปแบบสวัสดิการแก่สมาชิก ยึดมั่นในหลักการประชาธิปไตย มีคุณธรรม /จริยธรรม มีคนในหมู่บ้าน ชุมชนปลอดภัยมีความสุข มีความเชื่อมั่นในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ด้านเศรษฐกิจ ตัวชี้วัด คือ มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีกิจกรรมลดรายจ่ายและสร้างรายได้ มีการรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาอาชีพหลักของหมู่บ้าน มีกิจกรรมการออมที่หลากหลาย มีการดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มที่มีการดำเนินงานในลักษณะเดียวกับรูปแบบวิสาหกิจชุมชน มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลชุมชนและแผนชุมชน มีการค้นหาและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างคุณค่า มีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ในชุมชน มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับศักยภาพ ของหมู่บ้าน /ชุมชน มีการสร้างเครือข่ายภาคีการพัฒนา มีการปฏิบัติตามหลักการของการพึ่งตนเอง ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีตัวชี้วัดคือ มีจิตสำนึกของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีกลุ่ม /องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม มีการใช้พลังงานทดแทนที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชน มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (คู่มือการประเมินหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง กระทรวงมหาดไทย, 2561)

อำเภออวยสะเกิด เป็นอำเภอหนึ่งที่ได้ร่วมโครงการหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ภารกิจกรมการพัฒนาชุมชน ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกระทรวงมหาดไทยในการส่งเสริมความรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชนส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ โดยสนับสนุนให้มีการจัดทำและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศ ศึกษาวิเคราะห์ วิจัย จัดทำยุทธศาสตร์ชุมชน ตลอดจนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชน ได้กำหนดหน้าที่ ประการหนึ่งในการพัฒนาระบบและกลไกในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การจัดการความรู้ การอาชีพ การออมและการบริหารจัดการเงินทุนของชุมชนเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถ ของชุมชน ผู้นำชุมชน องค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน โดยการบริหารจัดการให้ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน จากภารกิจข้างต้น กระทรวงมหาดไทยจึงไว้วางใจมอบหมายภารกิจให้กรมการพัฒนาชุมชนเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เนื่องจากกระบวนการพัฒนาชุมชนมีความสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือปฏิบัติงานตามหลัก ความพอประมาณ ความมีเหตุผล สร้างภูมิคุ้มกันที่ดี ด้วยการใช้ความรู้ ความชอบธรรมและคุณธรรม ทำให้ชุมชนพึ่งตนเองบนความพอเพียง โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกกรมและรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะกรมการปกครอง และกรมส่งเสริมการปกครอง โดยการทำงานหมู่บ้านเศรษฐกิจ

พอเพียง ด้วยเกณฑ์ประเมิน 6 ด้าน คือ ลดรายจ่าย(ทำสวนครัว ปลูกคอกบวมข) เพิ่มรายได้(มีอาชีพ ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม) ประหยัด(มีการออม มีกลุ่มออมทรัพย์ฯ) การเรียนรู้(สืบทอดภูมิปัญญา มีการเรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง) อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม(ใช้วัตถุดิบในชุมชนประกอบอาชีพ ปลูกต้นไม้) เอื้ออาทรต่อกัน(ช่วยเหลือคนจน รู้รักสามัคคี) ต่อมากรมการพัฒนาชุมชน ได้ขยายผลการดำเนินงานสู่ความยั่งยืน โดยทำหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงให้เป็นต้นแบบ (สำนักพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่, 2560)

ในบริบทที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงตามปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยโดยตลอดมา ตลอดจนผู้ที่มีความสนใจโดยทั่วไปได้ทราบหลักการปฏิบัติอย่างละเอียดและถูกต้อง เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและความร่วมมือ ในการที่จะช่วยกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาความเจริญให้แก่ชุมชนและหมู่บ้าน ซึ่งเป็นรากหญ้าของประเทศชาติ เพื่อมุ่งที่จะให้คำนึงถึงวิสัยทัศน์ของกรอบยุทธศาสตร์ชาติที่กำหนดว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทักษะของชาวชุมชน 6 ด้าน ต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับทักษะของชาวชุมชน 6 ด้าน ต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของโครงการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตของเนื้อหาศึกษาทักษะของชาวชุมชน 6 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านการลดรายจ่ายด้านการเพิ่มรายได้ด้านการประหยัด ด้านการเรียนรู้ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ด้านความเอื้ออาทรต่อกัน ต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ และแนวทางการพัฒนาโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
2. ขอบเขตพื้นที่ที่ทำการสำรวจ ได้กำหนดเฉพาะพื้นที่อำเภอต๋อยสะเก็ดจังหวัดเชียงใหม่

3. จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ชาวชุมชนที่มีสิทธิ์เลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในชุมชนของอำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

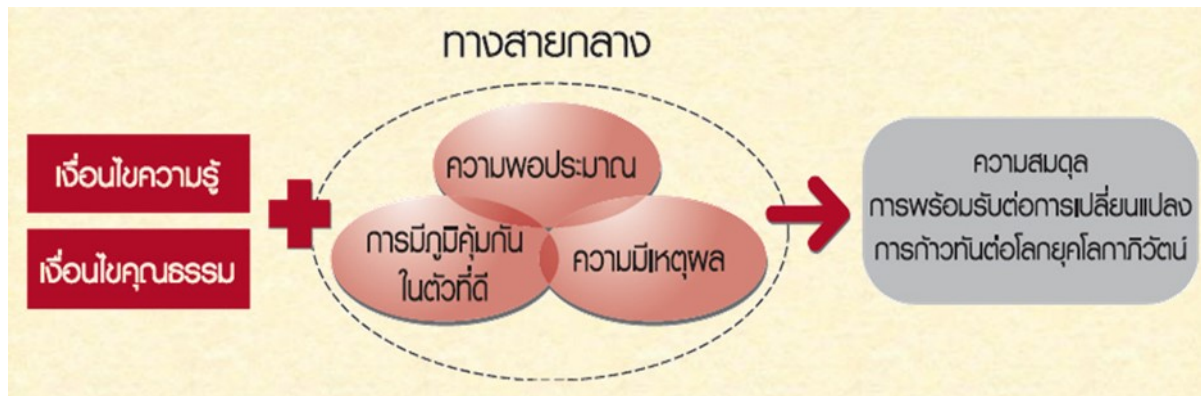
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
2. ผลการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้ที่ศึกษาค้นคว้าในประเด็นโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ปรับปรุงเพื่อการปรับปรุงแก้ไขโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.) แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จุดหมายในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยและทรงพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำไปเผยแพร่ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไปพบว่า มีอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน ในส่วนที่หนึ่ง ปรากฏอยู่ 2 แห่งซึ่งมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์และเพื่อให้พร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี สำหรับในส่วนที่สอง คือ เพื่อให้สมดุล (ทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม) และจุดหมายส่วนที่หนึ่งในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ว่า “เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์” กับ “เพื่อให้พร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลง” นั้น หากพิจารณาให้ถ่องแท้ จะพบความเกี่ยวโยงสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยในแห่งแรกเป็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในเพื่อให้ทันและเข้ากับสิ่งภายนอก ในแห่งที่สองเป็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกเพื่อป้องกันไม่ให้อะไรภายในได้รับความกระทบกระเทือนเสียหาย ซึ่งจุดหมายของเศรษฐกิจพอเพียง ตามการสังเคราะห์ในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจึงประกอบด้วย คือ ความสมดุล การพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และการก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนว่า เศรษฐกิจพอเพียงนั้น มิได้ปฏิเสธกระแสโลกาภิวัตน์ ตรงกันข้ามการดำเนินตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีความมุ่งหมายเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ในสถานการณ์ปัจจุบัน ดังภาพ 1



ภาพที่ 1 คุณลักษณะ เงื่อนไข และจุดหมายในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา: คุณลักษณะ เงื่อนไข และจุดหมายในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, ระบบออนไลน์ : www.sufficiencyeconomy.com.

ด้วยข้อเท็จจริงที่ว่า โลกาภิวัตน์นั้น ก่อให้เกิดผลกระทบได้ทั้งในแง่ดีและในแง่ร้าย คือ มิได้ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในแง่เดียว แต่ในอีกแง่หนึ่งยังทำให้เกิดความเสื่อมถอยตกต่ำทั้งทางด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงมุ่งเน้นให้เกิดการพิจารณาอย่างรอบด้าน มีความรอบคอบระมัดระวังในการดำเนินงาน โดยเลือกรับการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบในแง่ดี ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสร้างระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการเปลี่ยนแปลงในแง่ที่ไม่ดีและไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทั้งนี้ เพื่อจำกัดผลกระทบให้อยู่ในระดับเห็นด้วยที่ไม่ก่อความเสียหายหรือไม่เป็นอันตรายร้ายแรง ทำให้กิจการยังคงดำเนินต่อไปได้ (สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2554)

2.) แนวคิดการพัฒนาชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

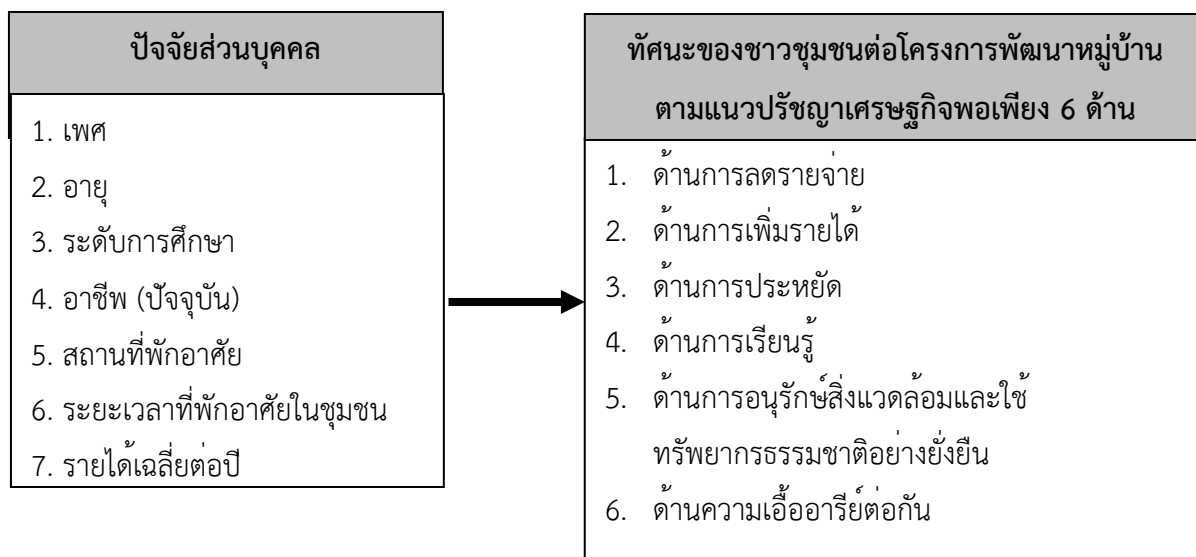
ในการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทางกระทรวงมหาดไทยโดยกรมพัฒนาชุมชนเป็นหลักในการดำเนินงานร่วมกับกรมการปกครอง และกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ได้ดำเนินการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยกำหนดกรอบการทำงานเพื่อขับเคลื่อน “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ให้เป็นรากฐานของชีวิตประชาชนในหมู่บ้าน โดยยึดตัวชี้วัด 6 X 2 หมู่บ้านที่ยึดถือปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นรากฐานของชีวิต

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนา (2549) ได้กำหนดตัวชี้วัด 6X2 หมู่บ้านที่ยึดถือปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นรากฐานของชีวิต คือ ดังนี้

- 1.) ด้านการลดรายจ่าย ได้แก่ 1.1) ครั้วเรือนทำสวนครัว 1.2) ครั้วเรือนปลอดอบายมุข
- 2.) ด้านการเพิ่มรายได้ ได้แก่ 2.1) ครั้วเรือนมีอาชีพ 2.2) ครั้วเรือนใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม
- 3.) ด้านการประหยัด ได้แก่ 3.1) ครั้วเรือนมีการออมทรัพย์ 3.2) ชุมชนมีกลุ่มออมทรัพย์
- 4.) ด้านการเพิ่มรายได้ ได้แก่ 4.1) ชุมชนมีการสืบทอดและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น, 4.2) ครั้วเรือนมีการเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในชีวิตประจำวัน
- 5.) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ได้แก่ 5.1) ชุมชนใช้วัตถุดิบอย่างยั่งยืนในการประกอบอาชีพ 5.2) ชุมชนปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่น
6. ด้านความเอื้ออารีย์ต่อกัน ได้แก่ 6.1) ชุมชนมีการดูแลช่วยเหลือคนจน คนด้อยโอกาส และคนประสบปัญหา 6.2) ชุมชนรู้ “รักสามัคคี”

กรอบแนวคิดทางการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังกล่าวมาแล้วข้างต้นสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิด ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ชาวชุมชนที่มีสิทธิ์เลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนครัวเรือน 109,946 คน (สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย; 65)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นในรูปของสัดส่วน

ในงานศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ บทความและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในอำเภอ ดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีระบบการให้คะแนนดังนี้

ให้ค่าคะแนน 5 สำหรับข้อความที่ตอบ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง”

ให้ค่าคะแนน 4 สำหรับข้อความที่ตอบ “เห็นด้วยค่อนข้างมาก”

ให้ค่าคะแนน 3 สำหรับข้อความที่ตอบ “เห็นด้วย”

ให้ค่าคะแนน 2 สำหรับข้อความที่ตอบ “ไม่เห็นด้วย”

ให้ค่าคะแนน 1 สำหรับข้อความที่ตอบ “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง”

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาแปลความหมายตามช่วงคะแนนของปัญหาด้านต่างๆ โดยปรับเกณฑ์มาจากมาตรวัดเจตคติของลิเคอร์ท ดังนี้ (ขจรอรรถพน พงศ์วิริทธิ์ธร, 2554)

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง เห็นด้วยค่อนข้างมาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง เห็นด้วย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

2.1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคลตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา (Content Validity) และโครงสร้างแบบสอบถาม (Construct Validity) หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงข้อคำถามให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้คำถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์

2.2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ไม่มีโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 20 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ และแต่ละส่วนของแบบสอบถามสื่อความหมายตรงตามที่ต้องการ และคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ ยากหรือง่ายเกินไปหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยจากการทดสอบแบบสอบถาม ทำให้ได้ค่าความเชื่อมั่นซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.79

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานจะใช้สถิติที่ทดสอบสมมติฐานระหว่าง 2 ตัวแปร ได้แก่ การทดสอบค่า t (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการศึกษา

1. ชาวชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.50, 40.72 ตามลำดับ ระดับการศึกษาสูงสุดพบว่าอยู่ในระดับประถมศึกษามากที่สุดคือ รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.50, 28.75 อาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 71.50 สถานที่พักอาศัยส่วนใหญ่อยู่ในตำบลสันมะเต็ด คิดเป็นร้อยละ 22.25 รองลงมาอาศัยอยู่ในตำบลแม่อ้อ คิดเป็นร้อยละ 19.50 ระยะเวลาที่พักอาศัยในชุมชนส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาอาศัยต่ำกว่า 10 ปี รองลงมาคือมากกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.25 และ 34.00 ตามลำดับ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อปีส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 200,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 58.75

2. ระดับทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมาก ($\bar{x} = 3.75$) ได้แก่ ด้านการลดรายจ่าย ($\bar{x} = 3.58$) ด้านการเพิ่มรายได้ ($\bar{x} = 3.82$) ด้านการประหยัด ($\bar{x} = 3.75$) ด้านการเรียนรู้ ($\bar{x} = 3.64$) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากร ธรรมชาติอย่างยั่งยืน ($\bar{x} = 3.82$) และด้านความเอื้ออารีต่อกัน ($\bar{x} = 3.87$) โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละด้านปรากฏ ดังนี้

2.1 ระดับทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการลดรายจ่าย พบว่า มีทักษะระดับสูงทั้งสองข้อ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ครรวัเรียนในชุมชนมีการทำสวนครัวกันเองในชุมชน เพื่อลดรายจ่ายที่ต้องไปซื้อหาจากที่อื่น เป็นการลดภาระค่าใช้จ่าย อย่างเหมาะสม มีระดับทักษะสูงสุด รองลงมา คือ ครรวัเรียนปลอดอบายมุข โดยชาวชุมชนในครรวัเรียนลด ละ เลิกเล่นการพนัน เช่น หวยใต้ดิน เลิกดื่มสุรา และยาเสพติด

2.2 ระดับทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ด้านการเพิ่มรายได้ พบว่า มีทักษะระดับสูงทั้งสองข้อ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ครรวัเรียนใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น เพื่อส่งเสริมในการเพิ่มรายได้และอาชีพเสริมให้กับชุมชน รองลงมาคือส่งเสริมให้สมาชิกในครรวัเรียนทำอาชีพเสริมเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครรวัเรียนอีกทางหนึ่ง

2.3 ระดับทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการประหยัด พบว่า มีทักษะระดับสูงทั้งสองข้อ เมื่อพิจารณา รายข้อในชุมชนมีกลุ่มออมทรัพย์ เกิดขึ้นเพื่อสร้างนิสัยให้กับชาวชุมชนรู้จักประหยัด รู้จักเก็บรู้จักออมกันมากขึ้น มีระดับทักษะสูงสุด รองลงมา ครรวัเรียนมีการออมทรัพย์ ทำให้สมาชิกในครรวัเรียนรู้จักใช้จ่ายอย่างประหยัดกันมากขึ้น

2.4 ระดับทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการเรียนรู้ พบว่า มีทักษะระดับสูงทั้งสองข้อ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ชาวชุมชนมีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ชาวชุมชนได้เรียนรู้และนำไปใช้ ปฏิบัติเพื่อพัฒนาให้ชุมชนเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป มีระดับทักษะสูงสุด รองลงมา คือ ในครัวเรือนมีการเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในชีวิตประจำวัน เพื่อนำสิ่งที่ได้เรียนรู้มาพัฒนา และสืบทอดกันต่อไปเพื่อสังคม และชุมชนจะได้พัฒนาและเจริญยิ่งขึ้นไป

2.5 ระดับทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากร ธรรมชาติอย่างยั่งยืน พบว่า มีทักษะระดับปานกลางทั้งสองข้อ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ ชาวชุมชนปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่น เป็นหมู่บ้านที่น่าอยู่ เพื่อความร่มเย็นเป็นสุขในชุมชนของตน และเพื่อสุขภาพจิตที่ดีของคนในชุมชน รองลงมา คือ ชาวชุมชนสามารถนำวัสดุเหลือใช้มาทำของใช้ได้อย่างยั่งยืนในการประกอบอาชีพ และดำรงชีวิตเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

2.6 ระดับทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ด้านความเอื้ออาทรต่อกัน พบว่า มีทักษะระดับสูง คือ ชุมชนมีการดูแลช่วยเหลือคนจน คนด้อยโอกาส และคนประสบปัญหาให้พ้นจากปัญหา สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และมีทักษะระดับปานกลางคือ ชุมชน “รู้จักสามัคคี” ชาวชุมชนมีความรัก ความเอื้ออาทรต่อกัน รักใคร่กลมเกลียวเป็นน้ำหนึ่งอันเดียวกันรักใคร่กลมเกลียวเป็นน้ำหนึ่งอันเดียวกัน

3. การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ชาวชุมชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานที่พักอาศัย ระยะเวลาที่พักอาศัยในชุมชน รายได้เฉลี่ยต่อปี แตกต่างกัน ทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ชาวชุมชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แตกต่างกัน ในด้านการลดรายจ่าย ด้านการเพิ่มรายได้ และด้านการประหยัดอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก แสดงให้เห็นว่า ชาวชุมชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอดอยสะเก็ดมีทักษะที่ดีต่อการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ เป็นแนวทางในการพัฒนาที่นำไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองในชุมชน และสามารถทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ ในระดับต่างๆ อย่างเป็นขั้นตอน โดยลดความเสี่ยงเกี่ยวกับความผันแปรของธรรมชาติ หรือการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยต่างๆ โดย

อาศัยความพอประมาณและความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี มีความรู้ ความเพียรและความอดทน สติและปัญญา การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และความสามัคคี ความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัวโดยเฉพาะเกษตรกร เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน เทียบได้กับทฤษฎีใหม่ขั้นที่1 ที่มุ่งแก้ปัญหาของเกษตรกรที่อยู่ห่างไกลแหล่งน้ำต้องพึ่งน้ำฝนและประสบความเสี่ยงจากการที่น้ำไม่พอเพียง แม้กระทั่งการปลูกข้าวเพื่อบริโภค และมีข้อสมมติว่ามีที่ดินพอเพียงในการชดเชยเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องดังกล่าวจากการแก้ปัญหาความเสี่ยงเรื่องน้ำจะทำให้เกษตรกรสามารถมีข้าวเพื่อการบริโภคยังชีพในระดับหนึ่งได้ และใช้ที่ดินส่วนอื่นๆ สนองความต้องการพื้นฐานของครอบครัว รวมทั้งขายในส่วนที่เหลือเพื่อมีรายได้ที่จะใช้เป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่สามารถผลิตเองได้ ทั้งหมดนี้เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในตัวให้เกิดขึ้นในระดับครอบครัว เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่ครัวเรือนหรืออาชีพที่ต้องขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ ที่ไม่สามารถที่จะควบคุมได้ ดังนั้นการลดความเสี่ยง สร้างภูมิคุ้มกันให้กับครอบครัวและชุมชน จะต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในครอบครัวและชุมชน และนำมาวางแผน เพื่อหาแนวทางแก้ไข ถึงจุดอ่อนและอุปสรรค โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์นำมาวางแผนในการแก้ไขปัญหาและลดความเสี่ยงทางธรรมชาติหรือสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้

เมื่อพิจารณาทัศนะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอ ดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่เป็นรายข้อในแต่ละด้าน ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านการลดรายจ่าย ด้านการเพิ่มรายได้ ด้านการประหยัด ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากร ธรรมชาติอย่างยั่งยืน และ ด้านความเอื้ออารีต่อกัน สามารถสรุปได้ว่า ชาวชุมชนมีทัศนะต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมากทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) ซึ่งกล่าวถึงความพอเพียง พอประมาณในการดำรงชีวิต และตรงกับแนวนโยบายของ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) ซึ่งกล่าวว่า การผลิตนั้นมุ่งใช้เป็นอาหารประจำวันของครอบครัว เพื่อให้มีพอเพียงในการบริโภคตลอดปี เพื่อใช้เป็นอาหารประจำวันและเพื่อจำหน่าย และ ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์ (2542) เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก และได้อธิบายองค์ประกอบของความพอเพียง อันได้แก่ความพอประมาณโดยการใช้แนวคิด Utility Function ในการวิเคราะห์ความมีเหตุผลด้วยแนวคิดของ Rational Behavior โดยสนับสนุนและสอดคล้องกับแนวคิดของ กลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า แนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลาและเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤต เพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนาโดยการนำปรัชญาเศรษฐกิจมาใช้ในการ

พัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืนนั้นต้องอาศัย แนวคิดหลายแนวคิดเพื่อสร้างความยั่งยืน อันได้แก่ แนวคิด เศรษฐศาสตร์แนวใหม่ที่ต่อต้านเศรษฐศาสตร์วัตถุนิยมไว้ในเอกสาร “เศรษฐศาสตร์ชาวพุทธ” (Buddhist Economics) ที่เน้นความพอเพียงทางเทคโนโลยีในระบบการผลิตที่ให้ความสำคัญต่อคนมากกว่าผลผลิต (อี เอฟ ชุมัคเกอร์, 2554) รวมถึงแนวคิด “การบริหารจัดการเศรษฐกิจพอเพียง” โดยเน้นหลัก พอเพียง หรือ ความพอเพียง พอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรนั้น โดยมีพื้นฐานแนวคิดจากคำสอนของพระพุทธเจ้า โดยเฉพาะ “หลักธรรมมัชฌิมาปฏิปทา” ทางสายกลาง กล่าวคือ ความพอเพียงนั้นมีเป้าหมายของการผลิตและการบริโภคที่ต้องการทำให้ระบบดำเนินต่อเนื่องไปได้ในลักษณะยั่งยืน ทำให้ประชาชนสามารถลดความทุกข์และเข้าถึงความสุขในแต่ระดับขั้นได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัช วิรชนิกาวรรณ โดยให้ชุมชนมีการบริโภคอย่างพอเพียงจึงเป็นการบริโภคพอประมาณ ไม่สร้างความโลภทางใจให้เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งป้องกันไม่ให้เกิดความทุกข์ทรมานทางกาย อันเป็นลักษณะของการ “กินดีอยู่ดีพอดี” หลักดังกล่าวเป็นหลักการจัดการแนวทางหนึ่งทางสายกลางในการดำเนินชีวิตและพัฒนาความยั่งยืน

สำหรับชาวชุมชนที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและเกษตรกรกรรม แตกต่างกัน ในด้านการลดรายจ่าย ด้านการเพิ่มรายได้และด้านการประหยัดอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจะเห็นได้ว่า อาชีพในบางอาชีพไม่เห็นความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนตามโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เนื่องจากการสร้างพื้นฐานให้มีความเข้มแข็งในด้านความพออยู่พอกิน การพัฒนาสุขภาพอนามัย การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม และการพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นโดยสร้างการสร้างความตระหนักที่ได้รับมาจากความเจริญก้าวหน้าในระดับที่สูงของแต่ละอาชีพ ไม่สอดคล้องกับแนวคิดคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553 ที่ได้กล่าวว่า กระแสโลกาภิวัตน์ แต่ชี้ให้มีความรู้เท่าทันผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก โดยอาศัยความรู้รอบรู้ รอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอนผนวกด้วยการเสริมสร้างจิตสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต มีสติปัญญาและความพร้อมที่จะรับความผันผวนของการเปลี่ยนแปลง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ทัศนะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดที่สำคัญของชาวชุมชนในครัวเรือนรู้ถึงหลักในการปฏิบัติ เข้าใจในแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างลึกซึ้ง และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยควรมุ่งเน้นความยั่งยืนให้เกิดการพัฒนาในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3 ด้านดังนี้

1. ด้านการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1.1. ด้านการลดรายจ่าย ควรมีการจัดวิทยากรมาให้คำแนะนำ และให้ความรู้ มีการอบรมแก่ชุมชนให้มีความรู้ในเรื่องการลดรายจ่าย ให้รู้จักวิธีการใช้จ่ายอย่างพอเพียงเพื่อให้สอดคล้องกับแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1.2. ด้านการเพิ่มรายได้ ควรเปิดโอกาสและส่งเสริมให้ชาวชุมชนได้มีอาชีพเสริมเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและครอบครัว โดยมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล และให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด

1.3. ด้านการประหยัด ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการ หรือ กรรมการชุมชน จัดตั้งสหกรณ์ ในการดูแลการใช้จ่ายในชุมชน เพื่อให้ทราบถึงวิธีการประหยัด และความเข้าใจ ต่างๆ กับชุมชน เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1.4. ด้านการเรียนรู้ ควรมีการจัดฝึกอบรม และให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ กับชาวชุมชน เพื่อพัฒนาให้ชุมชนมีความเจริญรุ่งเรือง

1.5. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ควรมีการจัดเจ้าหน้าที่มาให้ความรู้กับชาวชุมชน เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากร ธรรมชาติอย่างยั่งยืน เพื่อชาวชุมชนจะได้มีทรัพยากรธรรมชาติไว้ใช้ได้นานต่อไปในอนาคต

1.6. ด้านความเอื้ออาทรต่อกัน ควรมีการจัดอบรมรวม จัดงานสังสรรค์ ในชุมชนเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ในชุมชน และเพื่อให้ชาวชุมชนมีความรู้รักสามัคคี และความเอื้ออาทรต่อกันในชุมชน

2. ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนภาครัฐและเอกชน

2.1. ภาครัฐ ควรส่งเสริมให้มีการศึกษารูปแบบการพัฒนาชุมชนตามเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้เครื่องมือในการจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้ดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และจัดให้หน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานงานในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล โดยการขับเคลื่อนการดำเนินชีวิตอย่างมีเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน

2.2. ภาคเอกชน ควรให้การศึกษารูปแบบการพัฒนาชีวิตและชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีการกำหนดตัวบ่งชี้หรือกิจกรรมที่สามารถผลักดันหน่วยงานของตนให้สามารถดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเช่นเดียวกับชุมชน

3. ด้านการพัฒนาประชาชนและชุมชน

ประชาชนและชุมชน ให้ความรู้ สร้างเครือข่าย กิจกรรมเผยแพร่ความรู้ และส่งเสริมการกระทำตนเป็นแบบอย่างแก่ผู้อื่นในด้านการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

4. ชาวชุมชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทักษะของชาวชุมชนต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แตกต่างกัน

ควรให้ผู้นำชุมชนมีการจัดกิจกรรมสร้างเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยอาศัยความร่วมมือของชาวชุมชน ซึ่งใช้หลักตนเป็นที่พึ่งแห่งตน ยึดหลักความพอดีพอประมาณ มีเหตุมีผล สร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับชุมชน แฝงด้วยความรู้ คุณธรรม และการรู้จักสามัคคี โดยใช้ทรัพยากรหรือทุนทางสังคมที่มีอยู่เดิมในชุมชน และทุนทางสังคมใหม่ช่วยผลักดันให้แผนชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแผนชุมชนที่สร้างความยั่งยืน สมดุล และเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยทักษะต่อโครงการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่แตกต่างกันของอาชีพนั้น มีความรู้และตระหนักถึงการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงมหาดไทย. (2561). แบบประเมินหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง.

http://www.cddchiangrai.com/suffi/manual_assess52.pdf.

กลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง. (2548). เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

คลังปัญญาไทย. (2549). เศรษฐกิจพอเพียง. <http://sufficiencyeconomy.panyathai.or.th>.

ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์. (2542). เศรษฐกิจพอเพียงกับวิกฤตเศรษฐกิจ. กรุงเทพมหานคร:สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ขจรอรุณ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2554). การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้ชาย. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2551). การบริหารจัดการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน. <http://www.wiruch.com/articles>.

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2549). การนำแผนชุมชนไปใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการในการพัฒนา. <http://cddweb.cdd.go.th/prcdd/imagetoweb/panchumchon3.doc>.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2560). หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ จังหวัดเชียงใหม่. <http://chiangrai.cdd.go.th/services/moobaansuffi>.

- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2542). **เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย (2560). **จำนวนครัวเรือน**. <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/36.htm>.
- อี เอฟ ชูมัทเกอร์.(2554). **เศรษฐศาสตร์บนทางสายกลาง**. <http://www.siamintelligence.com/100th-schumacher-buddhist-economy>.

Study of the Responsibility and the Satisfaction of Students using the “Flipped Classroom” in the Subject of English for Global Communication

Nalin-on Nuiplot^{1*}, Rojjanant Songyoo¹ and Thanahnahphatt Phieanchang²

Assistant Professor Dr., Office of General Education, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage ^{1*}

Pathum Thani Province, Pathum Thani, e-mail: nalin-on@vru.ac.th.

Dr., Office of General Education, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage Pathum Thani Province ¹

Pathum Thani, e-mail: rojjanant@vru.ac.th.

Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Dhonburi Rajabhat University, Bangkok, e-mail: thanahnahphatt.p@dru.ac.th²

Received: 27 March 2024; **Revised:** 28 June 2024; **Accepted:** 29 June 2024

Abstract

The research entitled “Study of the Responsibility and the Satisfaction of Students using the “Flipped Classroom” in the Subject of English for Global Communication” aimed to 1) study the responsibility in English Subject learning between Flipped Classroom and non-Flipped Classroom and 2) study the satisfaction of students to the Flipped Classroom as a learning management in English Subject learning. The samples group was the 96 students enrolled in English for Global Communication Subject, General Education program, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani, Thailand, in the second semester of academic year 2022 by purposively selected. The tools used in this research were: the “Project Evaluation” form, and the online questionnaire which was in the title of “Satisfaction of Students to the Flipped Classroom”. The statistics used in this research was Percentage, Mean, Standard Deviation and t-test for dependent samples. It was found that 1) the responsibility score in English subject learning of students in Flipped Classroom was higher than the non-Flipped Classroom with reliability value at 0.05 in both separate and whole aspects, and 2) the satisfaction of students to the Flipped Classroom as a learning management of English subject was at the highest level in both separate and whole aspects.

Keywords: Flipped classroom, English subject, Responsibility

Introduction

In the past ten years, most problems of learning management in Thailand are due to many teachers focus on entering knowledge into learner. Then, the acquired knowledge is used only in examinations and evaluation. As a consequence, the student's thinking skills resulting from such knowledge acquisition does not reach a high-level thinking skill. Thus, the students cannot think, analyze, synthesize and evaluate data by themselves. According to the problem of Thai education and the rapid change of the 21st century in the world, Thai educational circles need to be developed in learning management. After that, the learners could think, analyze, and reflect reasonably on the basis of their thinking as the intellectual or "critical thinking". (Atchara, 2008) In addition, they can work complex effectively and there will be leading to further prosperity of the nation.

The word "(self-)responsibility" refers to the concept of being accountable as an individual or group for actions that have already been taken or will be taken in the future (Maier, 2019). Numerous features, including the distinction between an individual and a communal perspective, as well as references to both the past and the future in terms of plans of action, may be found in this brief definition. It is clear that accountability refers to both actions and planning for actions. However, the actor's accountability can only be based on successfully completing the criteria stated for the task, whether those criteria were defined beforehand or were developed as the actor was acting or planned to act. Additionally, the cases of individual and collective actors may differ in terms of this normative dimension. These observations already highlight how intricate the idea of responsibility is.

One teaching method promoting in responsibility of students is “flipped classroom.” This method, the things which are normally done in class and as homework will be switched or flipped (Clyde & Nancy, 2013). The students should read material and view videos before coming to class and then engage in class in active learning, by using case studies, games, simulations, or

experiments, instead of listening to a lecture. Going home then do the work on a set of assigned problems.

Research Objectives and Conceptual Framework

The conceptual framework of the objectives of this research was shown as figure 1.

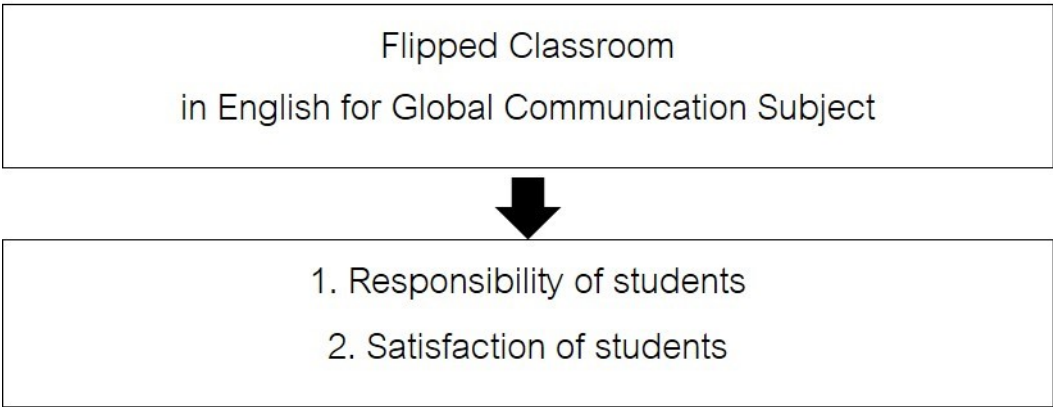


Figure 1 Conceptual framework of this research

Kathleen Fulton (2012) listed the advantages of the flipped classroom as the following seven points : 1) students move at their own pace, 2) doing homework in class gives teachers better insight into student difficulties and learning styles, 3) teachers can more easily customize and update the curriculum and then provide it to students, 4) classroom time can be used more effectively and creatively, 5) teachers using the method report seeing increased levels of student achievement, interest, and engagement, 6) learning theory supports the new approaches, and 7) the use of technology is flexible and appropriate for “The 21st century learning.”

According to the problem of learning management and concept of responsibility mentioned above, Flipped Classroom Management, is an ideal choice for students in higher education. In addition, learning managers need to help develop the potential of students in higher education as maximum as they can; they also need to encourage students to develop naturally

to the full potential. (Academic Bureau, 2014). The instructor plays a role as the only sparkler, adviser, or consultant and let students practice in groups: planning to work, process of communication, and presentation in various forms (Office of the National Primary Education Commission, 1998). Flipped classroom also corresponds to the concept of General Education in Valaya Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani. that focus in active learning or learning by doing. Especially in the English for Global Communication Subject, which is aimed to encourage and develop learners to have skills of global communication by self-responsibility. Then it will lead to the right solution, can be applied to use in daily life and can also live in many cultures. The communication activities can transform the modern children in Thai society into a continuous and sustainable learning culture which is called "Lifelong education" (Ladda & Angkana, 2010).

Methodology

96 students enrolled in English for Global Communication, General Education program, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani, Thailand, in the second semester of academic year 2022 by purposively selected. The Pre-experimental Design was used to compare responsibility in the learning, and then satisfaction was assessed of the learning method.

Variables:

Independent variable: "Flipped Classroom" as a learning management

Dependent variables: Responsibility and satisfaction to the Flipped Classroom

Research tools were divided into two types: tools used in experiments: Plan of Flipped Classroom learning management and the tools used for data collection and evaluation: 2 data collection tools were created; 1) Project evaluation form which the researcher set the Rubric Score evaluation criteria to assess the responsibility of students for the project assignment. There were three aspects of evaluation: respect for variation in the team, flexibility and enthusiasm for team

support, and the responsibility to work with others. 2) Online questionnaire on students' satisfaction toward Flipped Classroom learning management. The internal assessment is divided into two aspects of satisfaction: quality of learning management of teachers and the support of learning facilities in the classroom. After that, researcher had made agreements with students before learning management about how to behave while organizing Flipped classroom learning activities. Then, the learning management was followed the research plan. During the last week of semester, researcher evaluated the responsibility of students for the project assignment which was three aspects of evaluation: respect for variation in the team, flexibility and enthusiasm for team support, and the responsibility to work with others. Lastly, the online questionnaire was used to assess the students' satisfaction toward Flipped Classroom learning management. The analysis of Responsibility Skill by using the scores from the Project evaluation form was analyzed the percentage and compared with the 80 percentage criteria. The student satisfaction data toward “Flipped classroom” learning management were analyzed by using the scores from the online questionnaire to be the mean and standard deviation, both of individual and overall aspects.

Findings

Results of responsibility skill using Project Evaluation form during the last week of Flipped classroom management are shown in Table 1.

Table 1 Students' responsibility by using Project evaluation form

Criteria	Score	$\bar{X}$	S.D.	No. of Passed
Respect for variation in team	10	9.00	0.48	96
Flexibility and enthusiasm for team support	10	8.50	0.64	86
Responsibility to work with others	10	8.70	0.57	86
Percentage	100	87.33	-	94.44

* Reliability $\geq .05$

According to Table 2, it was shown the scores of 96 students (sample groups) that were evaluated responsibility skill by using project evaluation form after learning in Flipped classroom. The total score was 26.20. The total score was passed 80 percent criteria, which is 24 scores. The highest score was 28 and the lowest score was 21. The average score was 87.33 percent. 94.44 percent of the students passed the 80 percent criteria.

Results of satisfaction of students toward “Flipped classroom” learning management by using the online questionnaire were shown in Table 2.

Table 2 Satisfaction of students toward Flipped classroom learning management

Aspect	$\bar{X}$	S.D.	level
Teacher	4.70	0.56	highest
Facilities	4.59	0.68	highest
Both aspect	4.65	0.62	highest

* Reliability $\geq .01$

According to Table 2; it was shown that the average satisfaction of students in overall was at the highest level (= 4.65, S.D. = 0.62), the satisfaction in teacher aspect was at the highest level (= 4.70, S.D. = 0.56) and the satisfaction in facilities was also at the highest level (= 4.59, S.D. = 0.68).

Conclusion and Discussion

The research entitled “Comparison of the Responsibility and the Satisfaction of Students using the “Flipped Classroom” in the Subject of English for Global Communication” was aimed to 1) study the responsibility in English Subject learning between Flipped Classroom and non-Flipped Classroom and 2) study the satisfaction of students to the Flipped Classroom as a learning management in English Subject learning. The samples group was the 96 students enrolled in English for Global Communication Subject, General Education program, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani, Thailand, in the second semester of academic year 2022 by purposively selected. The tools used in this research were: the “Project Evaluation” form, and the online questionnaire which was in the title of “Satisfaction of Students to the Flipped Classroom”. The statistics used in this research was Percentage, Mean, Standard Deviation and t-test for dependent samples. It was found that students pass 80 percent criteria on responsibility in learning and 94.44 percent of students get passing scores. The satisfaction of students toward teacher and facilities in Flipped Classroom learning management was average at the highest level in both individual aspect and whole aspects.

Using Flipped classroom as a learning management could measure responsibility of learning of students. The measurement was used the evaluation form which measured 3 aspects: the average score of respect for variation in the team at 9.0, the average score of flexibility and enthusiasm for team support at 8.5, and the average score of the responsibility to work with others at 8.7. The average score of all 3 aspects was 87.33 percent, with 96 students enrolled. About 94.44 percent of enrolled students passed the responsibility criteria. The results of this part show that Flipped Classroom learning management can enhance the responsibility of the sample

students. The manager learning as a researcher planned learning management that focused on the learner to practice or simulate learning situations. Group working for doing the project such as presentation and report the results of the project resulted in students had a better understanding of the thinking and working processes with systematic. Students also practiced and developed many skills needed to live in today's society, such as research skills, social skill and interpersonal skills. The project then was successful and the students took responsibility, have more self-confidence and self-esteem, could make better decisions and solve problems in different situations. Because project-based learning is the basis of learning, it allows learners to choose the subject or problem they want to study by themselves. They also chose how to research and implement their own actions. This makes it possible for students to bring all the knowledge they have gained in their daily life which corresponds to the study of Wilaiporn Promsri (2008) that showed Project-Based Learning Management is the most important learner-centered learning. It is a learning management that aimed to the learner to learn by themselves, could analyze ideas reasonably and had critically and creatively thinking. This will help develop and promote the learning process of learners by using scientific methods to seek knowledge based on their interests, aptitudes and abilities.

According to the results of the online questionnaire, students were satisfied with the Flipped Classroom learning management at the highest level, both overall aspects and in individual aspect: teacher and facilities aspect of learning. In addition, students had an opinion that Flipped classroom learning is not only the basis for students to practice in a real life but also learn from various learning resources outside their classroom. Project preparation enables students to work together, plan systematic, and divide of responsibilities. When problems or obstacles arise during the preparation, it results in students keen to find answers, accept opinions of others, and also practice social skills as well. In addition, when compared with the results of PBL-based learning only in the learning management of the same subject, it was found that



combined learning management between Flipped Classroom and PBL result more satisfactory of students.

The results showed that students learn through student-centered activities, choose projects based on issues or topics that interesting, then they would determine to find answers and create their own knowledge. Accordance with Guzdia, referring in Sittipol Art-in & Theerachai Nate-tanomsak (2011) that let students do project made their opportunity to enter the investigation process. This is a process that requires advanced communication skills. Therefore, project work is a good way to improve students' communication skills and it can also help to bring out the potential that exists within the learners to effectively utilize it as well. As a result, students gain knowledge and experience, be trained and developed communication skills, also practiced research skills, group process skills, and social skills. Then, it could cause self-esteem to students and result in post-study learning outcomes were significantly higher than pre-study. Also, the students satisfied with Flipped classroom combined PBL at a good level. Accordance with Wilaiporn Promsri (2008) and Suthini Rattanasri (2008) that when project-based learning is effectively managed and the learner has achieved learning goals, the learner will have a minimum level of satisfaction in learning management at a good level. Hence, the management of communication skills of students using Flipped Classroom combined with project-based learning in this subject. It also corresponds to student-centered education management that students can use communication skills to contact others in global or social.

Recommendations

The recommendations of this study are 1) students should be educated on how to write the project proposal and the project process before students work on the project to better understand. Then, they can do the project and prepare the result to write a report efficiently. 2) It should be a comparison study of only Flipped Classroom with control groups that using other learning management to get the information leading to the development of effective learning management. Moreover, there was a recommendation from a reviewer that there should be

research and conclusions at the individual, organizational, and policy levels for clarity, including the results, and then using them to develop this subject in General Education curriculum in the future.

References

- Academic Bureau. (2014). Conclusion of the workshop on “Practices Handbook in Good Teaching and Techniques in Higher Education” Ubonratchathani: Academic Bureau of Ratchathani University.
- Aranya Choksawat (2007). The management of science learning based on projects to improve the analytical thinking of students in Ban Pan School, Level 2. Thesis of Master of Education, Major of Science Education: Khon Kaen University.
- Atchara Chaiwiwat. (2008). Curriculum Development of Critical Thinking Skills for Students in Prathomsuksa 6 of Basic Education. Journal of Education. 19, 3. 65-78 pp.
- Clyde Freeman Herreid & Nancy A. Schiller. (2013). Case Studies and the Flipped Classroom. Journal of College Science Teaching, 42, 5. 62-66 pp.
- Kathleen Fulton. (2012). Upside Down and Inside Out; Flip Your Classroom to Improve Student Learning. Learning & Leading with Technology, 39, 8. 12-17 pp.
- Ladda Silanoi & Angkana Tungkasamit. (2010). Training materials on “The Development of Project-based Learning”. Khonkaen: Faculty of Education, Khonkaen University.
- Nalin-on Nuiplot. (2016). “Enhancing in Critical Thinking Skill of Students by Project-Based Learning in GE103 Module : Innovation and Scientific Thinking”, article in the Proceeding book of “The 2nd National Conference on General Education”, 23-24 June 2016 at Golden Tulip Sovereign Hotel, Bangkok.

- Office of the National Primary Education Commission. 1998. Learning to Life Skills (1st edition). Bangkok: Kurusapa Printing Ladphrao.
- Porn-tipa Sriwong (2009). Learning outcomes in the subject of Health Education and Physical Education, Mathayomsuksa 3 students using the project-based learning model. Thesis of Master of Education, Major of Curriculum and Instruction: Khon Kaen University.
- Saeng-roong Poon-suwan. (2013). Improving the Thinking Skills of Students in the 21st Century. School in Focus magazine. 5, 13. 6-7 pp.
- Wilaiporn Promsri (2008). Results of learning activities in Science Learning in theme of Species of life, Prathomsuksa 5 students using project-based teaching. Thesis of Master of Education, Major of Curriculum and Instruction: Khon Kaen University.
- Robert Maier. (2019). Self-Responsibility: Transformations. American Behavioral Scientist: Vol. 63(1). 27-32.
- Sittipol Art-in & Theerachai Nate-tanomsak (2011). Project-based learning management in curriculum development for undergraduate students, 5-year courses. KRU Research Journal, 1, 1. 1-16 pp.
- Suthini Rattanasri. (2008). The Development of English Communication Achievement for Communication of Mathayom Suksa 5 Students using Project-Based Teaching. Thesis of Master of Education, Major of Curriculum and Instruction: Khon Kaen University.

แนวทางการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย/บทความวิชาการ วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น

วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น ยินดีรับบทความวิจัยและบทความวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ บริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ และครุศาสตร์และการบริหารการศึกษาโดยบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ จะต้องไม่เป็นผลงานวิจัย/วิชาการที่เคยได้รับการเผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน หรือไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่น บทความทุกบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ประเภทของบทความ

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

การเตรียมต้นฉบับ

ชื่อเรื่อง	ควรสั่นกะทัดรัดได้ใจความ ครอบคลุม ตรงกับวัตถุประสงค์และเนื้อหา
ชื่อผู้เขียน	พิมพ์ชื่อโดยไม่ใช้คำย่อ มีสถานที่ทำงาน หน่วยงานที่สังกัด อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ โดยอ้างอิงเชิงบรรณทนายหน้าแรก
บทคัดย่อ	เป็นร้อยแก้ว เขียนเฉพาะเนื้อหาที่สำคัญ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย (อย่างย่อ) และต้องมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
คำสำคัญ	ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ ประมาณ 3-5 คำ ใช้ตัวอักษร ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทความที่เป็นภาษาอังกฤษมีเฉพาะคำสำคัญ ภาษาอังกฤษ
บทนำ	อธิบายถึงความเป็นมาและความสำคัญที่ทำการศึกษ วิจัย ค้นคว้า ของผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ สมมติฐานและขอบเขตของการวิจัย
เนื้อเรื่อง	กรณีบทความที่เป็นภาษาไทยควรใช้ภาษาไทยให้มากที่สุด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กะทัดรัดและชัดเจน การใช้คำย่อต้องมีคำสมบูรณ์ไว้ในครั้งแรกก่อน
วิธีดำเนินการวิจัย	อธิบายขั้นตอนการวิจัย โดยกล่าวถึงแหล่งข้อมูล วิธีการรวบรวมข้อมูล วิธีการใช้เครื่องมือในการศึกษาหรือการวิจัย และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
สรุปผลการวิจัย	อธิบายสิ่งที่ได้จากการศึกษา ไม่ควรซ้ำกับการแสดงผล แต่เป็นการสรุป ประเด็น และสาระสำคัญของการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
อภิปรายผล	อธิบายถึงผลที่ได้รับจากการศึกษาหรือการวิจัย ว่าเป็นไปตามสมมติฐานหรือไม่ ควรอ้างถึงทฤษฎี หรือผลการศึกษาของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องประกอบการอธิบาย
ข้อเสนอแนะ	อธิบายถึงการนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ หรือข้อเสนอแนะ ปัญหาที่พบในการศึกษา เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาค้างต่อไป
เอกสารอ้างอิง	ให้เขียนเอกสารอ้างอิง ใช้ระบบนาม-ปี และหน้า (APA Style) ตามรูปแบบ ที่กำหนด

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 ชื่อบรรณาธิการ, **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)

กรณีที่ไม่มีปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บเดียวกัน เช่น

(ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง, 2554)

2. ผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์, เลขหน้า) กรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ไม่ต้องระบุไว้ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิงอีก เช่น ธนกฤต วันตะเมธ (2554, น.90) ได้ศึกษาถึง.....

Robert E. Hegel (1997, p.14) studied.....

กรณีที่ไม่มีปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บ เช่น

(ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง, 2554)

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

การส่งต้นฉบับ

1. บทความมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า กระดาษขนาด A4 ทั้งนี้รวมรูปภาพ ตาราง และเอกสารอ้างอิง

2. การตั้งค่าน้ำกระดาษ 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 ชิดซ้าย

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 ควรเสนอรูปแบบและแสดงขั้นตอนอย่างกระชับและชัดเจน

3.10 สรุปผลการวิจัย ควรนำเสนอผลอย่างชัดเจน น่าสนใจ ตรงประเด็น เป็นผลที่ค้นพบ โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษา

3.11 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ อภิปรายสิ่งที่ได้จากการวิจัย การนำไปใช้ประโยชน์และข้อเสนอแนะต่างๆ

3.12 เอกสารอ้างอิง ใช้ระบบนาม-ปี และหน้า (APA Style) ระบุแหล่งอ้างอิงเท่าที่ปรากฏในบทความ

ผู้นำเสนอผลงานสามารถดูรายละเอียดรูปแบบการจัดทำบทความฉบับเต็ม (Full Paper) ได้ที่ www.northern.ac.th

หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น เลขที่ 888 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองบัวใต้ อำเภอมือง จังหวัดตาก 63000

โทรศัพท์ 0 5551 7488 ต่อ 5 โทรสาร 0 5551 7481 email : research.northern@gmail.com



วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น

ACADEMY JOURNAL OF NORTHERN

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-มีนาคม 2567

ISSN 2651- 1509

สำนักงาน

กองบรรณาธิการวารสาร ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ
วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น ชั้น 1 888 หมู่ 2 ถนนพหลโยธิน (แนวเก่า)
ตำบลหนองบัวใต้ อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000

โทรศัพท์ 055-517488 กด 5

Email: research.northern@gmail.com