



คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุธนครินทร์

วารสาร

อินทนิล บริหารศาสตร์



Inthanin Administration Journal (IAJ)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)

Vol.1 No.1 (July - December 2024)

ISSN: 3057-0476 (Online)

กองบรรณาธิการ

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์

Inthanin Administration Journal (IAJ)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ รับผิดชอบตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการประเภทบทความวิจัย และบทความวิชาการ ทั้งนี้บทความที่ประสงค์เข้าสู่กระบวนการพิจารณาของวารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ จะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารอื่นใดมาก่อน นับจากวันที่ผู้เขียนได้ส่งบทความดังกล่าวมายังกองบรรณาธิการ

วัตถุประสงค์

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ (Inthanin Administration Journal : IAJ) เป็นวารสารทางวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่สนับสนุนผลงานทางวิชาการของนักศึกษา บุคลากร อาจารย์ และนักวิจัย โดยเปิดรับบทความวิจัย (Research article) และบทความวิชาการ (Review article) ที่มีขอบเขตของสาขาที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ การจัดการ และการบัญชี และสังคมศาสตร์ โดยมีสาขาวิชาย่อย (sub-subject areas) ตาม Aims and Scope ของวารสารดังนี้

1. General Business, Management and Accounting
2. Management of Technology and Innovation
3. Marketing
4. Organizational Behavior and Human Resource Management
5. Public Administration

สำนักงาน

กองบรรณาธิการวารสารอินทนิลบริหารศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์

อำเภอเมือง จังหวัดวราชนครินทร์ 96000

โทรศัพท์ : 0-7370-9030 ต่อ 3314 , 09-8265-4998

โทรสาร : 0-7370-9030 ต่อ 3314

E-mail : iaifms.pnu@gmail.com

คณะกรรมการจัดทำวารสาร

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ Inthanin Administration Journal (IAJ)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา สะแลแม

รองศาสตราจารย์ ดร.วสันต์ พลาชัย

อาจารย์ ดร.อาสลิ หิเล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มงคล กมลเปรม

อาจารย์ ดร.สุมาลี กรดทางกัน

อาจารย์ ดร.ชนาธิป ห่วงจรวงศ์

อาจารย์ศรีณ นื่อน้อย

กองบรรณาธิการ

รศ.ดร.วัญฤดี พรชัยกิตต์

รศ.ดร.วิชญพงษ์ โพธิ์พิรุฬห์

รศ.ดร.กิจจุฑา ไกรวาส

รศ.ดร.สุรณี ฤกษ์จำ

ผศ.ดร.นนทวรรณ ยมจินดา

ผศ.ดร.จิรพันธุ์ ศรีสมพันธุ์

ผศ.ดร.ธัญมัย เจียรกุล

ผศ.ดร.กฤตย์สุพัช สารนอก

ผศ.ดร.นิมิต ชื่นสัน

ผศ.ดร.ทวนรอง ครุฑจ้อน

อาจารย์ ดร.มยุรี อายุพงษ์

อาจารย์กศพงศ์ บุญเกียรติ

ผศ.ดร.รมยันตี ประยูรพันธ์

ผศ.ศิริลักษณ์ อินทสโร

ผศ.พัชรี ฑูเล๊ะ

อาจารย์ ดร.พูนพิศ รัตนันท์

อาจารย์ ดร.กฤษณา พรหมชาติ

อาจารย์ ดร.สุรเชษฐ์ สังขพันธ์

อาจารย์ ดร.อัครอิม สารีมาแซ

อาจารย์ ดร.รุ่งศิริ ผดุงรัตน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

พระนครเหนือ

สถาบันเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่น

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

มหาวิทยาลัยทักษิณ

Assumption University, Thailand

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.สรณัฐ อุเลี่ยนยาง

กองจัดการ

อาจารย์ ดร.รุ่งศิริ ผดุงรัตน์

นางสาวน้ำทิพย์ ชำนิอารัญ

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

กำหนดออก

ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ Inthanin Administration Journal (IAJ) เป็นวารสารที่มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเนื้อหาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ (Peer Review) อย่างน้อยจำนวน 2 ท่านต่อบทความ โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double-blind peer review) และบทความหรือข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ ถือเป็นวรรณกรรมของผู้เขียน บรรณาธิการ กองบรรณาธิการ คณะวิทยาการจัดการ หรือมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

บทบรรณาธิการ

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ Inthanin Administration: IAJ

ขอต้อนรับทุกท่านสู่ฉบับปฐมฤกษ์ของวารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ (Inthanin Administration: IAJ) ซึ่งเป็นวารสารทางวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุธราชชนครินทร์ วารสารฉบับนี้ถือเป็นเวทีสำคัญในการเผยแพร่องค์ความรู้และงานวิจัยในสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ การบัญชี และสังคมศาสตร์

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ฉบับนี้จะเป็นแหล่งความรู้ที่มีคุณค่าสำหรับนักวิชาการ นักวิจัย และผู้ที่สนใจในศาสตร์ด้านการบริหารจัดการ โดยครอบคลุมสาขาวิชาย่อยที่หลากหลาย ได้แก่ การบริหารธุรกิจทั่วไป การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยี การตลาด พฤติกรรมองค์กรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการบริหารรัฐกิจ

ในปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ซึ่งถือเป็นฉบับปฐมฤกษ์นี้ เรามีความภาคภูมิใจที่จะนำเสนอบทความวิจัย และบทความวิชาการที่น่าสนใจจำนวน 6 เรื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายและความมุ่งมั่นของงานวิจัยในสาขาต่าง ๆ บทความเหล่านี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญร่วมสมัย ตั้งแต่การตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการภาครัฐและเอกชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาบทบาทสตรี การจัดการธุรกิจชุมชน ไปจนถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาองค์กร

เราหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความวิจัย และบทความวิชาการในฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่าน ไม่ว่าจะเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ การประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ หรือการสร้างแรงบันดาลใจในการทำวิจัยต่อไป นอกจากนี้ เรายังมุ่งหวังที่จะสร้างพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างเครือข่ายทางวิชาการผ่านวารสารฉบับนี้

ในนามของกองบรรณาธิการ ขอขอบคุณผู้เขียนทุกท่านที่ได้มอบความไว้วางใจและส่งผลงานอันมีค่ามาตีพิมพ์ในวารสารของเรา ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพของบทความ และขอขอบคุณทีมงานทุกฝ่ายที่ร่วมแรงร่วมใจกันจัดทำวารสารฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ เราหวังว่าวารสารอินทนิลบริหารศาสตร์จะเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนความก้าวหน้าทางวิชาการ และการพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์ด้านการบริหารจัดการ เราขอเชิญชวนนักวิชาการ นักวิจัย และผู้สนใจทุกท่านร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีคุณภาพในฉบับต่อ ๆ ไป

บรรณาธิการ
วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์

สารบัญ

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์

Inthanin Administration: IAJ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

บทความวิจัย	หน้า Page	Research Article
การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเหล็กรูปพรรณของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา • ศุภญา ดีเมฆ • พิเชษฐ์ พรหมใหม่	1	Digital Content Marketing Affects Consumer Purchase Decisions for Structural Steel in Songkhla • Supaya Deemek • Pichet Prommai
การจัดการภาครัฐและเอกชน : การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความท้าทาย และการทำงานร่วมกันในการบริหารจัดการองค์การร่วมสมัย • สันญา เคนาภูมิ • วัชรารณ จันทนุกูล	19	Public and Private Management: Comparative Analysis, Challenges, and Synergies in Contemporary Organizational Governance • Sanya Kenaphoom • Watcharaporn Jantanukul
องค์ประกอบเชิงยืนยันอันตัวแปรของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน • วาริพร หอยมณี	48	The Confirmatory Factor Analysis of Spa Health Tourists' Loyalty in Andaman Province • Wareeporn Hoymanee
การพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาเทศบาลเมืองนราธิวาส • โนรูลอัลด้า ยะโก๊ะ • พัชนี ตูเล๊ะ • เปาซี วานอง • อัสมะ ปือซา • บัคมีมีย์ ปาเนาะ • ซอฟุวัน แดแซ	65	The Development of Female Leaders's Roles in Urban Communities for Sustainability: A Case Study of Narathiwat Town Municipality • Norul-aida Yakoh • Patchanee Tuleh • Paosee Wanong • Asma Buesa • Basmimee panoh • Sofuwan Daesae
ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอำวมะนาว จังหวัดนราธิวาส • สุมัยยะห์ โวะ • ต่วนฟารีดา ต่วนปา • พูนพิศ ธิตินันท์	81	Costs and Returns of Seabass Cage Culture: A Case Study of the Seabass Community Enterprise Group in Ban Ao Manao, Narathiwat Province • Sumaiyah Woh • Tuanfareeda Tuanpa • Phunphit Thitinun

สารบัญ

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์

Inthanin Administration: IAJ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

บทความวิชาการ

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนา
องค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล
• มุห์มัดสะกัร เราะห์แลบา

หน้า Page

97

Review Article

Using Information Technology to Develop
Organizations Building Excellence in The
Digital Age
• Muhammadshakir Rohlaeba

การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเหล็กgrupพรรณของผู้บริโภค ในจังหวัดสงขลา

Digital Content Marketing Affects Consumer Purchase Decisions for Structural Steel in Songkhla

ศุภญา ดีเมฆ¹ พิเชษฐ์ พรหมใหม่^{2*}

Supaya Deemek¹ Pichet Prommai^{2*}

วันที่รับบทความ : 11 เมษายน 2567

วันที่แก้ไขบทความ : 5 พฤษภาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ : 17 พฤษภาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเหล็กgrupพรรณ และเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเหล็กgrupพรรณจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าร้านจำหน่ายเหล็กgrupพรรณในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเหล็กgrupพรรณร้อยละ 26.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาระดับของการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กgrupพรรณ พบว่า การตลาดเชิงเนื้อหาประเภทข้อความ หรือบทความมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือการตลาดเชิงเนื้อหาประเภทวิดีโอ และการตลาดเชิงเนื้อหาประเภทรูปภาพ หรืออินโฟกราฟิกตามลำดับ สำหรับผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กgrupพรรณจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลนั้น พบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจซื้อเหล็กgrupพรรณแตกต่างกับลูกค้าที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ลูกค้าที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีการตัดสินใจซื้อเหล็กgrupพรรณต่างกับลูกค้าที่เป็นข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ นอกจากนี้ยังพบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท

¹นักศึกษา, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹Student, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

²Assistant Professor Dr., Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding author. E-mail: prommai1968@gmail.com

มีการตัดสินใจซื้อเหล็กgrupพรรณแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล็กgrupพรรณในจังหวัดสงขลา เน้นการทำการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลในรูปแบบของข้อความ หรือบทความให้มากที่สุด รองลงมาคือการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลประเภทแบบวิดีโอ และแบบรูปภาพหรืออินโฟกราฟิก ตามลำดับ

คำสำคัญ : การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัล การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เหล็กgrupพรรณ

Abstract

This research aims to examine how digital content marketing patterns affect structural steel purchase decisions. It also aims to compare the decision-making process for purchasing structural steel products based on various demographic criteria. A questionnaire is the primary data collection instrument in this quantitative research study, concentrating on individuals who had previously purchased structural steel in the province of Songkhla. A total of 400 samples were examined via a statistical tool such as frequency, percentage, standard deviation, multiple regression analysis, t-test, and analysis of variance (ANOVA).

The results found that digital content marketing influenced the decision to purchase the steel-made products 26.4 percent at a .05 significance level. It was found that content marketing with messages or articles had the greatest influence on the structural steel purchase decision, followed by video content marketing and image or infographic content marketing. In order to compare results of the purchase decision of steel products based on individual characteristics. When purchasing steel items, those with bachelor's degrees and above were found to perform differently with lesser levels of education. When selecting which steel products to purchase, state-owned firm employees and government representatives are not the same as private sector customers. Furthermore, it was discovered that, at a .05 significance level, customers who earn more than 30,000 baht per month have made different decisions about purchasing structural steel than do customers who earn less than 30,000 baht per month. The distributor of structural steel products in Songkhla province was urged by the researcher to prioritize digital content marketing in the form of messages or articles over digital content marketing in the form of videos, image and infographics, in that order.

Keywords: Digital content marketing, Purchasing decision, Structural steel

บทนำ

อุตสาหกรรมเหล็กเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเหล็กมีการใช้งานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ยานยนต์ สะพาน ทางหลวง ก่อสร้าง พลังงาน บรรจุก๊าซ และเสาส่งสัญญาณสาธารณะยุค อุตสาหกรรมเหล็กไทยในปี พ.ศ. 2566 มีลักษณะผันแปรตามเศรษฐกิจไทยโดยรวมที่มีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง กำลังการซื้อของคนไทยกำลังกลับมา อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมเหล็กของไทยยังเติบโตในทิศทางที่ยังไม่ดีขึ้น หลังวิกฤตโควิด 19 ความต้องการใช้เหล็กในปี พ.ศ. 2566 ลดลงร้อยละ 1.0 จากปี พ.ศ. 2565 โดยสถาบันเหล็ก และเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย มีอัตราการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมเหล็กไทยต่ำสุดเหลือเพียงร้อยละ 28.2 นอกจากนี้มีการทุ่มตลาดจากต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างมากโดยเฉพาะเหล็กจากประเทศจีน โดยในปี พ.ศ. 2566 การนำเข้าเหล็กแผ่นเคลือบสังกะสีมายังประเทศไทยมีมากกว่า 1 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 50 จากปี พ.ศ. 2565 (นาวา จันทนสุรคน, 2566)

เหล็กรูปพรรณเป็นคำใช้เรียกเหล็กชนิดหนึ่งที่ผ่านมากระบวนการผลิตและแปรรูปเป็นรูปทรงต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการทำงานแต่ละประเภท และช่วยให้เกิดความสะดวกสบายในด้านการใช้งาน ทั้งงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ งานโครงสร้าง งานศิลปะ ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ เหล็กรูปพรรณรีดร้อน และเหล็กรูปพรรณขึ้นรูปเย็นตามธรรมชาติจะมีลักษณะเป็นก้อนที่ไม่มีรูปทรง เหล็กประเภทนี้จะมีการวางจำหน่ายในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปรวมถึงผู้รับเหมาขนาดเล็กที่ต้องการนำสินค้าดังกล่าวไปประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์ งานโครงสร้างขนาดเล็ก เช่น ร้านค้าจำหน่ายสินค้าในตลาดนัด แปลงปลูกผัก ต่อเติมบ้านเล็ก ๆ น้อย ๆ เป็นต้น รวมถึงการทำเป็นงานศิลปะต่าง ๆ ปัจจุบันในพื้นที่จังหวัดสงขลาธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณมีการแข่งขันกันมากขึ้น เนื่องจากมีการขยายสาขาของธุรกิจ Modern trade รายใหญ่ลงมาแข่งขันกับธุรกิจท้องถิ่น ส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้น สำหรับธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณในจังหวัดสงขลาที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ได้แก่ ร้านไทวัสดุ ร้านคูโฮม ร้านนวนาวัฒน์ ร้านวัฒนา ร้านโฮมโปร ร้านเอสซีจีโฮม ร้านเกาะเสือค้าเหล็ก ร้านคลองแหค้าเหล็ก ร้านเหล็กใต้ ร้านเกียรติจักร ร้านกรุงเทพการช่าง เป็นต้น

ปัจจุบันการตลาดแบบดิจิทัลเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเปลี่ยนไปอย่างมาก พร้อมกับการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ ๆ โดยการตลาดแบบดิจิทัลจะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป หากไม่ปรับธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่พัฒนาตามแนวทางของโลกดิจิทัลได้ การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลจึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ประกอบการใช้ในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อตลอดจนสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้า อีกทั้งการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลยังสามารถสร้างเนื้อหาออนไลน์ที่มีคุณค่าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ ลูกค้าได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี การใช้การปฏิสัมพันธ์กับโซเชียลมีเดียช่วยให้ตราสินค้าได้รับการตอบรับเชิงบวกจากลูกค้าได้โดยตรง ด้วยเหตุผลการสื่อสารการตลาดแบบ

ดิจิทัลจึงเป็นประโยชน์สำหรับแบรนด์และธุรกิจต่าง ๆ โดยที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางออนไลน์เกี่ยวกับประสบการณ์การใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ รวมถึงความพึงพอใจต่อแบรนด์นั้น ๆ ซึ่งมีความแตกต่างจากการทำการตลาดแบบดั้งเดิม หรือออฟไลน์โดยสิ้นเชิง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัล (Digital content marketing) เป็นการให้ข้อมูลจากธุรกิจหรือนักการตลาดที่จะสื่อสารไปยังผู้บริโภคในเวลาที่เหมาะสมในระหว่างกระบวนการตัดสินใจซื้อ รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ (Jarvinen & Taiminen, 2016) แนวโน้มของสังคมที่มีความไว้วางใจอินเทอร์เน็ตมากขึ้นได้เปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าผ่านโลกเสมือนจริง สอดคล้องกับคำกล่าวของ Liu and Huang (2015) ระบุว่า การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นกลยุทธ์ดึง (Pull strategy) ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งที่ผู้บริโภคกำลังมองหา จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัลทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวไปสู่ช่องทาง Online platform มากขึ้น การทำการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จต้องสร้างคอนเทนต์ (Content) ทั้งข้อความหรือบทความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ให้ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายและได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการเป็นสิ่งสำคัญ (อนุสรณ์ เรืองโรจน์ และอริสสา สะอาดนัก, 2563)

ที่ผ่านมาผู้ศึกษาเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อออนไลน์ในแง่มุมต่าง ๆ โดย ญัฐภัสร์ สวัสดิ์สรรพ และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2566) ได้ข้อค้นพบว่า การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเบื้องหลังทำให้การมีส่วนร่วมสูงกว่าการนำเสนอเนื้อหาแบบรีวิว และการใช้เนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจโดยใช้ผู้มีชื่อเสียงมีอัตราการมีส่วนร่วมเฉลี่ยสูงกว่ารีวิวกติ นอกจากนี้ กฤษฎิษฐ์ อัครโชคชัยวานิช และคณะ (2566) ได้ข้อค้นพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการใช้งานเฟสบุ๊ก อินตราแกรม ดิกด็อก และซ้อปปี สามารถทำนายการตัดสินใจซื้อสินค้าครัวเรือนผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ร้อยละ 62.20 จะเห็นว่าการวิจัยเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้ข้อความหรือบทความ รูปภาพหรืออินโฟกราฟิก และวิดีโอที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยังไม่มี ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจผลิตภัณฑ์หลักกลุ่มพรรณ การสื่อสารให้กับทุกคนที่ต้องการเข้าถึงด้วยเนื้อหาดิจิทัลจะส่งผลต่อการได้ลูกค้าใหม่ รวมถึงการขายสินค้าและบริการที่มียอดขายเพิ่มขึ้น (วิชุดา จันทรเวโรจน์ และคณะ, 2564) และธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างรวมถึงผู้จำหน่ายเหล็กกลุ่มพรรณได้มีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดรูปแบบใหม่ ๆ โดยเฉพาะการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (เสริมศิริ นิลดำ และคณะ, 2563) เมื่อผู้บริโภคได้รับสารและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายขึ้น มีตัวเลือกมากขึ้นจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าต่าง ๆ ได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรหมของลูกค้าในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรหมของลูกค้าในจังหวัดสงขลาจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา

การตลาดเชิงเนื้อหา คือ การสร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่าต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค โดยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่มีศักยภาพเพื่อผลประโยชน์ในด้านยอดขาย ผลกำไรหรือผลลัพธ์ในเชิงบวกต่อองค์กรได้ในอนาคต การสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นกระบวนการทางการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการสร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีประโยชน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายเพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างปฏิสัมพันธ์สื่อสารกลุ่มเป้าหมายจนทำให้เกิดความประทับใจ ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำตราสินค้าได้ ผู้บริโภคเกิดความผูกพันกับสินค้า อันจะนำไปสู่ความจงรักภักดีในตราสินค้าในที่สุด (ณัฐนิชา อินทร์เพ็ญ, 2565) แม้เป้าหมายหลักของการตลาดเชิงเนื้อหาเป็นการขายสินค้า แต่ก็ไม่ได้ยึดยึดหรือเน้นการขายจนเกินไป และไม่ได้โน้มน้าวใจอย่างชัดเจนเหมือนการโฆษณา เป็นการสร้างคอนเทนต์หรือเนื้อหาที่มุ่งเน้นการให้ความรู้แก่ลูกค้า หรือตอบคำถามที่ลูกค้าสนใจ แทนที่จะเป็นการมุ่งขายสินค้าเกี่ยวกับแบรนด์อย่างเดียวแต่เน้นการแสดงความจริงใจและให้ความรู้ที่ถูกต้องกับลูกค้าแทน (ปัทมกานต์ วรวัฒน์นันท์, 2563) การตลาดรูปแบบเชิงเนื้อหาเป็นเทคนิครูปแบบหนึ่งที่สามารถเผยแพร่ และส่งต่อเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภค โดยประเภทสื่อที่นิยม ได้แก่ 1) บทความ คือ เนื้อหาเชิงการเขียนได้ทำการเผยแพร่ผ่านช่องทางเว็บไซต์ หรือ เฟซบุ๊ก ซึ่งรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงบทความนั้น เป็นบทความที่มีเนื้อหายาวหรือสั้นก็ได้ 2) อินโฟกราฟิก คือ บทความที่มีรายละเอียดมาก หรือบทความที่มีรายละเอียดค่อนข้างยากและเฉพาะเจาะจงมาสร้างใหม่ให้อยู่ในรูปแบบของกราฟิกที่อ่านได้ง่ายและเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว 3) วิดีโอ เป็นอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเห็นสินค้าหรือบริการได้หลากหลายมิติกว่ารูปแบบอื่น ๆ ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคยังนิยมรับชมเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอผ่านช่องทางที่แตกต่างกันออกไป เช่น เฟซบุ๊ก หรือ ยูทูบ เป็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างรายได้ และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคอีกด้วย (Evans & Berman, 2004)

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัล

การสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัล เป็นรูปแบบช่องทางการตลาดที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากช่องทางดิจิทัลทำให้การสื่อสารสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีกว้างขวาง ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา เป็นรูปแบบการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบได้ หรือที่เรียกว่าการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่าง

ผู้บริโภคและนักการตลาด การสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลช่วยอำนวยความสะดวกให้องค์กรในการสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภคอย่างทันที อีกทั้งยังมีต้นทุนต่ำ จึงนับได้ว่าเป็นช่องทางที่สร้างประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรด้วยการเติบโตด้านเทคโนโลยี การสื่อสารการตลาดมีบทบาทและความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นกิจกรรมการตลาดที่มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค ข่าวสารที่สื่อออกไปไม่เพียงสร้างการรับรู้เท่านั้น หากแต่ยังสามารถกระตุ้น โน้มน้าวหรือจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายมีปฏิกิริยาตอบกลับด้วยการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือการตัดสินใจซื้อสินค้า ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นอย่างมาก ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ได้รวดเร็ว มีปริมาณมากและตลอดเวลา ดังนั้นการสื่อสารการตลาดจึงดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์หรือที่เรียกว่าการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัล (พิเชษฐ์ พรหมใหม่, 2566) อย่างไรก็ตามการตลาดเชิงเนื้อหาที่สื่อสารผ่านสื่อออนไลน์หรือที่เรียกว่าการตลาดเนื้อหาแบบดิจิทัล มีรูปแบบที่สำคัญ 3 รูปแบบ ได้แก่ การใช้ข้อความหรือบทความ การใช้รูปภาพหรืออินโฟกราฟิก และการใช้วิดีโอ (Evans & Berman, 2004)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อเป็นหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อหมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ โดยที่เขาส่งเลือกสินค้าหรือบริการตามความต้องการและข้อจำกัดของสถานการณ์ต่าง ๆ ในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ราช ศิริวัฒน์, 2560) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของตราสินค้าจำเป็นต้องที่จะต้องทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้บริหารตราสินค้าสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดตามข้อมูลเชิงลึกที่ได้รับมาจากผู้บริโภค โดยการที่ผู้บริโภคเลือกนั้นอาจต้องใช้เวลาและข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Schiffman & Kanuk, 2007) โดยการตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้นหลังจากประเมินทางเลือกแล้วเกิดความตั้งใจซื้อ และเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด (Kotler & Keller, 2012)

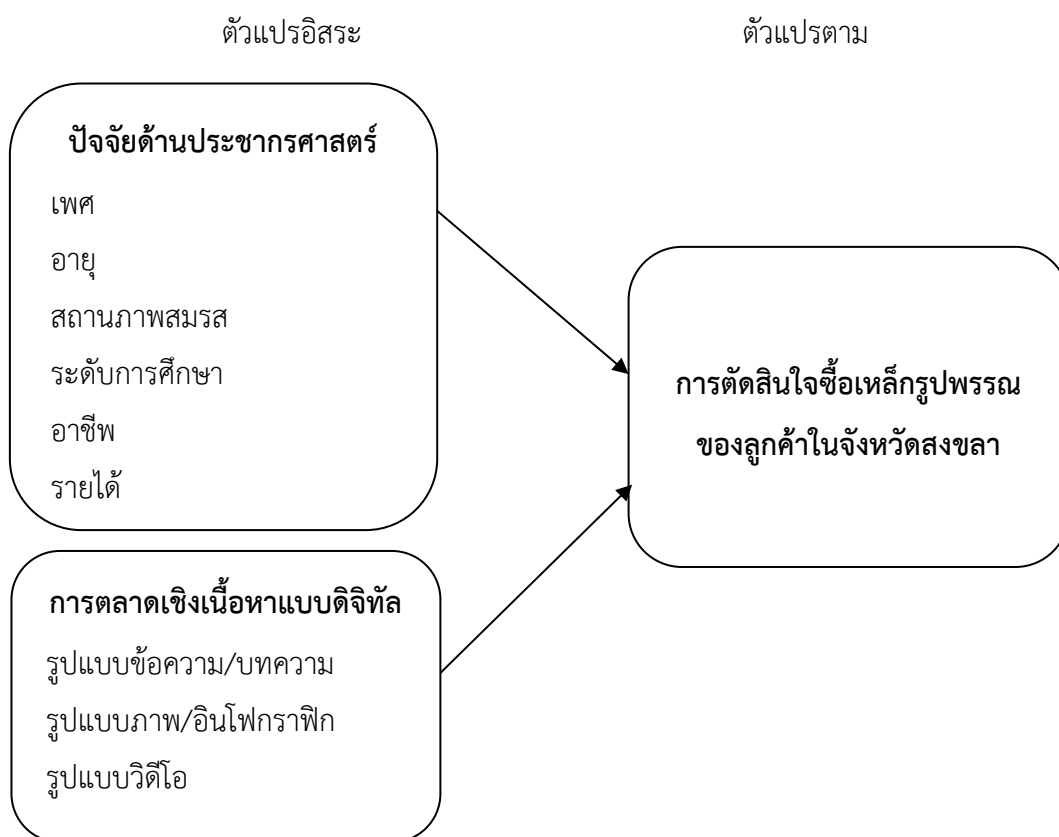
การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาของสุชาติ สดจิต (2566) แสดงให้เห็นว่าการตลาดเชิงเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อข้ามแพลตฟอร์ม Shopee มากถึงร้อยละ 35.9 ซึ่งส่งผลสูงกว่าการตลาดดิจิทัลในรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของภูษณิษา กระต่ายทอง และคณะ (2566) ที่ได้ข้อค้นพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน TikTok Shop ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัล ด้านแบนเนอร์

ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา และด้านการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และผลการศึกษาของวีรพงษ์ ศรีบุตรตา และคณะ (2566) ยังระบุให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาทางสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความแม่นยำและความน่าเชื่อถือ ด้านสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าออนไลน์ และด้านเนื้อหาที่ทันสมัย

มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จทางการตลาด นอกจากนี้ผลการวิจัยของกริชเทพ รุ่งศิริศักดิ์ และจักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (2567) พบว่า ตัวอย่างที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้าเอพาร์ทอร์แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิษุฒะ พงษ์วิทยพานุ และมณีกัญญา นากามัทสี (2566) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก่อสร้างซีเมนต์บอร์ดทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร โดยผลการวิจัยระบุว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก่อสร้างซีเมนต์บอร์ดทางออนไลน์แตกต่างกันไปด้วย จึงนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดวิจัย



สมมติฐานของงานวิจัย

1. การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าในจังหวัดสงขลา
2. ลูกค้าที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชาชนในจังหวัดสงขลาที่ซื้อผลิตภัณฑ์รูปพรรณ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549)

สูตรการคำนวณ	$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$
เมื่อ	
n	แทน ขนาดตัวอย่าง
P	แทน สัดส่วนของประชากร
Z	แทน ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Z มีค่าเท่ากับ 1.96)
E	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่เกิดขึ้นร้อยละ 5 มีค่าเท่ากับ 0.05
แทนค่า	$n = \frac{(.50)(1-.50)(1.96)^2}{(.05)^2}$ $= 384.16 \text{ หรือเท่ากับ } 385$

ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน หลังจากได้ขนาดของตัวอย่างจำนวน 385 คน ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) จากลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์รูปพรรณในพื้นที่จังหวัดสงขลา อย่างไรก็ตามเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายและครอบคลุมประชากรการวิจัย ผู้วิจัยจึงเลือกลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์รูปพรรณจากร้านแบบดั้งเดิมร้อยละ 50 และลูกค้าจากร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์รูปพรรณสมัยใหม่อีกร้อยละ 50

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน รายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัล เป็นคำถามความคิดเห็นต่อรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหา 3 ประเด็น ได้แก่ 1. ข้อความ/บทความ โดยมีข้อความย่อยจำนวน 5 ข้อ 2. รูปภาพ/อินโฟกราฟิก มีข้อความย่อยจำนวน 5 ข้อ และ 3. วิดีโอ มีข้อความย่อยจำนวน 5 ข้อ ข้อคำถามทั้งหมดเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รูปพรรณ ประกอบด้วยข้อความย่อยจำนวน 5 ข้อ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) เพื่อตรวจสอบข้อคำถามในแต่ละหัวข้อให้ตรงจุดมุ่งหมายของงานวิจัย โดยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence: IOC) ผลการพิจารณาข้อคำถามทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์จำนวน 40 ตัวอย่าง ต่อจากนั้นจึงหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.845 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70-1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีระดับค่าความเชื่อมั่นสูง (เกียรติสุตา ศรีสุข, 2552)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google form) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่งลิงค์ให้กับผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสงขลา ผ่านทางช่องทางออนไลน์ เมื่อตรวจสอบข้อมูลสมบูรณ์ตัวอย่างครบจำนวน 400 ชุด จึงทำการปิดรับแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากโปรแกรมสำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัล ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าเฉลี่ย () และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย () และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) แบบปกติ

4.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 73.00 มีช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.00 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 77.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 87.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 59.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.50

2. ข้อมูลด้านการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัล

ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านรูปภาพ/อินโฟกราฟิก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านข้อความ/บทความ และด้านวิดีโอ ตามลำดับ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัล

การตลาดเชิงเนื้อหา	n = 400			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ข้อความ/บทความ	4.19	0.383	มาก	2
รูปภาพ/อินโฟกราฟิก	4.25	0.379	มากที่สุด	1
วิดีโอ	4.17	0.364	มาก	3
ภาพรวม	4.17	0.296	มาก	-

3. ข้อมูลด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การนำข้อมูลมาเปรียบเทียบเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากร้านค้าต่าง ๆ มีการซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อมีการก่อสร้าง ต่อเติมบ้าน/ร้านค้าหรือโรงเรียน มีการตัดสินใจซื้อภายใต้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด และมีการซื้อซ้ำหรือแนะนำบุคคลอื่นต่อไป ตามลำดับ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์	n = 400			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อมีการก่อสร้าง ต่อเติมบ้าน/ร้านค้าหรือโรงเรียน	4.26	0.547	มากที่สุด	3
มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากร้านค้าต่าง ๆ	4.27	0.512	มากที่สุด	2
มีการนำข้อมูลมาเปรียบเทียบเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ	4.27	0.544	มากที่สุด	1
ตัดสินใจซื้อภายใต้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด	4.25	0.507	มาก	4
มีการซื้อซ้ำและแนะนำบุคคลอื่นต่อไป	4.24	0.540	มากที่สุด	5
ภาพรวม	4.26	0.317	มากที่สุด	-

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรรณของลูกค้าในจังหวัดสงขลา ร้อยละ 26.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลในรูปแบบของข้อความหรือบทความส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรรณสูงที่สุด ($b = .274$) รองลงมาคือการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลในรูปแบบวิดีโอ ($b = .139$) และลำดับสุดท้ายคือการตลาดเชิงเนื้อหาในรูปแบบรูปภาพ/อินโฟกราฟิก ($b = .117$) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$Y (\text{การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรรณ}) = 2.053 + .274 (\text{ข้อความ/บทความ}) + .177 (\text{รูปภาพ/อินโฟกราฟิก}) + .139 (\text{วิดีโอ})$$

จากสมการหมายความว่าหากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มพรรณใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลด้วยข้อความหรือบทความจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเพิ่ม .274 หน่วย หากใช้การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลด้วยรูปภาพหรืออินโฟกราฟิกเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น .177 หน่วย และหากผู้จำหน่ายใช้การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลแบบวิดีโอเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น .139 หน่วย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรรณ

การตลาดเชิงเนื้อหาแบบ ดิจิทัล	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	b	Std. Error	Beta			
(ค่าคงที่)	2.053	.221			9.297	.000*
ข้อความ/บทความ	.274	.054	.322		5.057	.000*
รูปภาพ/อินโฟกราฟิก	.117	.052	.130		2.269	.024*
วิดีโอ	.139	.053	.159		2.609	.010*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

$r = .514$ $R \text{ square} = .264$ $\text{Adjusted } R \text{ square} = .257$ $\text{SEE} = .27402$ $F = 36.829$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรรณที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแบ่งได้ดังนี้

4.2.1 ลูกค้ายที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรรณไม่แตกต่างกัน

4.2.2 ลูกค้ายที่มีสถานภาพต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มพรรณไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศและสถานภาพ

การตัดสินใจซื้อเหล็กรูปพรรณ	สถานภาพ	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
เพศ					
	ชาย	4.26	.308	-211	.833
	หญิง	4.27	.349		
สถานภาพ					
	โสด	4.25	.308	.084	.284
	สมรส	4.30	.348		

4.2.3 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจซื้อเหล็กรูปพรรณไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.4 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเหล็กรูปพรรณแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.5 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเหล็กรูปพรรณแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.6 ลูกค้ำที่มีรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเหล็กรูปพรรณแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

การตัดสินใจซื้อเหล็กรูปพรรณ	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
อายุ				
30 ปี หรือต่ำกว่า	4.25	.318	.393	.758
31-40 ปี	4.28	.301		
41-50 ปี	4.25	.395		
สูงกว่า 50 ปี	4.20	.270		
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.16	.409	3.860	.022*
ปริญญาตรี	4.27	.301		
สูงกว่าปริญญาตรี	4.43	.280		

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อหลักโครงสร้างรูปพรรณ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อหลักรูปพรรณ	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
อาชีพ				
เกษตรกร	4.60	.334	4.394	.001*
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.36	.313		
พนักงานบริษัทเอกชน	4.25	.287		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.20	.315		
รับจ้างทั่วไป	4.09	.507		
รายได้				
10,001-20,000 บาท	4.20	.355	4.249	.015*
20,001-30,000 บาท	4.27	.292		
30,000 บาท ขึ้นไป	4.43	.284		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. รูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหลักโครงสร้างรูปพรรณ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านรูปภาพ/อินโฟกราฟิก ที่ได้รับความนิยมจากผู้จำหน่ายในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากคอนเทนต์ดังกล่าวมีความชัดเจน สามารถเข้าใจได้ง่าย รวมถึงคอนเทนต์ประเภทวิดีโอลูกค้าก็ให้ความสำคัญในระดับมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพราะวิดีโอเป็นการสื่อสารด้วยภาพเคลื่อนไหว ผู้ชมสามารถมองเห็นสินค้าได้หลากหลายมุม ประกอบกับวิดีโอคอนเทนต์ได้เข้ามามีบทบาทในวงการสื่อสารทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ารูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหลักรูปพรรณของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณภัทรชนม์ หาวิชา และกรรณพัฒน์ อิมประเสริฐ (2565) โดยผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า รูปแบบการตลาดด้านเนื้อหาประเภทวิดีโอ กราฟิก ภาพถ่ายกราฟิก เป็นการแนะนำและเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นความรู้ที่เป็นประโยชน์กับผู้บริโภคโดยตรง นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Jafarova and Tolon (2022) โดยผลการวิจัยดังกล่าวระบุว่ากิจกรรมการตลาดเชิงเนื้อหาในโซเซียลมีเดียมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเมื่อผู้บริโภครับรู้ข้อมูลจากการตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อดิจิทัล จะทำให้พวกเขามีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าที่นำเสนอผ่านการตลาดเชิงเนื้อหาตนเอง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์หรือการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

หลักโครงสร้างรูปพรรณของประชาชนในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปิยะบุตร โกศลกิตติพงศ์ (2565) และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของนัฐวุฒิ ชอนสุข และสิญจธร นาคพิน (2566) นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของภคณิศา อภิศุกรกุล (2566) ที่ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการใช้สื่อโฆษณาดิจิทัลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกและอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ วัฒนันท์ อุปรมัย และประภาศรี พงศ์ธนาพานิช (2565) ยังระบุว่าในยุคปัจจุบันเครื่องมือการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง

2. การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อหลักรูปพรรณ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อหลักรูปพรรณที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อหลักรูปพรรณที่สูงกว่า อาชีพเกษตรกรมีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อหลักรูปพรรณสูงกว่าอาชีพอื่น มีความเป็นไปได้ว่าอาชีพดังกล่าวจะมีความเกี่ยวข้องกับการสร้างหรือการต่อเติมโรงเรือน นอกจากนี้อาจจะมีการใช้วัสดุประเภทหลักโครงสร้างในการทำอุปกรณ์ต่าง ๆ มากกว่าอาชีพอื่น และกลุ่มที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มในการซื้อหลักรูปพรรณสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำ กลุ่มที่มีรายได้สูงอาจจะเป็นผู้รับเหมาที่ใช้หลักโครงสร้างเพื่อทำชิ้นงานให้แก่ลูกค้าหรือผู้ประกอบการที่ต้องการต่อเติมโรงเรือน อาคาร โรงจอดรถ ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรวดี กฤตรัชตนันต์ และคณะ (2562) โดยผลการวิจัยดังกล่าวได้ข้อค้นพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอรรถพล พุฒไฟ และกมลทิพย์ คำใจ (2561) ที่ระบุว่าระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อประตู/หน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

สรุปผลการวิจัย

ลูกค้าในจังหวัดสงขลาที่เคยซื้อหลักรูปพรรณส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท ลูกค้าเหล่านี้ให้ความสำคัญต่อเครื่องมือการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลทั้งในรูปแบบข้อความหรือบทความ รูปภาพหรืออินโฟกราฟิก รวมถึงวิดีโอคอนเทนต์ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเกี่ยวกับอิทธิพลของการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหลักรูปพรรณของลูกค้าในจังหวัดสงขลา พบว่าคอนเทนต์ประเภทข้อความหรือบทความมีอิทธิพลต่อการซื้อหลักรูปพรรณสูงสุด รองลงมาเป็นคอนเทนต์ประเภทวิดีโอและคอนเทนต์ในเชิงรูปภาพหรืออินโฟกราฟิก อย่างไรก็ตามการตัดสินใจซื้อหลักรูปพรรณของลูกค้าในจังหวัดสงขลา ยังขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. การตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ในจังหวัดสงขลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตลาดเชิงเนื้อหาประเภทข้อความหรือบทความมีอิทธิพลมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกหรือร้านวัสดุก่อสร้างที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ควรทำการตลาดเชิงเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล โดยการนำเสนอคอนเทนต์ประเภทข้อความหรือบทความเพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้า สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านการทำการตลาดเชิงเนื้อหาแบบดิจิทัล นอกจากนี้วิดีโอคอนเทนต์ก็จัดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มการตลาดเชิงเนื้อหาแบบวิดีโอด้วยการแสดงภาพเคลื่อนไหวหรือมุมมองต่าง ๆ ของสินค้าเพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่ลูกค้าหรือลูกค้าเป้าหมาย และควรมีการจัดทำคอนเทนต์แบบรูปภาพหรืออินโฟกราฟิกเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายขึ้น ตลอดจนเมื่อต้องการแสดงขั้นตอนในการใช้งานสินค้าซึ่งคอนเทนต์ในรูปแบบนี้สามารถนำเสนอได้ดีกว่า

2. เนื่องจากลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจใช้เกณฑ์ดังกล่าวเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาดได้ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงกับพฤติกรรมของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในตัวแปรอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านเทคโนโลยี การบริการ ท่าเลที่ตั้ง เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างแท้จริงและจะเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการได้อย่างต่อเนื่อง

2. ควรทำการศึกษารายละเอียดแบบเจาะลึก โดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคแบบรายบุคคล หรือแบบกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและแม่นยำ นำข้อมูลที่ได้นำมาใช้ให้ตรงจุด ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

รายการอ้างอิง

- กฤษวิสิษฐ์ อัครโชตชัยวานิช, ธนสร กิรัมย์ และสุมาลี สมนึก. (2566). ปัจจัยการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าครัวเรือนผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*, 9(3), 331-339. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific/article/view/270969/181377>
- กริชเทพ รุ่งศิริศักดิ์ และจักรพันธ์ กิตตินรรัตน์. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเ้าท์เตอร์ของลูกค้าเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ผ่านช่องทางออนไลน์. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มข.*, 17(1), 49-75. <https://so4.tci-thaijo.org/index.php/mbakkujournal/article/view/271291/183047>

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติสุตา ศรีสุข. (2552). ระเบียบวิธีวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). โรงพิมพ์คลองขี้.
- ณภัทรชนม์ หาวิชา และกรณีย์พัฒน์ อัมประเสริฐ. (2564). รูปแบบการตลาดด้านเนื้อหาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารผ่านร้านค้าออนไลน์ในจังหวัดนนทบุรี. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 15(3), 340-354. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc/article/view/253456/175167>
- ณัฐภัทร์ สวัสดิ์สรพร และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2566). การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาของตราสินค้าเครื่องสำอางที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้แอปพลิเคชันตีกต็อก. วารสารนักบริหาร, 43(1), 1-23. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/executivejournal/article/view/265770/173890>
- ณัฐนิชา อินทร์เพ็ญ. (2565). อิทธิพลของการสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหาการสร้างคุณค่าร่วมและความผูกพันของผู้บริโภคที่มีต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าบนสังคมออนไลน์. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 17(62), 32-42. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/250279/177128>
- นาวา จันทนสุรคน. (2566). อุตสาหกรรมเหล็กไทย" เข้าขั้นวิกฤติ เปิดเบื่องลึก "จีนทุ่มตลาด-ทุบกำลังการผลิตในประเทศ. <https://www.thairath.co.th/money/economics/analysis/2708048>
- นัฐวุฒิ ขอนสุข และสิญาธร นาคพิน. (2566). การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าบนธุรกิจแพลตฟอร์มของพลเมืองยุคดิจิทัลในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี]. http://www.ir.sru.ac.th/bitstream/123456789/1009/1/is_mba_nattawut66.pdf
- ปณณกานต์ วรพัฒนานนท์. (2563). Social Media คืออะไร? มีกี่แบบ แล้วทำไมธุรกิจถึงต้องมี?. <https://noria.co.th/th/what-is-social-media-types/>
- ปิยะบุตร โกศลกิตติพงศ์. (2565). การศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อโครงการจัดสรร ของกลุ่มลูกค้าเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4670/1/tp%20bm.047%202565.pdf>
- พิเชษฐ์ พรหมใหม่. (2566). ประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กตามมุมมองของผู้บริโภค. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10(2), 115-133. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/article/view/264424/179125>

- ภักดิษา อภิศุภกรกุลพ. (2566). การใช้สื่อโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มยอดขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารสหวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 7(1), 33-41. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/journalfms-thaijo/article/view/262786/176126>
- ภัทรวิทย์ กฤตธรัตน์, เจษฎา นกน้อย และอรจันทร์ ศิริโชติ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง. *วารสารนาศุบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 11(3), 121-128. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/nakboot/article/view/207344/156629>
- ภูษณิษา กระต่ายทอง, ณัฐนนท์ ดวงแก้ว และหรรษมน เพ็งหมาน. (2566). การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน TikTok Shop ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 13(4), 24-33. <https://casjournal.cas.ac.th/admin/filedocuments/659166101.pdf>
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค. <https://doctemple.wordpress.com>
- วิษญะ พงษ์วิทย์ภานุ และมณีกัญญา นากามัทสี. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก่อสร้างซีเมนต์บอร์ดทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร. *Journal of Modern Learning Development*, 8(5), 16-30. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/260176/177206>
- วิชุดา จันทรเวโรจน์, กิตติวงศ์ สาสวด, ปรีชา ดิลกภูมิสิทธิ์ และวรรณิ นนทธนประกิจ (2564). องค์ประกอบการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจ: มุมมองด้านแนวคิดและทฤษฎี. *วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 15(2), 13-26. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NRRU/article/view/248724/170840>
- วิศนันท์ อุปรมย์ และประภาศรี พงศ์ธนาพาณิช. (2565). การปรับตัวด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของร้านขนมไทย หลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(49), 315-330. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/saujournalssh/article/view/266346/179348>
- วีรพงษ์ ศรีบุตรตา, อาริรัตน์ ปานสุภาวัชร และนริศรา สัจจงพงษ์. (2666). ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ในประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 5(2), 19-29. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/1874/1431>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *E-Commerce ไทยยุคหลัง COVID-19*. <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Perspective-on->

- สุชาดา สดจิตตร. (2566). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 36(3), 20-36. <https://doi.org/10.55164/pactj.v36i3.261647>
- เสริมศิริ นิลดำ, กรรณก นิลดา, กิตติวัฒน์ มีแก้ว, กฤษฎา ยอดเมฆาวงศ์ และพงศธร ใจมูลมั่ง. (2563). การเปิดรับข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ ประสิทธิภาพทางการเมืองทัศนคติต่อการเมืองและความตื่นตัวทางการเมืองของกลุ่ม GENZ จังหวัดเชียงราย. *วารสาร URU Journal of Integrated sciences for Development*, 13(1), 1-13. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/grauru/article/view/259928/176714>
- อรรถพล พู่ไฟ และกมลทิพย์ คำใจ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออูมิเนียมสำเร็จรูป Lynn ผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่. *พัฒนเศรษฐสาร*, 14(2), 149-158. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/162997/117745>
- อนุสราร เรืองโรจน์ และอริสสา สะอาดนัก. (2563). อิทธิพลของการทำตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจให้ผู้บริโภคใช้บริการแอปพลิเคชัน V. http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS02/PDF01/1324_20210713_12600106___Anutsara_Ruengrot.pdf
- Evans, J. R., & Berman, B. (2004). *Marketing*. Macmillan.
- Jafarova, k., & Tolon, M. (2022). The Effect of Content Marketing in Social Media on Brand Loyalty and Purchase Intention. *Journal of Business Management and Economic Research*, 6(4), 160-184. <https://doi.org/10.29226/TR1001.2022.318>
- Jarvinen, J., & Taiminen, H. (2016). Harnessing marketing automation for B2B content marketing. *Industrial Marketing Management*, 54, 164-175. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.07.002>
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management* (14th). Prentice Hall, Pearson.
- Liu, H.W., & Huang, H.C. (2015). Tradeoff Between Push and Pull Strategy: The Moderating Role of Brand Awareness', in H. Spotts (eds.), *Marketing, Technology and Customer Commitment in the New Economy. Developments in Marketing Science: Proceedings Of the Academy of Marketing Science*. Springer, Cham (pp.259–264). https://doi.org/10.1007/978-3-319-11779-9_98
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behaviour* (9th ed.). Pearson Education.

การจัดการภาครัฐและเอกชน : การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความท้าทาย
และการทำงานร่วมกันในการบริหารจัดการองค์กรร่วมสมัย

Public and Private Management: Comparative Analysis, Challenges,
and Synergies in Contemporary Organizational Governance

สัญญา เคนาภูมิ^{1*} วัชรภรณ์ จันทนุกุล²

Sanya Kenaphoom^{1*} Watcharaporn Jantanukul²

วันที่รับบทความ : 24 เมษายน 2567

วันที่แก้ไขบทความ : 17 พฤษภาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ : 23 พฤษภาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์การจัดการภาครัฐและเอกชนช่วยให้เข้าใจถึงแนวทางที่หลากหลายในการบริหารจัดการองค์กร ในขณะที่แบ่งปันความคล้ายคลึงกัน อาณาจักรเหล่านี้มีความแตกต่างกันในวัตถุประสงค์และโครงสร้าง การสำรวจมิติเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปลูกฝังผู้นำที่มีประสิทธิภาพและส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ โดยส่งเสริมความเข้าใจแบบองค์รวมเกี่ยวกับพลวัตขององค์กร การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชน โดยทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความท้าทาย และการทำงานร่วมกันในการบริหารจัดการองค์กรร่วมสมัย การศึกษาค้นคว้านี้ดำเนินการโดยการศึกษาและวิเคราะห์เอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จากนั้นนำเสนอเชิงพรรณนาความ ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ทั้งความเหมือนและความแตกต่างระหว่างการบริหารจัดการภาครัฐและเอกชนนั้น ต้องคำนึงถึงการพิจารณาที่แตกต่างกันหลายประการ แม้ว่าการจัดการภาคเอกชนมักจะให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและความสามารถในการทำกำไรมากกว่า แต่การจัดการภาครัฐมักมุ่งเน้นไปที่การให้บริการเพื่อประโยชน์สาธารณะและรับประกันความรับผิดชอบ ข้อจำกัดของระบบราชการในภาครัฐและความกดดันในการรักษาความสามารถในการแข่งขันในภาคเอกชนสามารถนำเสนอความท้าทายด้านการจัดการในทั้งสองโดเมน เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้และใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบของการจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน ความร่วมมือระหว่างพวกเขาจึงมีความสำคัญมากขึ้น นอกจากนี้ แนวโน้มการจัดการองค์กรยุคใหม่ เช่น

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

¹Assistant Professor Dr., Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

²Assistant Professor Dr., Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand

*Corresponding author. E-mail: zumsa_17@hotmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9833-4759>

การยอมรับการทำงานจากระยะไกลและการมุ่งเน้นที่ความยั่งยืน กำลังเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานของทั้งสองอุตสาหกรรม การศึกษาในอนาคตควรวิเคราะห์ว่าพลวัตการจัดการภาครัฐและเอกชนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพื่อช่วยให้องค์กรพัฒนากลไกการรับมือที่ประสบความสำเร็จสำหรับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

คำสำคัญ : การจัดการภาครัฐและเอกชน การเปรียบเทียบ ความท้าทาย การทำงานร่วมกัน

Abstract

Analyzing public and private management offers a sophisticated knowledge of the diverse approaches to organizational governance. While sharing commonalities, these realms diverge in their objectives and structures. Exploring these dimensions is essential for cultivating effective leaders and fostering collaboration of cross-sector, by promoting a holistic comprehension of organizational dynamics. The objective of this study is to analyze public and private sector management through a comparative analysis, challenges, and interplay in contemporary organizational management. This study was conducted by studying and analyzing relevant academic documents and conducting content analysis thus the results were presented in a descriptive manner. The finding found that there are similarities and contrasts between public and private management. Private sector management typically emphasis on efficiency and profitability, whereas public sector management frequently focuses on serving the public interest and ensuring accountability. Bureaucratic restrictions on the public sector and pressure from competitiveness in the private sector can present management challenges into both sectors. Collaboration between public and private management is becoming ever more important in order to address these problems and leverage their benefits. In addition, operations are transforming due to modern organizational management trends, remote worker work habits, and the emphasis on sustainability. Future research should study how public and private management dynamics are changing to assist organizations in creating effective coping strategies in a dynamic business environment.

Keywords: Public and Private Management, Comparison, Challenges, Collaboration

บทนำ

การบริหารจัดการองค์กรร่วมสมัยโดดเด่นด้วยการอยู่ร่วมกันของระบบการจัดการภาครัฐและเอกชน ซึ่งแต่ละระบบมีรูปแบบตามวิถีทางประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน และมีการพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อพลังทางสังคมการเมืองและเศรษฐกิจที่มีเอกลักษณ์ การแบ่งช่วงระหว่างการจัดการภาครัฐและเอกชนมีรากฐานมาจากประวัติศาสตร์ที่ลึกซึ้ง ซึ่งเกิดจากการพัฒนาที่แตกต่างกันของรัฐบาลและองค์กรธุรกิจ ภาครัฐซึ่งมีรากฐานมาจากหลักการของความรับผิดชอบและการให้บริการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ตรงกันข้ามกับแรงจูงใจที่ขับเคลื่อนด้วยผลกำไรของภาคเอกชนและการเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงของตลาด การทำความเข้าใจต้นกำเนิดและวิวัฒนาการของกระบวนการเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำความเข้าใจสถานะปัจจุบันและคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตในการบริหารจัดการองค์กร (Stewart, 2018) ในขณะที่ยังคงต้องต่อสู้กับความซับซ้อนของโลกยุคโลกาภิวัตน์และโลกที่เชื่อมโยงถึงกัน ความจำเป็นในการวิเคราะห์เปรียบเทียบที่เหมาะสมของการจัดการภาครัฐและเอกชนจึงมีความจำเป็น นักวิชาการยืนยันว่าเลนส์เปรียบเทียบนี้เปิดเผยข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ โครงสร้างองค์กร และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทั้งสองภาคส่วน (Denhardt & Denhardt, 2015) นอกจากนี้ การรับรู้ถึงความเหมือนและความแตกต่างจะเป็นรากฐานสำหรับการจัดการกับความท้าทายที่มีร่วมกัน และควบคุมการทำงานร่วมกันเพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การทบทวนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์มิติเหล่านี้โดยมีวิสัยทัศน์ โดยให้ความกระจ่างเกี่ยวกับปัจจัยเชิงบริบทที่กำหนดภูมิทัศน์ของการจัดการภาครัฐและเอกชน

อย่างไรก็ตามความท้าทายที่ฝ่ายบริหารภาครัฐและเอกชนเผชิญนั้นมีหลายแง่มุมและมักจะมาบรรจบกันซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพขององค์กรและผลกระทบต่อสังคม ความท้าทายที่พบบ่อย ได้แก่ ข้อจำกัดด้านทรัพยากร ปัญหาความเป็นผู้นำ และผลกระทบของปัจจัยภายนอก เช่น อิทธิพลทางการเมืองและความผันผวนทางเศรษฐกิจ (Osborne & McLaughlin, 2016) การเปิดเผยความท้าทายเหล่านี้ภายในบริบทเฉพาะของแต่ละภาคส่วนช่วยให้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งถึงผลกระทบและปูทางไปสู่แนวทางแก้ไขที่ตรงเป้าหมาย ด้วยการเจาะลึกความท้าทายเหล่านี้ การทบทวนนี้พยายามที่จะสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์ที่เพิ่มความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวของโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร

แม้จะมีความท้าทายที่ต่างกัน แต่ก็ยังมีการตระหนักถึงศักยภาพการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารภาครัฐและเอกชนเพิ่มมากขึ้น โครงการริเริ่มความร่วมมือ เช่น ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และความร่วมมือข้ามภาคส่วน นำเสนอโอกาสในการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของแต่ละภาคส่วนเพื่อแก้ไขปัญหาด้านสังคมที่ซับซ้อน (Bryson et al., 2014) การวิเคราะห์การทำงานร่วมกันเหล่านี้ให้ข้อมูลเชิงลึกในการใช้งานจริงของโมเดลการจัดการแบบไฮบริด ซึ่งมีส่วนช่วยในการอธิบายอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับแนวทางใหม่ในการบริหารจัดการ ในขณะที่ขอบเขตขององค์กรไม่ชัดเจน ความเข้าใจและการควบคุมการทำงานร่วมกันเหล่านี้จึงกลายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่ยืดหยุ่นและตอบสนอง

จะเห็นได้ว่าความเป็นมาและบริบทของการจัดการภาครัฐและเอกชนในการบริหารจัดการองค์กรร่วมสมัย สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลที่มีอิทธิพลทางประวัติศาสตร์ ความท้าทาย และโอกาสในการทำงานร่วมกันอย่างมีพลวัต ในขณะที่องค์กรต่าง ๆ ดำเนินไปตามภูมิทัศน์ที่ซับซ้อนมากขึ้น การทบทวนประเด็นเหล่านี้จึงมีความจำเป็นสำหรับการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน การกำหนดนโยบาย และการพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการที่ยืดหยุ่น การทบทวนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนับสนุนวาทกรรมทางวิชาการโดยการสังเคราะห์ความรู้ที่มีอยู่และเป็นเวทีสำหรับทิศทางการวิจัยในอนาคตในด้านการจัดการภาครัฐและเอกชน

ดังนั้นความเข้าใจและการศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชนมีความสำคัญอย่างมากในด้านทุนการศึกษาและการปฏิบัติร่วมสมัย ความสำคัญอยู่ที่การยอมรับว่ากระบวนการจัดการทั้งสองนี้ แม้ว่าจะแตกต่างกัน แต่ก็มีความสำคัญในการกำหนดภูมิทัศน์ทางเศรษฐกิจและสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย และส่งผลกระทบต่อชีวิตของบุคคลในสังคม การสำรวจความสำคัญของการศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชนช่วยให้เข้าใจถึงผลกระทบต่อการบริหารจัดการ การให้บริการ และการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร

ประการแรก การศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชนถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหารที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริการสาธารณะ ด้วยการเปรียบเทียบและเปรียบเทียบแนวทางการจัดการในภาครัฐและเอกชน ผู้มีอำนาจตัดสินใจสามารถระบุแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด ปรับกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จ และปรับปรุงการส่งมอบสินค้าและบริการสาธารณะ (Lynn, 2008) ความรู้นี้มีส่วนช่วยในการวางทฤษฎีอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการปฏิรูปการบริหารจัดการและช่วยในการพัฒนานโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย

ประการที่สอง ความสำคัญของการศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชนอยู่ที่ศักยภาพในการส่งเสริมนวัตกรรมและการปรับตัว ทั้งสองภาคส่วนเผชิญกับความท้าทายที่ไม่เหมือนใคร และการทำความเข้าใจว่าแต่ละส่วนจัดการกับความซับซ้อนได้อย่างไร สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการพัฒนารูปแบบการจัดการที่มีความยืดหยุ่น (Christensen & Overdorf, 2000) นวัตกรรมในการบริหารจัดการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่และการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมการเมืองและเศรษฐกิจที่มีพลวัต ดังนั้นความเข้าใจที่เหมาะสมยิ่งเกี่ยวกับการจัดการภาครัฐและเอกชนจึงมีส่วนช่วยในการปลูกฝังแนวทางปฏิบัติที่เป็นนวัตกรรม

ประการที่สาม การศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชนยังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความโปร่งใสและความรับผิดชอบในการบริหารจัดการ ความโปร่งใสเป็นรากฐานสำคัญของการจัดการภาครัฐ ในขณะที่การจัดการภาคเอกชนมักเน้นความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ด้วยการสำรวจหลักการเหล่านี้ควบคู่กัน นักวิจัยและผู้บริหารสามารถระบุกลไกที่ส่งเสริมการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม ป้องกันการทุจริต และเพิ่มความไว้วางใจของสาธารณะในสถาบันต่าง ๆ (Romzek & Dubnick, 1987) การมุ่งเน้นสองประการในเรื่องความโปร่งใส

และความรับผิดชอบถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่แข็งแกร่งที่ทนทานต่อการวิเคราะห์อย่างละเอียดและส่งเสริมความเชื่อมั่นของสาธารณชน

ประการที่สี่ ความสำคัญของการศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชนยังขยายไปสู่ขอบเขตการศึกษาซึ่งมีส่วนช่วยในการพัฒนาความเข้าใจที่รอบด้านและสหวิทยาการเกี่ยวกับพฤติกรรมขององค์กร นักวิชาการจากหลากหลายสาขาวิชา รวมถึงการบริหารรัฐกิจ การจัดการธุรกิจ และรัฐศาสตร์ สามารถใช้ความรู้นี้เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับการวิเคราะห์และทฤษฎีของพวกเขา แนวทางสหวิทยาการนี้ส่งเสริมความเข้าใจแบบองค์รวมเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างองค์กร หน่วยงานภาครัฐ และสังคม (Peters, 2010)

อย่างไรก็ตามการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความเข้าใจที่จำกัดว่าสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันระหว่างภาคส่วนเหล่านี้ส่งผลต่อแนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ และนวัตกรรมอย่างไร แม้ว่างานวิจัยจำนวนมากจะมีคุณลักษณะและกลยุทธ์ที่แตกต่างกันภายในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน แต่ก็ยังมีการศึกษาเปรียบเทียบที่ศึกษาการผสมผสานแนวทางเหล่านี้ในกรอบการทำงานแบบผสมผสานหรือการทำงานร่วมกัน (Boyne, 2002) ช่องว่างนี้มีความสำคัญในบริบทของการบูรณาการที่เพิ่มขึ้นของการดำเนินงานภาครัฐและเอกชน โดยที่การจัดการที่มีประสิทธิภาพจะต้องกระหยศความรับผิดชอบของสาธารณะกับประสิทธิภาพของภาคเอกชน การแก้ไขช่องว่างนี้อาจให้ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญในการปรับปรุงแนวทางการจัดการและผลลัพธ์ในยุคที่ขอบเขตระหว่างภาครัฐและเอกชนไม่ชัดเจนมากขึ้น

ดังนั้นความสำคัญของการศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชนนั้นมีหลายแง่มุม ครอบคลุมการปรับปรุงการบริการสาธารณะ การส่งเสริมนวัตกรรม การปลูกฝังความโปร่งใสและความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าของการศึกษาแบบสหวิทยาการ ความรู้จำเป็นสำหรับการแจ้งการตัดสินใจเชิงนโยบายขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงองค์กร และมีส่วนช่วยในการวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องของโครงสร้างการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและตอบสนอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การบริหารจัดการภาครัฐและเอกชนในประเด็นดังต่อไปนี้ การเปรียบเทียบการจัดการภาครัฐและเอกชน ความท้าทายในการจัดการภาครัฐและเอกชน การทำงานร่วมกันระหว่างการจัดการภาครัฐและเอกชน แนวโน้มร่วมสมัยในการบริหารจัดการองค์กร ทิศทางในอนาคต และวาระการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการภาครัฐและเอกชนเป็นตัวแทนของสองโดเมนที่แตกต่างกัน โดยมีลักษณะเฉพาะด้วยวัตถุประสงค์ โครงสร้างการกำกับดูแล และกลไกความรับผิดชอบที่ต่างกัน การจัดการภาครัฐหมายถึงการ

บริหารงานของหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ได้รับมอบหมายให้ให้บริการสาธารณะและดำเนินนโยบายเพื่อรองรับสวัสดิการส่วนรวมของสังคม (Rainey, 2014) ในทางตรงกันข้าม การจัดการภาคเอกชนเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจและองค์กรที่ขับเคลื่อนโดยวัตถุประสงค์ในการเพิ่มผลกำไรสูงสุดและมูลค่าของผู้ถือหุ้น (Eisenhardt & Martin, 2000) ความแตกต่างพื้นฐานในเป้าหมายขององค์กรกำหนดกระบวนการตัดสินใจ กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากร และเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพในแต่ละภาคส่วน

แนวคิดสำคัญประการหนึ่งในการจัดการภาครัฐคือแนวคิดเรื่องคุณค่าสาธารณะ ซึ่งเน้นการสร้างผลประโยชน์ทางสังคม และการเติมเต็มความต้องการและความคาดหวังของพลเมือง (Moore, 1995) ผู้จัดการสาธารณะมีหน้าที่รับผิดชอบในการเพิ่มคุณค่าสาธารณะให้สูงสุดโดยการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งมอบบริการคุณภาพสูง และส่งเสริมความโปร่งใสและความรับผิดชอบในกระบวนการกำกับดูแล (Bozeman & Sarewitz, 2012) ในทางตรงกันข้าม การจัดการภาคเอกชนหมุนรอบแนวคิดเรื่องมูลค่าของผู้ถือหุ้น โดยที่ผู้จัดการมุ่งหวังที่จะเพิ่มความสามารถในการทำกำไรและสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นผ่านการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพและการลงทุนเชิงกลยุทธ์ (Jensen, 2001)

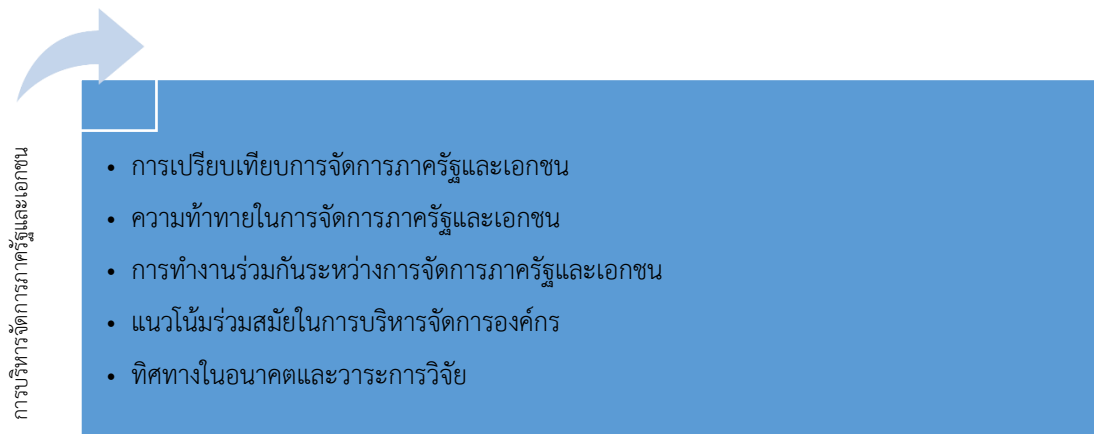
แนวคิดหลักอีกประการหนึ่งในการจัดการทั้งภาครัฐและเอกชนคือการเป็นผู้นำในองค์กร ความเป็นผู้นำมีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์ ชี้แนะการตัดสินใจ และสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Bass & Avolio, 1994) ในภาครัฐ ความเป็นผู้นำมักจะเกี่ยวข้องกับการจัดการกับความซับซ้อนทางการเมือง การสร้างพันธมิตร และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อพัฒนาวัตถุประสงค์ของนโยบายสาธารณะ (Denhardt & Denhardt, 2015) ในทางกลับกัน ความเป็นผู้นำของภาคเอกชนมุ่งเน้นไปที่การขับเคลื่อนนวัตกรรม การส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดเพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จ (Kotter, 2012)

ทั้งสองภาคส่วนยังต้องต่อสู้กับความท้าทายในการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรภาครัฐมักเผชิญกับข้อจำกัด เช่น กฎระเบียบด้านราชการ การรวมตัวเป็นสหภาพ และความยืดหยุ่นในการจ้างงานและการจ่ายค่าตอบแทนที่จำกัด (Ferlie et al., 2005) ในทางตรงกันข้าม บริษัทภาคเอกชนมีอิสระมากกว่าในการสรรหา จูงใจ และรักษาผู้มีความสามารถ แต่ต้องต่อสู้กับประเด็นต่าง ๆ เช่น การรักษาผู้มีความสามารถ การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง และการรักษาขวัญและกำลังใจของพนักงานและผลผลิตภาพ (Huselid et al., 1997) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กรและความสามารถในการแข่งขันในทั้งสองภาคส่วน

โดยรวมแล้ว การทำความเข้าใจแนวคิดและหลักการของการจัดการภาครัฐและเอกชนถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ ความเป็นผู้นำขององค์กร และการส่งมอบบริการ แม้ว่าแต่ละภาคส่วนจะดำเนินการภายในบริบทและข้อจำกัดเฉพาะของตนเอง แต่ก็มีบทเรียนอันทรงคุณค่าและแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดที่สามารถแบ่งปันและประยุกต์ใช้ข้ามโดเมน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรและสวัสดิการสังคม

กระบวนการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าผู้เขียนตั้งประเด็นการศึกษาเป็น 5 ประเด็น ซึ่งเป็นประเด็นที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในภาควิชาการและภาคปฏิบัติการ ดังนี้ 1) การเปรียบเทียบการจัดการภาครัฐและเอกชน 2) ความท้าทายในการจัดการภาครัฐและเอกชน 3) การทำงานร่วมกันระหว่างการจัดการภาครัฐและเอกชน 4) แนวโน้มร่วมสมัยในการบริหารจัดการองค์กร และ 5) ทิศทางในอนาคตและวาระการวิจัย



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary study) ผู้เขียนทำการรวบรวมเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับการจัดการภาครัฐและเอกชนจากฐานข้อมูลเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งหนังสือ ตำรา บทความจากวารสาร ตลอดจนแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแบบทั่วไป (Conventional content analysis) ซึ่งเป็นวิธีการเชิงคุณภาพที่หมวดหมู่การเข้ารหัสปรากฏโดยตรงจากข้อมูล ช่วยให้สามารถสำรวจรูปแบบและข้อมูลเชิงลึกแบบปลายเปิดที่ยืดหยุ่นและยืดหยุ่นโดยไม่ต้องมีทฤษฎีที่คิดไว้ล่วงหน้า (Hsieh & Shannon, 2005) โดยการจัดกลุ่มประเด็นการนำเสนอเชิงพรรณนาผลการศึกษาตามกรอบกระบวนการวิจัย ได้แก่ ความเหมือนและความแตกต่างระหว่างการจัดการภาครัฐและเอกชน ตลอดจนความท้าทายและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับแต่ละภาคส่วน

ผลการวิจัย

1. การเปรียบเทียบการจัดการภาครัฐและเอกชน

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของการจัดการภาครัฐและเอกชนแสดงถึงการสำรวจที่สำคัญของขอบเขตการบริหารจัดการองค์กรที่แตกต่างกันแต่เชื่อมโยงถึงกัน ด้วยรากฐานทางประวัติศาสตร์ การจัดการภาครัฐและเอกชนได้พัฒนาหลักการและกรอบการทำงานที่แตกต่างกันเพื่อบรรลุภารกิจของตน ส่วนนี้มี

จุดมุ่งหมายเพื่อเจาะลึกการพัฒนาในอดีตของกระบวนการจัดการเหล่านี้ ติดตามต้นกำเนิดและวิเคราะห์หลักการสำคัญที่สนับสนุนกระบวนการตัดสินใจ โครงสร้างการรับผิดชอบ และวัฒนธรรมองค์กร การวิเคราะห์เปรียบเทียบพยายามที่จะให้ความกระจ่างถึงความแตกต่างและการบรรจบกันระหว่างผู้บริหารภาครัฐและเอกชน โดยนำเสนอความเข้าใจที่ครอบคลุมเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานของภาคส่วนเหล่านี้ การสำรวจนี้จำเป็นสำหรับการระบุจุดแข็งและจุดอ่อนที่มีอยู่ในแต่ละแนวทาง วางรากฐานสำหรับการอภิปรายในภายหลังเกี่ยวกับความท้าทาย การทำงานร่วมกัน และแนวโน้มร่วมสมัยในการบริหารจัดการองค์กร

1.1 พัฒนาการและวิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์ (Historical development and evolution)

การพัฒนาและวิวัฒนาการในอดีตของการจัดการภาครัฐและเอกชนถือเป็นส่วนสำคัญในการทำความเข้าใจวิถีที่ชัดเจนซึ่งกำหนดกระบวนการที่องค์กรเหล่านี้ ต้นกำเนิดของการจัดการสาธารณะสามารถย้อนกลับไปถึงระบบการบริหารในยุคแรกของอารยธรรมโบราณ ซึ่งผู้ปกครองและรัฐบาลพยายามที่จะจัดระเบียบและปกครองดินแดนของตน (Frederickson, 2010) รากฐานของการจัดการสาธารณะฝังลึกอยู่ในหลักการของการให้บริการเพื่อประโยชน์สาธารณะ รับประกันการกระจายทรัพยากรอย่างเท่าเทียมกัน และการรักษาระเบียบทางสังคม รากฐานทางประวัติศาสตร์นี้เป็นรากฐานสำหรับแนวทางปฏิบัติด้านการจัดการสาธารณะร่วมสมัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นต่อความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการตอบสนองต่อความต้องการของสังคม (Pollitt & Bouckaert, 2017)

ในทางกลับกัน วิวัฒนาการของแนวทางการจัดการภาคเอกชนมีต้นกำเนิดที่แตกต่างกันซึ่งมีรากฐานมาจากการพัฒนาด้านการพาณิชย์ การค้า และอุตสาหกรรม การเกิดขึ้นของภาคเอกชนได้รับแรงผลักดันในช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรม เมื่อธุรกิจต่าง ๆ พยายามที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและใช้ประโยชน์จากโอกาสทางการตลาด (Chandler, 1990) แนวปฏิบัติด้านการจัดการภาคเอกชนได้รับการพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่มีการแข่งขัน โดยเน้นที่ประสิทธิภาพ การเพิ่มผลกำไรสูงสุด และการแสวงหามูลค่าของผู้ถือหุ้น วิถีประวัติศาสตร์ของการจัดการภาคเอกชนได้รับการกำหนดรูปแบบโดยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ เช่น เศรษฐศาสตร์คลาสสิกและนีโอคลาสสิก ซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของกลไกตลาดในการขับเคลื่อนพฤติกรรมองค์กร (Drucker, 1994)

เส้นทางประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกันของการจัดการภาครัฐและเอกชนส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรและแนวทางการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน การจัดการสาธารณะ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากหลักการของระบบราชการและความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ในอดีตมีลักษณะพิเศษคือการมุ่งเน้นไปที่ความเป็นธรรมของกระบวนการและการยึดมั่นในบรรทัดฐานทางกฎหมาย (Stillman, 2009) ในทางตรงกันข้าม วิวัฒนาการของการจัดการภาคเอกชนได้เห็นการเพิ่มขึ้นของทฤษฎีการจัดการ เช่น การจัดการทางวิทยาศาสตร์ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยเน้นที่โครงสร้างลำดับชั้น ประสิทธิภาพ และการตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยผลกำไร

(Mintzberg, 1989) การทำความเข้าใจรากฐานทางประวัติศาสตร์เหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญในการแก้ปัญหาความซับซ้อนของการบริหารจัดการองค์กรร่วมสมัย

เมื่อกระบวนการจัดการภาครัฐและเอกชนพัฒนาขึ้น พวกเขาต้องเผชิญกับความท้าทายและการปรับตัวที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงบรรทัดฐานทางสังคมและพลวัตของโลก บริบททางประวัติศาสตร์ให้ข้อมูลเชิงลึกว่ากระบวนการเหล่านี้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างไร โดยการวิเคราะห์การพัฒนาและวิวัฒนาการในอดีต การทบทวนนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างกรอบการทำงานที่ครอบคลุมสำหรับการวิเคราะห์หลักการที่สนับสนุนแนวทางปฏิบัติด้านการจัดการภาครัฐและเอกชน โดยวางรากฐานสำหรับการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบอย่างละเอียดในส่วนต่อ ๆ ไป

1.2 หลักการและกรอบการทำงานที่สำคัญ

1.2.1. หลักการบริหารจัดการสาธารณะ หลักการบริหารจัดการสาธารณะครอบคลุมชุดแนวทางพื้นฐานที่เป็นแนวทางในการบริหารและการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐ หลักการเหล่านี้ซึ่งหยั่งรากลึกในอุดมคติของประชาธิปไตยและหลักการบริหารสาธารณะ เน้นความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และการตอบสนองต่อความต้องการของพลเมือง (Denhardt & Denhardt, 2015) การจัดการสาธารณะมีลักษณะเฉพาะด้วยหลักการต่าง ๆ เช่น ความเสมอภาค ความเป็นธรรม และการแสวงหาผลประโยชน์สาธารณะ (Pollitt, 2003) หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมในการจัดการสาธารณะเน้นย้ำถึงพันธกิจของหน่วยงานของรัฐในการตอบสนองต่อการกระทำของประชาชน เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการตัดสินใจดำเนินไปในลักษณะที่สอดคล้องกับมาตรฐานทางกฎหมายและจริยธรรม (Romzek & Dubnick, 1987) นอกจากนี้ หลักการของความโปร่งใสส่งเสริมการเปิดกว้างและการเข้าถึงข้อมูล ส่งเสริมความไว้วางใจของสาธารณะในสถาบันของรัฐ (Bovens, 2007)

1.2.2. หลักการบริหารจัดการภาคเอกชน ในทางตรงกันข้าม หลักการจัดการภาคเอกชนถูกกำหนดโดยความจำเป็นของเศรษฐกิจตลาดและการแสวงหาความสามารถในการทำกำไรขององค์กร หลักการสำคัญในการจัดการภาคเอกชนเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างมูลค่าของผู้ถือหุ้น (Drucker, 1954) การจัดการภาคเอกชนมักถูกชี้นำโดยหลักการของการเพิ่มผลกำไรสูงสุดโดยเน้นกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรและความสำเร็จทางการเงิน (Friedman, 1970) ทฤษฎีผู้ถือหุ้นวางตัวว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก และควรมุ่งมั่นที่จะเพิ่มความมั่งคั่งของผู้ถือหุ้นให้สูงสุด (Jensen & Meckling, 1976) หลักการบริหารจัดการภาคเอกชนยังรวมถึงความสำคัญของนวัตกรรมความสามารถในการปรับตัว และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เพื่อนำทางความซับซ้อนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Barney, 1991)

การทำความเข้าใจหลักการสำคัญเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจตรรกะที่แตกต่างที่ควบคุมการจัดการภาครัฐและเอกชน หลักการบริหารจัดการสาธารณะสอดคล้องกับธรรมชาติของ

รัฐบาลที่เป็นประชาธิปไตยและมุ่งเน้นการบริการ โดยเน้นการดูแลทรัพยากรสาธารณะเพื่อประโยชน์ส่วนรวมในทางกลับกัน หลักการบริหารจัดการภาคเอกชนมีรากฐานมาจากแรงจูงใจที่ขับเคลื่อนด้วยผลกำไรของภาคธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและการตอบสนองต่อตลาด การรับรู้ถึงความแตกต่างของหลักการเหล่านี้เป็นรากฐานสำหรับการประเมินความเข้ากันได้ และความตึงเครียดระหว่างกระบวนการตัดสินใจทั้งสองในภูมิทัศน์องค์กรร่วมสมัย

ปฏิสัมพันธ์ของหลักการเหล่านี้ภายในแต่ละภาคส่วนมีส่วนช่วยในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและโครงสร้างการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน การจัดการสาธารณะซึ่งขับเคลื่อนโดยหลักการของความเป็นธรรมและการมีส่วนร่วมของประชาชน มักเกี่ยวข้องกับโครงสร้างระบบราชการที่ซับซ้อนซึ่งได้รับการออกแบบเพื่อให้เกิดความเสมอภาคในการกระจายทรัพยากร (Lynn, 2008) การจัดการภาคเอกชนซึ่งได้รับคำแนะนำจากกลไกตลาด มีแนวโน้มที่จะใช้โครงสร้างแบบลำดับชั้นที่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและการสร้างผลกำไร (Chandler, 1990) วัฒนธรรมองค์กรเหล่านี้ถูกกำหนดโดยอิทธิพลซึ่งกันและกันของหลักการมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ รูปแบบความเป็นผู้นำ และการทำงานโดยรวมขององค์กรภาครัฐและเอกชน

หลักการและกรอบการทำงานที่สำคัญ	
หลักการบริหารจัดการสาธารณะ	หลักการบริหารจัดการภาคเอกชน
เน้นแนวทางในการบริหารและการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐ เน้นความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และการตอบสนองต่อความต้องการของพลเมือง	เน้นความจำเป็นของเศรษฐกิจตลาดและการแสวงหาความสามารถในการทำกำไรขององค์กร หลักการสำคัญในการจัดการภาคเอกชนเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างมูลค่าของผู้ถือหุ้น

ดังนั้นการสำรวจหลักการและกรอบการทำงานที่สำคัญในการจัดการภาครัฐและเอกชนจะชี้แจงค่านิยมพื้นฐานที่สนับสนุนการตัดสินใจและพฤติกรรมองค์กรในแต่ละภาคส่วน ความเข้าใจนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของกระบวนการตัดสินใจเหล่านี้ โดยให้ความกระจ่างเกี่ยวกับจุดแข็งข้อจำกัด และขอบเขตที่เป็นไปได้สำหรับการทำงานร่วมกันหรือความแตกต่าง

1.3 ความแตกต่างและความเหมือน (Differences and similarities)

1.3.1. กระบวนการตัดสินใจ การจัดการภาครัฐและเอกชนแสดงกระบวนการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยกำหนดตามหลักการและเป้าหมายขององค์กรที่เกี่ยวข้อง ในการจัดการสาธารณะ การตัดสินใจมักมีลักษณะเฉพาะด้วยแนวทางที่ครอบคลุมและมีส่วนร่วมมากขึ้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายราย การปรึกษาหารือสาธารณะ และการปฏิบัติตามบรรทัดฐานทางกฎหมายและขั้นตอน (Ingraham & Donahue, 1997) โดยทั่วไปการตัดสินใจของสาธารณะจะต้องได้รับการวิเคราะห์และอภิปรายเพื่อให้แน่ใจว่าสอดคล้องกับค่านิยมและผลประโยชน์สาธารณะ (Bryson et al., 2014) ในทางกลับกัน

การจัดการภาคเอกชนมีแนวโน้มที่จะใช้โมเดลการตัดสินใจที่มีลำดับชั้นและประสิทธิภาพมากกว่า โดยที่อำนาจจะกระจุกตัวอยู่ที่ระดับบนสุดขององค์กร และการตัดสินใจมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มมูลค่าของผู้ถือหุ้นสูงสุดและความสามารถในการแข่งขันในตลาด (Eisenhardt, 1989) การทำความเข้าใจความแตกต่างเหล่านี้ถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจพลวัตของการตัดสินใจในบริบทขององค์กรที่หลากหลาย

1.3.2 ความรับผิดชอบและความโปร่งใส ความรับผิดชอบและความโปร่งใสเป็นหลักการสำคัญในการจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันเล็กน้อยก็ตาม การจัดการสาธารณะให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสาธารณะตามระบอบประชาธิปไตย โดยที่องค์กรต้องรับผิดชอบต่อสาธารณะและอยู่ภายใต้การวิพากษ์จากภายนอกผ่านกลไกต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์และการประชาสัมพันธ์ (Romzek & Dubnick, 1987) ความโปร่งใสในภาครัฐเกี่ยวข้องกับการเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสารอย่างเปิดเผยเพื่อให้แน่ใจว่าประชาชนจะได้รับแจ้งเกี่ยวกับการดำเนินการของรัฐบาล (Bovens, 2007) ในการจัดการภาคเอกชน ความรับผิดชอบมักมุ่งตรงไปที่ผู้ถือหุ้น โดยมุ่งเน้นไปที่ผลการดำเนินงานทางการเงินและการส่งมอบผลตอบแทนจากการลงทุน (Jensen & Meckling, 1976) โดยทั่วไปความโปร่งใสในภาคเอกชนจะเกี่ยวข้องกับการรายงานทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้มั่นใจถึงความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและรักษาความสมบูรณ์ของตลาด (Gibbs, 2018) การตระหนักถึงความแตกต่างในด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใสเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินประสิทธิภาพและความชอบธรรมของกลไกการบริหารจัดการในทั้งสองภาคส่วน

1.3.3 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นแนวคิดที่ใช้ร่วมกันในการจัดการภาครัฐและเอกชน โดยเน้นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของฝ่ายต่าง ๆ ในกระบวนการตัดสินใจ ในการจัดการสาธารณะ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียมักจะขยายไปถึงพลเมือง กลุ่มผลประโยชน์ และชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายสาธารณะ (Bryson et al., 2014) องค์กรสาธารณะได้รับการคาดหวังให้ขอความคิดเห็นและพิจารณามุมมองที่หลากหลายในกระบวนการกำหนดนโยบาย ในการจัดการภาคเอกชน การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียโดยทั่วไปจะมุ่งเน้นไปที่ลูกค้า พนักงาน ชัพพลายเออร์และผู้ถือหุ้น (Freeman, 1984) องค์กรเอกชนตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อปรับปรุงชื่อเสียงขององค์กรและรับประกันความสำเร็จที่ยั่งยืน แม้ว่าหลักการของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียจะสอดคล้องกัน แต่ลักษณะและขอบเขตของการมีส่วนร่วมอาจแตกต่างกันไปตามเป้าหมายและเขตเลือกตั้งที่แตกต่างกันของภาคส่วน

1.3.4 โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กรและวัฒนธรรมในการจัดการภาครัฐและเอกชนได้รับอิทธิพลจากหลักการและการพัฒนาทางประวัติศาสตร์ของแต่ละภาคส่วน การจัดการสาธารณะมักมีโครงสร้างระบบราชการที่ออกแบบมาเพื่อให้เกิดความยุติธรรม ความเสมอภาค และการยึดมั่นในบรรทัดฐานทางกฎหมาย (Stillman, 2009) วัฒนธรรมองค์กรในภาครัฐถูกกำหนดโดยความมุ่งมั่นในการให้บริการสาธารณะและคุณค่าทางประชาธิปไตยของความรับผิดชอบต่อสาธารณะและความโปร่งใส (Denhardt & Denhardt, 2015) ในการจัดการภาคเอกชน โครงสร้างองค์กรมักจะมีลำดับชั้นมากกว่าและมุ่งเน้นไปที่การ

เพิ่มประสิทธิภาพและผลกำไรสูงสุด (Mintzberg, 1989) วัฒนธรรมองค์กรภาคเอกชนอาจจัดลำดับความสำคัญของนวัตกรรม ความสามารถในการปรับตัว และความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้เจริญเติบโตในสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีพลวัต การตระหนักถึงความแตกต่างในโครงสร้างและวัฒนธรรมเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจพลวัตและความท้าทายโดยธรรมชาติภายในองค์กรภาครัฐและเอกชน

ความแตกต่างและความเหมือน (Differences and similarities)		
	การบริหารจัดการสาธารณะ	การบริหารจัดการภาคเอกชน
กระบวนการตัดสินใจ	การตัดสินใจของสาธารณะจะต้องได้รับการวิเคราะห์และอภิปรายเพื่อให้แน่ใจว่าสอดคล้องกับค่านิยมและผลประโยชน์สาธารณะ	การจัดการภาคเอกชนมีแนวโน้มที่จะใช้โมเดลการตัดสินใจที่มีลำดับขั้นและประสิทธิภาพมากกว่า โดยที่อำนาจจะกระจุกตัวอยู่ที่ระดับบนสุดขององค์กร และการตัดสินใจมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มมูลค่าของผู้ถือหุ้นสูงสุดและความสามารถในการแข่งขันในตลาด
ความรับผิดชอบและความโปร่งใส	การจัดการสาธารณะให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสาธารณะและอยู่ภายใต้การวิเคราะห์จากภายนอกผ่านกลไกต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์และการประชาพิจารณ์	ความรับผิดชอบมักมุ่งตรงไปที่ผู้ถือหุ้น โดยมุ่งเน้นไปที่ผลการดำเนินงานทางการเงินและการส่งมอบผลตอบแทนจากการลงทุน
การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจะขยายไปถึงพลเมือง กลุ่มผลประโยชน์ และชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายสาธารณะ	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยทั่วไปจะมุ่งเน้นไปที่ลูกค้า พนักงาน ซัพพลายเออร์ และผู้ถือหุ้น

ความแตกต่างและความเหมือน (Differences and similarities)		
	การบริหารจัดการสาธารณะ	การบริหารจัดการภาคเอกชน
โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร	-การจัดการสาธารณะมักมีโครงสร้างระบบราชการที่ออกแบบมาเพื่อให้เกิดความยุติธรรม ความเสมอภาค และการยึดมั่นในบรรทัดฐานทางกฎหมาย -วัฒนธรรมองค์กรในภาครัฐถูกกำหนดโดยความมุ่งมั่นในการให้บริการสาธารณะและคุณค่าทางประชาธิปไตยของความรับผิดชอบและความโปร่งใส	-การจัดการภาคเอกชน โครงสร้างองค์กรมักจะมีลำดับชั้นมากกว่าและมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพและผลกำไรสูงสุด -วัฒนธรรมองค์กรภาคเอกชนอาจจัดลำดับความสำคัญของนวัตกรรม ความสามารถในการปรับตัว และความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้เจริญเติบโตในสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีพลวัต

ดังนั้นความแตกต่างและความคล้ายคลึงในกระบวนการตัดสินใจ ความรับผิดชอบ ความโปร่งใส การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร เน้นย้ำถึงคุณลักษณะเฉพาะของการจัดการภาครัฐและเอกชน ความเข้าใจที่ลึกซึ้งในแง่มุมเหล่านี้มีส่วนทำให้เกิดการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบที่ครอบคลุม ให้ความกระจ่างว่าภาคส่วนต่าง ๆ เหล่านี้ดำเนินงานอย่างไร ที่ที่พวกเขามาบรรจบกัน และที่ที่แยกความแตกต่างในภูมิทัศน์ที่ซับซ้อนของการบริหารจัดการองค์กรร่วมสมัย

2. ความท้าทายในการจัดการภาครัฐและเอกชน

การวิเคราะห์ความท้าทายในการจัดการภาครัฐและเอกชนถือเป็นแง่มุมที่สำคัญในการทำความเข้าใจความซับซ้อนของการบริหารจัดการองค์กรร่วมสมัย ทั้งสองภาคส่วนเผชิญกับปัญหาที่ซับซ้อนมากมาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ นำทางสภาพแวดล้อมแบบไดนามิก และรักษาความสำเร็จในระยะยาว ความท้าทายเหล่านี้ ตั้งแต่ข้อจำกัดด้านทรัพยากรไปจนถึงปัญหาความเป็นผู้นำและอิทธิพลภายนอก สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการพัฒนาของการบริหารจัดการองค์กร ส่วนนี้มุ่งเจาะลึกถึงความท้าทายทั่วไปและเฉพาะที่ฝ่ายบริหารภาครัฐและเอกชนต้องเผชิญ โดยให้ความกระจ่างเกี่ยวกับผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กร ด้วยการระบุและวิเคราะห์ความท้าทายเหล่านี้ จุดมุ่งหมายคือเพื่อสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์ที่เพิ่มความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวขององค์กรภาครัฐและเอกชนในการเผชิญกับภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การสำรวจครั้งนี้เป็นการวางรากฐานสำหรับความเข้าใจที่ครอบคลุมเกี่ยวกับอุปสรรคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ การดำเนินนโยบาย และประสิทธิผลโดยรวมในด้านการจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน

2.1. ความท้าทายทั่วไป (Common challenges)

2.1.1. ข้อจำกัดด้านทรัพยากร ข้อจำกัดด้านทรัพยากรก่อให้เกิดความท้าทายที่แพร่หลายสำหรับทั้งฝ่ายบริหารภาครัฐและเอกชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรในการจัดการสาธารณะ ทรัพยากรทางการเงินที่จำกัดมักส่งผลให้เกิดปัญหาในการให้บริการสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของประชาชนที่หลากหลาย (O'Toole & Meier, 2011) การบริหารจัดการภาคเอกชนก็เช่นกันต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากร ซึ่งส่งผลต่อการจัดสรรเงินทุนสำหรับนวัตกรรม การวิจัย และการพัฒนา (Grant, 2016) การนำทางข้อจำกัดด้านทรัพยากรจำเป็นต้องมีการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการดำเนินการตามแนวทางการจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้แน่ใจว่ามีการใช้ประโยชน์สูงสุดและการดำเนินงานที่ยั่งยืนในทั้งสองภาคส่วน

2.1.2 ประเด็นความเป็นผู้นำและการบริหารจัดการ ประเด็นความเป็นผู้นำและการบริหารจัดการแสดงถึงความท้าทายที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ในการจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพขององค์กรและการบรรลุเป้าหมาย ในการจัดการสาธารณะประเด็นต่าง ๆ เช่น กฎเกณฑ์ของระบบราชการ การแทรกแซงทางการเมือง และการขาดความคล่องตัวในการตัดสินใจ สามารถขัดขวางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ (Peters, 2010) ในทำนองเดียวกัน ผู้บริหารเอกชนเผชิญกับความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบความเป็นผู้นำ การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง และวัฒนธรรมองค์กรที่อาจส่งผลกระทบต่อขวัญกำลังใจของพนักงานและประสิทธิภาพโดยรวม (Bass & Riggio, 2006) การจัดการกับความท้าทายเหล่านี้จำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาความเป็นผู้นำ การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรเชิงบวก และการใช้โครงสร้างการบริหารจัดการที่ส่งเสริมความรับผิดชอบและความโปร่งใสในทั้งสองภาคส่วน

2.1.3 ปัจจัยภายนอก (เช่น อิทธิพลทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ) การจัดการภาครัฐและเอกชนมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยภายนอก รวมถึงอิทธิพลทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อเสถียรภาพและการตัดสินใจขององค์กร ในการจัดการสาธารณะ ข้อพิจารณาทางการเมืองอาจทำให้เกิดความผันผวนและส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของนโยบาย (Moynihan & Pandey, 2005) การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะถดถอยหรือความผันผวนของเงินทุน ก่อให้เกิดความท้าทายสำหรับองค์กรสาธารณะที่มุ่งมั่นที่จะรักษาระดับการบริการ (Bozeman & Straussman, 1990) ในภาคเอกชน ธุรกิจต้องต่อสู้กับผลกระทบของความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจต่อความต้องการของตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจลงทุน (Barney, 1991) การคำนึงถึงปัจจัยภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ความสามารถในการปรับตัว และการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อลดความเสี่ยงและใช้ประโยชน์จากโอกาสในการบริหารจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน

ดังนั้นการสำรวจความท้าทายร่วมกันนี้เน้นย้ำถึงความซับซ้อนที่องค์กรภาครัฐและเอกชนต้องเผชิญ โดยเน้นความจำเป็นสำหรับกลยุทธ์การปรับตัวและโครงสร้างการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อจัดการกับข้อจำกัดด้านทรัพยากร ปัญหาความเป็นผู้นำและการบริหารจัดการ และปัจจัยภายนอก

2.2. ความท้าทายที่ไม่เหมือนใคร (Unique challenges)

2.2.1 ความท้าทายด้านการจัดการสาธารณะ การจัดการสาธารณะเผชิญกับความท้าทายพิเศษที่เกิดจากธรรมชาติของหน้าที่และความรับผิดชอบของรัฐบาล กฎเกณฑ์ที่รัดกุมของระบบราชการและความซับซ้อนของขั้นตอนสามารถขัดขวางการตอบสนองและการปรับตัวขององค์กรสาธารณะ (Hood, 1991) นอกจากนี้ ลักษณะทางการเมืองของการจัดการสาธารณะทำให้เกิดความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับความผันผวนของนโยบาย ลำดับความสำคัญที่เปลี่ยนแปลงพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในการบริหาร และความจำเป็นในการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย (Moynihan, 2008) การรับรองความโปร่งใสและความรับผิดชอบในการตัดสินใจ แม้ว่าจะมีความสำคัญ แต่ก็สามารถก่อให้เกิดความท้าทายได้เนื่องจากกฎระเบียบและกลไกการบริหารจัดการที่ซับซ้อน (Romzek & Dubnick, 1987) ความท้าทายเหล่านี้ต้องการให้ผู้จัดการของรัฐต้องคำนึงถึงสมดุลที่ละเอียดอ่อนระหว่างคุณค่าทางประชาธิปไตยและประสิทธิภาพในการบริหาร

2.2.2 ความท้าทายด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ในทางตรงกันข้าม ฝ่ายบริหารเอกชนต้องต่อสู้กับความท้าทายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของวัตถุประสงค์ที่ขับเคลื่อนด้วยผลกำไรของธุรกิจประเด็นต่าง ๆ เช่น การแข่งขันในตลาด ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และความต้องการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง นำเสนอความท้าทายอย่างต่อเนื่องสำหรับองค์กรเอกชน (Porter, 1980) ผู้บริหารเอกชนมักเผชิญกับความซับซ้อนในการรักษามูลค่าของผู้ถือหุ้น การตอบสนองความต้องการของตลาด และการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Barney, 1991) ความท้าทายในการจัดการภาคเอกชนยังขยายไปสู่ประเด็นของการบริหารจัดการกิจการ จริยธรรม และการจัดการความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งความสมดุลระหว่างแรงจูงใจในการแสวงหาผลกำไรและความรับผิดชอบต่อสังคมกลายเป็นข้อพิจารณาที่สำคัญ (Freeman, 1984) การจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ต้องการให้ผู้จัดการส่วนตัวต้องเผชิญสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและมักคาดเดาไม่ได้

ความท้าทายทั่วไป (Common challenges)

- 1. ข้อจำกัดด้านทรัพยากร
- 2 ประเด็นความเป็นผู้นำและการบริหารจัดการ
- 3 ปัจจัยภายนอก (เช่น อิทธิพลทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ)

ความท้าทายที่ไม่เหมือนใคร (Unique challenges)

- 1 ความท้าทายด้านการจัดการสาธารณะ
- 2 ความท้าทายด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน

2.3. ผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Implications for organizational performance)

ความท้าทายเฉพาะที่ฝ่ายบริหารทั้งภาครัฐและเอกชนต้องเผชิญมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์กร ในภาครัฐ ความท้าทาย เช่น อุปสรรคของระบบราชการและความผันผวนทางการเมืองสามารถส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการให้บริการ (Rainey, 2003) ความจำเป็นในการบริหารจัดการที่โปร่งใสและมีความรับผิดชอบ แม้จะจำเป็นต่อการรักษาความไว้วางใจของสาธารณะ แต่บางครั้งอาจทำให้กระบวนการตัดสินใจช้าลงได้ ในทางกลับกัน ในภาคเอกชน ความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในตลาดและนวัตกรรมทำให้องค์กรต้องปรับตัวและลงทุนในการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter, 1985) การรับมือกับความท้าทายเหล่านี้มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการเงิน ตำแหน่งทางการตลาด และความยืดหยุ่นโดยรวมขององค์กร

ผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรขยายไปไกลกว่าความท้าทายที่เกิดขึ้นทันที และเน้นย้ำถึงความจำเป็นสำหรับกลยุทธ์การปรับตัว ในการจัดการสาธารณะ การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรเกี่ยวข้องกับการหาสมดุลระหว่างประสิทธิภาพระบบราชการและการตอบสนองตามระบอบประชาธิปไตย (Denhardt & Denhardt, 2015) สำหรับการจัดการภาคเอกชน ความสำเร็จขึ้นอยู่กับความสามารถในการนำทางการเปลี่ยนแปลงของตลาด ใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำกำไรและความรับผิดชอบต่อสังคม (Drucker, 1954; Barney, 1991) การทำความเข้าใจและจัดการกับความท้าทายเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการบรรลุองค์กรที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพสูงในทั้งสองภาคส่วน

3. การทำงานร่วมกันระหว่างการจัดการภาครัฐและเอกชน

การสำรวจการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารภาครัฐและเอกชนแสดงให้เห็นถึงการสอบสวนที่น่าสนใจเกี่ยวกับความร่วมมือที่เป็นไปได้และผลประโยชน์ร่วมกันที่อาจเกิดขึ้นจากการบรรจบกันของกระบวนการทั้งสองนี้ เนื่องจากความท้าทายทางสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น จึงมีการตระหนักรู้เพิ่มมากขึ้นว่าการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปสู่โซลูชันที่เป็นนวัตกรรมและการส่งมอบบริการที่ดีขึ้น ในส่วนนี้จะเจาะลึกแนวคิดเรื่องการทำงานร่วมกัน โดยมีเป้าหมายเพื่อเปิดเผยประเด็นของการบรรจบกันที่การจัดการภาครัฐและเอกชนสามารถเกื้อกูลซึ่งกันและกันได้ ด้วยการส่งเสริมการทำงานร่วมกันและความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างภาคส่วนเหล่านี้ องค์กรต่าง ๆ อาจค้นพบแนวทางใหม่ ๆ ในการจัดการกับความท้าทายที่มีร่วมกัน และปรับปรุงความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมโดยรวม การวิเคราะห์การทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารภาครัฐและเอกชนถือเป็นคำมั่นสัญญาว่าจะพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการองค์กรที่มีการบูรณาการและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งนอกเหนือไปจากการแบ่งแยกแบบเดิม ๆ

3.1. โอกาสในการทำงานร่วมกัน (Collaboration opportunities)

3.1.1. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public-Private Partnership) ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (PPP) กลายเป็นโอกาสความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ โดยนำเสนอกรอบการทำงานที่มีโครงสร้างสำหรับการริเริ่มร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชน (Hodge & Greve, 2007) ในแผน PPP ทั้งสองภาคส่วนจะรวบรวมทรัพยากร ความเชี่ยวชาญ และความสามารถของตนเพื่อดำเนินโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โมเดลความร่วมมือนี้แพร่หลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การดูแลสุขภาพ และบริการสังคม ซึ่งภาครัฐได้รับประโยชน์จากประสิทธิภาพและนวัตกรรมของภาคเอกชน ในขณะที่ภาคเอกชนสามารถเข้าถึงทรัพยากรสาธารณะและสภาพแวดล้อมของโครงการที่มั่นคง (Friman, 2017) การทำความเข้าใจพลวัตและความท้าทายที่มีอยู่ในพรรคพลังประชาชนเป็นสิ่งสำคัญในการปลดล็อกศักยภาพในการแก้ไขปัญหาสังคมที่ซับซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะ

3.1.2. ความร่วมมือข้ามภาคส่วน ความร่วมมือข้ามภาคส่วนครอบคลุมรูปแบบความร่วมมือที่กว้างขึ้น ซึ่งขยายไปไกลกว่าความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนแบบดั้งเดิม แนวทางนี้เกี่ยวข้องกับความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร โดยส่งเสริมแนวทางที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่ายในการแก้ปัญหา (Bryson et al., 2014) ความร่วมมือข้ามภาคส่วนตระหนักดีว่ามุมมองและความเชี่ยวชาญที่หลากหลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความยากจน และการดูแลสุขภาพ ความร่วมมือเหล่านี้ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภาคส่วน โดยส่งเสริมการแบ่งปันข้อมูล การตัดสินใจร่วมกัน และผลกระทบโดยรวม (Ansell & Gash, 2008) การวิเคราะห์ความซับซ้อนของความร่วมมือข้ามภาคส่วนถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจว่าองค์กรจากภาคส่วนต่าง ๆ สามารถประสานความพยายามและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาแบบองค์รวมสำหรับความท้าทายทางสังคมได้อย่างไร

ดังนั้นการทำความเข้าใจโอกาสในการทำงานร่วมกัน เช่น ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และความร่วมมือข้ามภาคส่วน เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการปลดล็อกศักยภาพการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารภาครัฐและเอกชน แนวทางการทำงานร่วมกันเหล่านี้นำเสนอช่องทางในการรวมจุดแข็งของทั้งสองภาคส่วนเพื่อจัดการกับความท้าทายที่ซับซ้อน ปรับปรุงการให้บริการ และส่งเสริมโซลูชันที่เป็นนวัตกรรม

3.2. แบ่งปันแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด (Shared best practices)

3.2.1 การเรียนรู้จากแบบจำลองที่ประสบความสำเร็จทั้งสองภาคส่วน การสำรวจแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดร่วมกันเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกันจากแบบจำลองที่ประสบความสำเร็จทั้งภาครัฐและเอกชน การจัดการภาครัฐจะได้รับประโยชน์จากการศึกษาแนวทางปฏิบัติของภาคเอกชนที่ประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ เช่น ประสิทธิภาพ การบริการลูกค้า และนวัตกรรม (Osborne & Gaebler, 1992) ในทำนองเดียวกัน การจัดการภาคเอกชนสามารถรับข้อมูลเชิงลึกจากแนวทางปฏิบัติของภาครัฐที่มีประสิทธิผลในด้านต่าง ๆ เช่น การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความโปร่งใส และการวางแผนระยะยาว

(Denhardt & Denhardt, 2015) ด้วยการวิเคราะห์และปรับใช้กลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จจากกันและกัน องค์กรต่าง ๆ จึงสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ปรับปรุงคุณภาพการบริการ และส่งเสริมความเข้าใจที่ครอบคลุมมากขึ้นเกี่ยวกับพลวัตการบริหารจัดการ

3.2.2. การนำแนวทางที่เป็นนวัตกรรมจากกันและกัน แนวคิดในการนำแนวทางที่เป็นนวัตกรรมมาใช้จากกันและกันนั้น เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความคิดและวิธีการแบบไดนามิกระหว่างการจัดการภาครัฐและเอกชน องค์กรสาธารณะสามารถใช้ความคล่องตัว ความสามารถในการปรับตัวของภาคเอกชน และเน้นไปที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงการให้บริการและประสิทธิผลขององค์กร (Christensen & Raynor, 2003) ในทางกลับกัน องค์กรเอกชนจะได้รับประโยชน์จากการนำแนวทางปฏิบัติของภาครัฐมาใช้ เช่น โครงการริเริ่มด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน เพื่อจัดการกับข้อกังวลทางสังคมในวงกว้างและเพิ่มศักยภาพในระยะยาว (Porter & Kramer, 2006) การตระหนักถึงศักยภาพของนวัตกรรมผ่านการเรียนรู้ข้ามภาคส่วนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการส่งเสริมวัฒนธรรมของการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและการปรับตัวในการจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน

ดังนั้นการทำความเข้าใจพลวัตของแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดร่วมกันเกี่ยวข้องกับการตระหนักถึงจุดแข็งของแต่ละภาคส่วนและการยอมรับกรอบความคิดในการทำงานร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร

3.3. การเสริมสร้างธรรมาภิบาลผ่านการบูรณาการ (Enhancing governance through integration)

3.3.1 การพัฒนาโมเดลการจัดการแบบไฮบริด แนวคิดของการเสริมสร้างธรรมาภิบาลผ่านการบูรณาการเกี่ยวข้องกับการพัฒนาโมเดลการจัดการแบบผสมผสานซึ่งใช้จุดแข็งของทั้งภาครัฐและเอกชน โมเดลไฮบริดมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างการสังเคราะห์ที่รวมเอาประสิทธิภาพ นวัตกรรม และความสามารถในการปรับตัวของการจัดการภาคเอกชนเข้ากับ ความรับผิดชอบต่อสังคม โปร่งใส และหลักการบริหารสาธารณะของการจัดการสาธารณะ (Christensen, 2002) การวิจัยชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการแบบผสมผสานสามารถนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรและผลลัพธ์ที่ดีขึ้นในด้านต่าง ๆ เช่น การให้บริการ การดำเนินนโยบาย และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Bryson et al., 2014) การทำความเข้าใจพลวัตของโมเดลไฮบริดและการประยุกต์ในบริบทที่หลากหลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการแบบผสมผสานที่ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่เสริมกันของทั้งสองภาคส่วน

3.3.2 การจัดการกับความท้าทายผ่านแนวทางแก้ไขร่วมกัน การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการผ่านการบูรณาการยังเกี่ยวข้องกับการจัดการกับความท้าทายร่วมกันโดยการพัฒนาโซลูชันร่วมกัน แนวทางนี้รับรู้ว่ามีปัญหาสังคมจำนวนมากจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อบรรลุแนวทางแก้ไขที่มีความหมายและยั่งยืน แนวทางแก้ไขร่วมกันเกี่ยวข้องกับการรวบรวมทรัพยากร ความเชี่ยวชาญ และความรู้เพื่อรับมือกับความท้าทายที่ซับซ้อน เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การ

ให้บริการด้านการดูแลสุขภาพ และการพัฒนาเศรษฐกิจ (Ansell & Gash, 2008) ด้วยการส่งเสริมการทำงานร่วมกันและการแก้ปัญหาร่วมกัน องค์กรต่าง ๆ สามารถใช้ประโยชน์จากมุมมองและทรัพยากรที่หลากหลายเพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เป็นนวัตกรรมและมีประสิทธิภาพ การทำความเข้าใจกลไกและเงื่อนไขที่เอื้อต่อการแก้ปัญหาร่วมกันที่ประสบความสำเร็จถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาแนวทางปฏิบัติด้านการบริหารจัดการเชิงบูรณาการที่ก้าวข้ามขอบเขตของภาคส่วนแบบดั้งเดิม

ดังนั้นการสำรวจการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการผ่านการบูรณาการเน้นย้ำถึงศักยภาพของแนวทางที่เป็นนวัตกรรมและการทำงานร่วมกัน ซึ่งสามารถนำไปสู่โครงสร้างการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ตอบสนอง และมีความรับผิดชอบมากขึ้น

โอกาสในการทำงานร่วมกัน (Collaboration opportunities)	แบ่งปันแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด (Shared best practices)	การเสริมสร้างธรรมาภิบาลผ่านการบูรณาการ (Enhancing governance through integration)
1. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public-Private Partnership) 2. ความร่วมมือข้ามภาคส่วน	1. การเรียนรู้จากแบบจำลองที่ประสบความสำเร็จทั้งสองภาคส่วน 2. การนำแนวทางที่เป็นนวัตกรรมจากกันและกัน	1. การพัฒนาโมเดลการจัดการแบบไฮบริด 2. การจัดการกับความท้าทายผ่านแนวทางแก้ไขร่วมกัน

4. แนวโน้มร่วมสมัยในการบริหารจัดการองค์กร

การสำรวจแนวโน้มร่วมสมัยในการบริหารจัดการองค์กรแสดงให้เห็นถึงการสอบถามที่สำคัญเกี่ยวกับภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปของวิธีการจัดโครงสร้าง จัดการ และกำกับสถาบัน ในยุคที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ความคาดหวังของสังคมที่เปลี่ยนไป และความเชื่อมโยงถึงกันทั่วโลก องค์กรต่าง ๆ กำลังเผชิญกับความท้าทายและโอกาสที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในส่วนนี้จะเจาะลึกมิติต่าง ๆ ที่หลากหลายของแนวโน้มร่วมสมัยในการบริหารจัดการองค์กร โดยพิจารณาหัวข้อต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล แนวทางที่ยืดหยุ่นมีส่วนได้ส่วนเสียเป็นศูนย์กลาง โครงการริเริ่มด้านความยั่งยืน และการมีส่วนร่วมแบบไดนามิกระหว่างภาครัฐและเอกชน การทำความเข้าใจแนวโน้มเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บังคับบัญชา ผู้นำองค์กร ผู้กำหนดนโยบาย และนักวิชาการ เนื่องจากให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกลไกที่กำหนดรูปแบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลในโลกที่โดดเด่นด้วยความซับซ้อน ความไม่แน่นอน และความจำเป็นในการเป็นผู้นำที่มีความรับผิดชอบและปรับตัว

4.1. ผลกระทบของโลกาภิวัตน์ต่อการจัดการภาครัฐและเอกชน

ผลกระทบของโลกาภิวัตน์ต่อการจัดการภาครัฐและเอกชนมีผลกระทบอย่างลึกซึ้ง โดยมีอิทธิพลต่อโครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ และกระบวนการตัดสินใจ ในขณะที่องค์กรต่าง ๆ ดำเนินงานในสภาพแวดล้อมระดับโลกที่เชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น หน่วยงานบริหารจัดการสาธารณะและบริษัทเอกชนก็ถูกบังคับให้ปรับตัวให้เข้ากับความท้าทายและโอกาสที่เกิดจากโลกาภิวัตน์ (Ohmae, 1990) โลกาภิวัตน์นำไปสู่

การพึ่งพาซึ่งกันและกันมากขึ้นระหว่างประเทศต่าง ๆ ทำให้การจัดการสาธารณะจำเป็นต้องมีส่วนร่วมในความร่วมมือข้ามพรมแดน ข้อตกลงทางการค้า และโครงสร้างการบริหารจัดการระหว่างประเทศ ในภาคเอกชน บริษัทต่าง ๆ กำลังขยายการดำเนินงานไปทั่วโลก โดยต้องเผชิญกับกรอบการบริหารจัดการและบริบททางวัฒนธรรมที่หลากหลาย การทำความเข้าใจผลกระทบของโลกาภิวัตน์ต่อการจัดการภาครัฐและเอกชนถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนากลยุทธ์ระดับโลก การบริหารความเสี่ยง และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ (Barney, 2001)

4.2. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและอิทธิพลของพวกเขา

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านการจัดการภาครัฐและเอกชน การปรับโฉมกระบวนการขององค์กร การสื่อสาร และการส่งมอบบริการ การบูรณาการเทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย เช่น ปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจและประสิทธิภาพในการจัดการสาธารณะ (Moon, 2002) ในภาคเอกชน เทคโนโลยีขับเคลื่อนนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขันในตลาด และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Brynjolfsson & McAfee, 2014) การเปิดรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อความอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กร โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีเกิดใหม่อย่างต่อเนื่อง การรับรู้และควบคุมศักยภาพของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการจัดการภาครัฐและเอกชนเพื่อให้คงความคล่องตัว ตอบสนอง และมีประสิทธิภาพในภูมิทัศน์ร่วมสมัย

4.3. การเปลี่ยนแปลงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อแนวทางปฏิบัติและลำดับความสำคัญของฝ่ายบริหารทั้งภาครัฐและเอกชน ในภาครัฐ ประชาชนเรียกร้องความโปร่งใส ธรรมาภิบาลแบบมีส่วนร่วม และการตอบสนองเพิ่มมากขึ้น (Bovens, 2007) ในภาคเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงลูกค้า นักลงทุน และพนักงาน ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Freeman, 1984) การปรับตัวให้เข้ากับความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงเหล่านี้จำเป็นต้องมีการประเมินค่าองค์กร กลยุทธ์การสื่อสาร และการรวมเอาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจอีกครั้ง การตระหนักถึงภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปของความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างความไว้วางใจ การเสริมสร้างชื่อเสียง และการรักษาความชอบธรรมขององค์กรในทั้งสองภาคส่วน

4.4. แนวทางการจัดการที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อ

แนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนและการจัดการที่มีความรับผิดชอบต่อกลายเป็นข้อพิจารณาที่สำคัญสำหรับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนในการตอบสนองต่อความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมระดับโลก ในการจัดการสาธารณะ มีการเน้นที่เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน การดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศ และความเท่าเทียมทางสังคม (Senge, 1990) ภาคเอกชนเริ่มนำความคิดริเริ่มด้านความยั่งยืนขององค์กรมาใช้

มากขึ้น โดยตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสิ่งแวดล้อม การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม (Elkington, 1998) การบูรณาการแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับกลยุทธ์ขององค์กรไม่เพียงแต่เป็นความจำเป็นทางศีลธรรมเท่านั้น แต่ยังสอดคล้องกับกรอบการบริหารจัดการที่เปลี่ยนแปลงไป และเพิ่มความยืดหยุ่นขององค์กรในระยะยาว การทำความเข้าใจความหมายของแนวทางการจัดการที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรที่มุ่งหวังที่จะมีส่วนร่วมเชิงบวกต่อสังคม ในขณะที่เดียวกันก็รับประกันความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของตนเอง

5. ทิศทางในอนาคตและวาระการวิจัย

5.1. ปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดการภาครัฐและเอกชน

ภูมิทัศน์ของการจัดการภาครัฐและเอกชนได้รับการกำหนดรูปแบบอย่างต่อเนื่องจากประเด็นใหม่ที่ต้องการความสนใจทางวิชาการและการพิจารณาเชิงกลยุทธ์ ในการจัดการสาธารณะประเด็นต่าง ๆ เช่น การแบ่งแยกทางดิจิทัล ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และผลกระทบของปัญญาประดิษฐ์ต่อการให้บริการสาธารณะ ก่อให้เกิดความท้าทายและโอกาส (Margetts & Dorobantu, 2019) ในภาคเอกชน ข้อกังวลที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การบริหารจัดการกิจการ และการใช้เทคโนโลยีเกิดใหม่อย่างมีจริยธรรมถือเป็นเรื่องสำคัญ (Mayer-Schönberger & Ramge, 2019) การสำรวจประเด็นปัญหาใหม่ ๆ เหล่านี้จำเป็นต้องใช้แนวทางแบบสหวิทยาการ โดยคำนึงถึงจุดตัดกันของเทคโนโลยี ธรรมชาติ และผลกระทบต่อสังคม

5.2. พื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับการวิจัยเพิ่มเติม

ลักษณะแบบไดนามิกของการจัดการภาครัฐและเอกชนเปิดช่องทางสำหรับการวิจัยเพิ่มเติมที่สามารถนำไปสู่ความเข้าใจทางทฤษฎีและข้อมูลเชิงลึกเชิงปฏิบัติ พื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับการวิจัยเพิ่มเติม ได้แก่ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแบบจำลองการบริหารจัดการแบบผสมผสาน ผลกระทบของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ต่อโครงสร้างองค์กร และความซับซ้อนของความร่วมมือข้ามภาคส่วน (Bryson et al., 2014; Christensen, 2002) นอกจากนี้ การวิเคราะห์บทบาทของความเป็นผู้นำในการเผชิญกับความท้าทายร่วมสมัย การทำความเข้าใจผลกระทบของความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการตัดสินใจขององค์กร และการสำรวจแนวทางที่เป็นนวัตกรรมเพื่อแนวทางปฏิบัติด้านการจัดการที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ล้วนเป็นประเด็นที่พร้อมสำหรับการสำรวจเชิงวิชาการ

5.3. ผลกระทบต่อนโยบายและแนวปฏิบัติ

การทำความเข้าใจผลกระทบของแนวโน้มร่วมสมัยในการจัดการภาครัฐและเอกชนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการแจ้งการพัฒนานโยบายและแนวปฏิบัติขององค์กร สำหรับผู้กำหนดนโยบาย ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของโลกาภิวัตน์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนสามารถเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ (Barney, 2001; Freeman, 1984) ในทางปฏิบัติ องค์กรต่าง ๆ สามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อปรับกลยุทธ์

เพิ่มขีดความสามารถในการเป็นผู้นำ และส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมและความรับผิดชอบต่อ (Moon, 2002; Elkington, 1998) การเชื่อมช่องว่างระหว่างการวิจัยและการปฏิบัติถือเป็นสิ่งสำคัญในการรับรองว่าองค์กรต่าง ๆ ยังคงตอบสนองต่อความท้าทายและโอกาสที่เปลี่ยนแปลงไปในภูมิทัศน์การบริหารจัดการในปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย

การเปรียบเทียบการจัดการภาครัฐและเอกชนเผยให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนในวัตถุประสงค์ขององค์กร กระบวนการตัดสินใจ และกลไกความรับผิดชอบต่อ การจัดการภาครัฐมักถูกขับเคลื่อนโดยคำสั่งที่จะให้บริการเพื่อประโยชน์สาธารณะและบรรลุเป้าหมายทางสังคม ในขณะที่การจัดการภาคเอกชนให้ความสำคัญกับความสามารถในการทำกำไรและมูลค่าของผู้ถือหุ้น (Moe, 2020) ความแตกต่างเหล่านี้ส่งผลให้เกิดแนวทางการจัดสรรทรัพยากร การบริหารความเสี่ยง และการประเมินประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น องค์กรภาครัฐมักเผชิญกับอุปสรรคของระบบราชการและข้อจำกัดทางการเมือง ซึ่งอาจขัดขวางความคล่องตัวและนวัตกรรมเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรภาคเอกชน (Liddle & Currie, 2019) ในทางกลับกัน องค์กรภาคเอกชนดำเนินงานภายในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งการปรับตัวและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง

ทั้งสองภาคส่วนต้องเผชิญกับความท้าทายมากมายในแนวทางการบริหารจัดการ การจัดการภาครัฐเกี่ยวข้องกับการใช้กรอบการกำกับดูแลที่ซับซ้อน การสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียที่แข่งขันกัน และการรับรองความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อกระบวนการตัดสินใจ (Gupta & Gupta, 2019) ในทางกลับกัน ฝ่ายบริหารภาคเอกชนต้องต่อสู้กับปัญหาต่าง ๆ เช่น ความผันผวนของตลาด เทคโนโลยีที่พลิกผัน และความจำเป็นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อก้าวหน้าคู่แข่ง (Bettis et al., 2020) นอกจากนี้ โลกาภิวัตน์ยังทำให้การแข่งขันรุนแรงขึ้น และองค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนใหม่ ๆ ซึ่งทำให้ความพยายามด้านการจัดการในทั้งสองภาคส่วนมีความซับซ้อนมากขึ้น (Meyer et al., 2021)

ด้วยความตระหนักถึงการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างภาครัฐและเอกชน การทำงานร่วมกันระหว่างโดเมนการจัดการทั้งสองจึงกลายเป็นความจำเป็นเชิงกลยุทธ์ การทำงานร่วมกันช่วยให้สามารถรวบรวมทรัพยากร ความเชี่ยวชาญ และเครือข่ายเพื่อจัดการกับความท้าทายทางสังคมที่ซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Ansell & Gash, 2008) ตัวอย่างเช่น ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (PPP) มีบทบาทสำคัญในการส่งมอบโครงการโครงสร้างพื้นฐาน การบริการด้านการดูแลสุขภาพ และการริเริ่มในการตอบสนองต่อภัยพิบัติ (Savas, 2000) ด้วยการใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของแต่ละภาคส่วน การทำงานร่วมกันสามารถปรับปรุงการให้บริการ ส่งเสริมนวัตกรรม และบรรลุผลกระทบทางสังคมที่มากขึ้น (Bryson et al., 2018)

แนวโน้มร่วมสมัยในการจัดการองค์กรกำลังปรับแนวทางปฏิบัติและลำดับความสำคัญของหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน การถือกำเนิดของเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ กำลังปฏิวัติวิธีการดำเนินงานขององค์กร การโต้ตอบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการตัดสินใจ (Westerman et al., 2019) การจัดเตรียมการทำงานทางไกลซึ่งเร่งตัวขึ้นจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 กำลังเปลี่ยนแปลงแนวคิดดั้งเดิมเกี่ยวกับวัฒนธรรมในที่ทำงานและประสิทธิภาพการทำงาน (Bartik et al., 2020) นอกจากนี้ ยังมีการเน้นที่เพิ่มมากขึ้นในเรื่องความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยได้แรงบันดาลใจจากการเพิ่มความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและความไม่เท่าเทียมทางสังคม (Russo & Tencati, 2020) องค์กรที่ไม่สามารถปรับตัวเข้ากับแนวโน้มเหล่านี้ได้อาจเสี่ยงที่จะล่าช้าและสูญเสียความเกี่ยวข้องในภูมิทัศน์ระดับโลกที่มีพลวัตและเชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น

อย่างไรก็ตามเมื่อมองไปข้างหน้า วาระการวิจัยในอนาคตในด้านการจัดการภาครัฐและเอกชน ควรมุ่งเน้นไปที่การจัดการกับความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่ในสภาพแวดล้อมที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ประเด็นสำคัญที่ต้องสงสัย ได้แก่ การพัฒนารูปแบบการกำกับดูแลเชิงนวัตกรรมที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันและความรับผิดชอบต่อทั้งภาคส่วน ผลกระทบของเทคโนโลยีก่อความตึงเครียดต่อโครงสร้างและแนวทางปฏิบัติขององค์กร และกลยุทธ์ในการส่งเสริมความยืดหยุ่นและความยั่งยืนเมื่อเผชิญกับความไม่แน่นอนระดับโลก (George et al., 2021) ด้วยการพัฒนาความรู้ในด้านเหล่านี้ นักวิจัยสามารถแจ้งนโยบายและแนวปฏิบัติที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความชอบธรรมของการจัดการภาครัฐและเอกชน ในศตวรรษที่ 21

สรุปผลการวิจัย

ความสำคัญของการศึกษาการจัดการภาครัฐและเอกชนยังคงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในขณะนี้ที่องค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับความท้าทายและโอกาสที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน อิทธิพลซึ่งกันและกันที่ซับซ้อนระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เหล่านี้จะกำหนดคุณภาพของการบริหารจัดการ ประสิทธิภาพขององค์กร และผลลัพธ์ทางสังคม ความเข้าใจอย่างละเอียดถี่ถ้วนเกี่ยวกับบริบททางประวัติศาสตร์ หลักการ และแนวโน้มร่วมสมัยถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้นำ ผู้กำหนดนโยบาย และนักวิชาการ ด้วยการยอมรับคุณสมบัติที่แตกต่างและความเป็นไปได้ในการทำงานร่วมกันที่มีอยู่ในการจัดการภาครัฐและเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถปลูกฝังกลยุทธ์การปรับตัวส่งเสริมนวัตกรรม และมีส่วนร่วมในความก้าวหน้าของการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบต่อ

บทความนี้ได้วิเคราะห์พลวัตที่ซับซ้อนของการจัดการภาครัฐและเอกชน โดยนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาในอดีต หลักการสำคัญ ความแตกต่าง และความท้าทายร่วมสมัย การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบเน้นย้ำถึงลักษณะการพัฒนาของการบริหารจัดการ โดยเน้นความจำเป็นในการทำความเข้าใจคุณลักษณะเฉพาะของทั้งสองภาคส่วน สำรวจโอกาสในการทำงานร่วมกัน แบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด และ

การบูรณาการโมเดลการบริหารจัดการเพื่อเป็นกลยุทธ์ในการนำทางความซับซ้อนของภูมิทัศน์องค์กรสมัยใหม่ นอกจากนี้ การอภิปรายยังเจาะลึกประเด็นใหม่ ๆ ประเด็นที่อาจเป็นไปได้สำหรับการวิจัยเพิ่มเติม และนัยสำหรับนโยบายและแนวปฏิบัติ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องของความเข้าใจแบบองค์รวมของการจัดการภาครัฐและเอกชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษาที่พบว่าภาคเอกชนมักจะเน้นที่ประสิทธิภาพและความสามารถในการทำกำไร แต่ภาครัฐก็ให้ความสำคัญกับการให้บริการเพื่อประโยชน์สาธารณะมากกว่า และรับประกันความรับผิดชอบ การศึกษายังระบุถึงความท้าทายทั่วไปที่ทั้งสองภาคส่วนต้องเผชิญ เช่น ข้อจำกัดของระบบราชการในภาครัฐ และแรงกดดันในการรักษาความสามารถในการแข่งขันในภาคเอกชน

ดังนั้นจากผลการศึกษาดังกล่าวผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่าความร่วมมือขององค์กร และความร่วมมือระหว่างผู้บริหารภาครัฐและเอกชนมีความสำคัญมากขึ้น ด้วยการตระหนักถึงจุดแข็งของแต่ละภาคส่วนและการทำงานร่วมกัน องค์กรต่าง ๆ จึงสามารถจัดการกับความท้าทายที่มีร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และใช้ประโยชน์จากข้อดีของทั้งสองแนวทาง นี่หมายความว่าแนวทางการจัดการในอนาคตควรพิจารณาวิธีการอำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อปรับปรุงการกำกับดูแลองค์กรโดยรวม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยเชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจว่าพลวัตระหว่างการจัดการภาครัฐและเอกชนมีการพัฒนาอย่างไรเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์ว่าแนวโน้มการจัดการองค์กรสมัยใหม่ เช่น การทำงานระยะไกลและความคิดริเริ่มด้านความยั่งยืน มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลองค์กรในทั้งสองภาคส่วนอย่างไร ด้วยการดำเนินการศึกษาดังกล่าว นักวิจัยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกในการพัฒนากลไกและกลยุทธ์การรับมือที่มีประสิทธิภาพเพื่อสำรวจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

รายการอ้างอิง

- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543-571.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bartik, A. W., Bertrand, M., Lin, F., Rothstein, J., & Unrath, M. (2020). *Measuring the labor market at the onset of the COVID-19 crisis*. National Bureau of Economic Research.

- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. Sage Publications.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational leadership*. Psychology Press.
- Bettis, R. A., Gambardella, A., Helfat, C. E., & Mitchell, W. (2020). Quantitative empirical analysis in strategic management. *Strategic Management Journal*, 41(3), 371-394.
- Bovens, M. (2007). Analyzing and assessing accountability: A conceptual framework. *European Law Journal*, 13(4), 447-468.
- Boyne, G. A. (2002). Public and private management: What's the difference? *Journal of Management Studies*, 39(1), 97-122. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00284>
- Bozeman, B., & Sarewitz, D. (2012). Public value mapping and science policy evaluation. *Minerva*, 50(1), 1-23.
- Bozeman, B., & Straussman, J. D. (1990). Public management strategies: Guidelines for structural design. *Public Administration Review*, 50(5), 581-590.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second Machine Age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Bloomberg, L. (2014). Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management. *Public Administration Review*, 74(4), 445-456.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Bloomberg, L. (2018). Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management. *Public Administration Review*, 78(4), 475-486.
- Chandler, A. D. (1990). *Scale and scope: The dynamics of industrial capitalism*. Harvard University Press.
- Christensen, C. M., & Overdorf, M. (2000). Meeting the challenge of disruptive change. *Harvard Business Review*, 78(2), 66-77.
- Christensen, C. M., & Raynor, M. E. (2003). *The innovator's solution: Creating and sustaining successful growth*. Harvard Business Review Press.
- Christensen, T. (2002). The politics of expertise: Competence, governance, and citizenship. *Political Studies*, 50(2), 279-297.
- Denhardt, R. B., & Denhardt, J. V. (2015). *The new public service: Serving, not steering*. Routledge.

- Drucker, P.F. (1994). The theory of the business. *Harvard Business Review*, 72(5), 95-104.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37-51.
- Ferlie, E., Ashburner, L., Fitzgerald, L., & Pettigrew, A. (2005). *The new public management in action*. Oxford University Press.
- Frederickson, H. G. (2010). *The public administration theory primer*. Westview Press.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of a business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 13, 32-33.
- Friman, M. (2017). Public-private partnerships in health care. *Health Economics, Policy and Law*, 12(1), 109-133.
- George, G., Haas, M. R., & Pentland, A. (2021). Big data and management. *Academy of Management Journal*, 64(4), 899-924.
- Gibbs, R. (2018). Why transparency matters: A review of research on the value of transparency in organizations. *Organization Science*, 29(3), 521-539.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition*. John Wiley & Sons.
- Gupta, J., & Gupta, A. (2019). *Public administration: Challenges and opportunities*. Sage Publications.
- Hodge, G. A., & Greve, C. (2007). Public-private partnerships: An international performance review. *Public Administration Review*, 67(3), 545-558.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons?. *Public Administration*, 69(1), 3-19.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>

- Huselid, M. A., Jackson, S. E., & Schuler, R. S. (1997). Technical and strategic human resource management effectiveness as determinants of firm performance. *Academy of Management Journal*, 40(1), 171-188.
- Ingraham, P. W., & Donahue, A. K. (1997). Policymaking for accountability: A review of theories and an exploration of mechanisms. *Public Administration and Management: An Interactive Journal*, 2(4), 359-402.
- Jensen, M. C. (2001). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of Applied Corporate Finance*, 14(3), 8-21.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Kotter, J. P. (2012). *Leading change*. Harvard Business Review Press.
- Liddle, J., & Currie, G. (2019). *Public management and administration: An introduction*. Routledge.
- Lynn, L. E. (2008). *Public management: Old and new*. Routledge.
- Margetts, H., & Dorobantu, C. (2019). The challenges and opportunities of digital inequality. *Policy & Internet*, 11(2), 200-220.
- Mayer-Schönberger, V., & Ramge, T. (2019). *Reinventing capitalism in the age of big data*. Hachette UK.
- Meyer, J. W., Boli, J., Thomas, G. M., & Ramirez, F. O. (2021). World society and the nation-state. *American Journal of Sociology*, 103(1), 144-181.
- Mintzberg, H. (1989). *Mintzberg on management: Inside our strange world of organizations*. Free Press.
- Moe, T. M. (2020). *The politics of bureaucratic structure*. Routledge.
- Moon, M. J. (2002). The evolution of e-government among municipalities: Rhetoric or reality?. *Public Administration Review*, 62(4), 424-433.
- Moore, M. H. (1995). *Creating public value: Strategic management in government*. Harvard University Press.
- Moynihan, D. P. (2008). *The dynamics of performance management: Constructing information and reform*. Georgetown University Press.
- Moynihan, D. P., & Pandey, S. K. (2005). The role of organizations in fostering public service motivation. *Public Administration Review*, 65(5), 564-571.

- Ohmae, K. (1990). *The borderless world: Power and strategy in the interlinked economy*. Harper Business.
- Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). *Reinventing government: How the entrepreneurial spirit is transforming the public sector*. Addison-Wesley.
- Osborne, S. P., & McLaughlin, K. (2016). New public governance, the third sector, and co-production. *Public Administration Review*, 76(4), 550-559.
- O'Toole, L. J., & Meier, K. J. (2011). Public management in intergovernmental networks: Matching structural networks and managerial networking. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 21(3), 477-501.
- Peters, B. G. (2010). The two traditions of public administration in comparative perspective. *Governance*, 23(3), 377-380.
- Pollitt, C. (2003). *The essential public manager*. Open University Press.
- Pollitt, C., & Bouckaert, G. (2017). *Public management reform: A comparative analysis—new public management, governance, and the Neo-Weberian state*. Oxford University Press.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Rainey, H. G. (2003). *Understanding and managing public organizations*. John Wiley & Sons.
- Rainey, H. G. (2014). *Understanding and managing public organizations*. John Wiley & Sons.
- Romzek, B. S., & Dubnick, M. J. (1987). Accountability in the public sector: Lessons from the Challenger tragedy. *Public Administration Review*, 47(3), 227-238.
- Russo, A., & Tencati, A. (2020). CSR communication in the post-COVID-19 tourism industry: An analysis of the strategies adopted by Forbes' top multinational corporations. *Sustainability*, 12(15), 6257.
- Savas, E. S. (2000). *Privatization and public-private partnerships*. Chatham House Publishers.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Doubleday.

- Stewart, J. (2018). *Public Management in Global Perspective*. Routledge.
- Stillman, R. J. (2009). *Public administration: Concepts and cases*. Cengage Learning.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2019). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.

องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน

The Confirmatory Factor Analysis of Spa Health Tourists' Loyalty in
Andaman Province

วาริพร หอยมณี^{1*}

Wareeporn Hoymanee^{1*}

วันที่รับบทความ : 20 พฤษภาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ : 30 มิถุนายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ : 23 กรกฎาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ การตลาดเชิงประสบการณ์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความภักดีของนักท่องเที่ยว เก็บข้อมูลจากผู้มาใช้บริการในโรงแรมประเภทรีสอร์ท และสปา ซึ่งเป็นชาวต่างชาติ ได้แก่ รัสเซีย ออสเตรเลีย เยอรมัน และสหราชอาณาจักรเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นชาวยุโรปและเคยมาใช้บริการสปาภายในโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน การสุ่มตัวอย่างในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวประเภทสปาในโรงแรมและรีสอร์ท เขตพื้นที่อันดามันคัดเลือกเฉพาะโรงแรมและรีสอร์ทในระดับ 4 ดาวเป็นต้นไป ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 64 แห่ง กำหนดจำนวนโรงแรมที่เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาร้อยละ 50 ของจำนวนแหล่งโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมด ได้จำนวนเท่ากับ 32 แห่ง ในการเลือกจำนวนโรงแรมและรีสอร์ทแต่ละจังหวัดใช้วิธีการการสุ่มแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน โดยจังหวัดกระบี่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงแรมและรีสอร์ท จำนวน 9 แห่ง จังหวัดพังงา 2 แห่ง และจังหวัดภูเก็ต 21 แห่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จับฉลากรายชื่อโรงแรมและรีสอร์ทแต่ละจังหวัดให้ได้จำนวนตามที่กำหนด การเก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละโรงแรมและรีสอร์ท ใช้การเก็บข้อมูลในสัดส่วนที่เท่ากัน ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโรงแรมและรีสอร์ทละ 6-7 ตัวอย่าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ให้บริการจากการใช้บริการของสปาเสร็จสิ้นแล้ว

ผลการวิเคราะห์และตรวจสอบองค์ประกอบเชิงยืนยันของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน พบว่าโมเดลการวัดตัวแปรความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹Assistant Professor Dr., Philosophy Program in Business Administration, Hatyai Business School, Hat Yai University

*Corresponding author. E-mail: wareeporn@hu.ac.th

ประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน อันได้แก่ ตัวแปรด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ การตลาดเชิงประสบการณ์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนประกอบด้วย ค่าไคสแควร์/df มีค่าเท่ากับ 2.33 (291.21/125) $p < .001$ ค่า RMSEA เท่ากับ 0.07 NNFI เท่ากับ 0.93 CFI เท่ากับ 0.90 และ SRMR เท่ากับ 0.06

คำสำคัญ : องค์ประกอบเชิงยืนยัน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความภักดีของนักท่องเที่ยว

Abstract

The purpose of this research is to examine the fit of the measurement model of factorial structure for spa health tourists' loyalty. Data is collected from visitors of hotels, resorts and spas, which include foreigners from Russia, Australia, Germany, and the United Kingdom. Based on survey data gathered from 200 samples, the study was conducted. Foreign tourists, or European visitors who have used indoor spa services in hotels and resorts in rural districts, made up the sample group used in this study. For every kind of tourist, spa, hotel, and resort location, a random sample is provided. only four-level hotels and resorts were chosen. There are sixty-four places in all. A threshold of 50% of the total number of hotels and resorts was used to select the number of hotels for data collection, resulting in 32 locations. Proportional stratified random sampling was employed in each province to choose the hotels and resorts. There were nine hotels and resorts in the province of Krabi; two in the province of Phang Nga; and twenty-one in the province of Phuket. The researcher randomly drew the names of hotels and resorts in each province to meet the specified numbers. Every hotel and resort provided six to seven samples, and data collection was divided equally among all of the establishments. The data gathering only included foreign guests who had completed their spa treatments.

The results of the confirmatory factor analysis of loyalty among spa health tourists in the Andaman region provinces showed that the measurement model for loyalty variables of spa health tourists in the Andaman region provinces, including tourist satisfaction, perceived values, marketing experience, tourist incentives were consistent with empirical data. This consistency is evidenced by the following goodness-of-fit indices: the chi-square goodness-of-fit test, $\chi^2/df = 2.33$, $p < .001$, RMSEA = 0.07; NNFI = 0.93; CFI = 0.90; and SRMR = 0.06.

Keywords: Confirmatory factor, Health tourism, Tourists' Loyalty

บทนำ

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จากนโยบายของรัฐบาลได้มีการส่งเสริมและกระตุ้นให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งเครื่องยนต์สำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจการเงินภาคใต้ ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวพบว่าภาคใต้เป็นภาคที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้สูงโดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันในระหว่างเดือนมกราคม ถึง ธันวาคม 2566 ในพื้นที่จังหวัด กระบี่ พังงา ตรัง ภูเก็ต สตูล รวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 421,834.22 ล้านบาท ซึ่งรายได้จากจำนวนนี้เป็นรายได้จากการท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต 365,826.52 ล้านบาท กระบี่ 30,286.78 ล้านบาท พังงา 23,883.99 ล้านบาท ตรัง 388.85 ล้านบาท และระนอง 260.03 ล้านบาท สตูล 1,188.05 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) จากข้อมูลจะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัด กระบี่ พังงา และภูเก็ต มีรายได้ที่สูงที่สุด สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดดังกล่าวในอัตราที่สูงเป็นเพราะกลุ่มจังหวัดเหล่านี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีโครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างครบครัน นอกจากนี้ข้อมูลตามแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง) พ.ศ. 2566-2570 ได้มีการกำหนดบทบาทในการพัฒนาเพื่อเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำ (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน, 2566)

ทั้งนี้ประเทศไทยได้วางเป้าหมายจะเป็น Spa Capital of Asia ซึ่งการให้บริการสปา จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเป้าหมายที่จะเป็น Spa Capital of Asia ประกอบด้วยพื้นที่กรุงเทพฯ เชียงใหม่ หัวหิน เกาะสมุย และภูเก็ต เป็นจุดหมายปลายทางของการให้บริการสปาและการส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการด้วยอัตลักษณ์ของสปาไทยที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) การดำเนินธุรกิจสปาของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2563 ผู้ประกอบการธุรกิจสปาไทยมีรายได้จากการประกอบการที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพเชิงสุขภาพ ธุรกิจด้านความงามและการชะลอวัย ธุรกิจสปา มีอัตราเติบโตสูงสุดในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ, 2563) จากการเติบโตของธุรกิจสปาของไทยในปี พ.ศ. 2563 สปาจึงถือเป็นธุรกิจที่มีโอกาสสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ เป็นธุรกิจที่น่าลงทุน ทั้งนี้ธุรกิจสปามีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดที่เป็นหัวเมืองแห่งการท่องเที่ยวซึ่งมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัจจุบันมีสปาไทยจำนวนมากที่ได้รับมาตรฐานการบริการและมีชื่อเสียงในระดับสากล เช่น Samsara Wellness ในกรุงเทพฯ The Ayurvedic Center ที่เชียงใหม่ Chivasom และ Aleenta ที่หัวหิน และ Sukko Spa ที่ภูเก็ต นอกจากนี้ข้อมูลของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ผลวิจัยทางธุรกิจเกี่ยวกับแนวโน้ม 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งในปี 2566 พบว่า ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงามเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่องด้วยอยู่ในกระแสความต้องการ

ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งธุรกิจบริการทางการแพทย์รวมไปถึงธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ธุรกิจร้านสปา อย่างไรก็ตามแม้ว่าสถานประกอบการให้บริการนวดสปาภายในประเทศไทยจะมีความโดดเด่นและอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ในโลกแห่งการแข่งขันของภาคธุรกิจ เมื่อธุรกิจใดมีการเติบโตและมีโอกาสขยายตัวย่อมจะมีผู้ที่เข้ามาสู่เวทีการแข่งขันได้ตลอดเวลา ซึ่งธุรกิจนวดสปาก็มีคู่แข่งเกิดขึ้น โดยคู่แข่งที่สำคัญเป็นผู้ประกอบการให้บริการสปาในประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง เช่น สิงคโปร์ อินโดนีเซีย บรูไน มาเลเซีย และลาว เป็นต้น ซึ่งหากผู้ประกอบการธุรกิจสปาของประเทศไทยมีความต้องการที่จะเป็นผู้ได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ใช้บริการ (นักท่องเที่ยว)

จากการที่ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความภักดีของผู้บริโภค และของนักท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมาพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวหรือส่งผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวซ้ำ การแนะนำบอกต่อ มีหลายตัวแปรด้วยกัน เช่น Myung et al. (2011) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางบวกกับความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้นเนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจะเกิดทัศนคติที่ดี มีความประทับใจและจะนำสิ่งที่ตนเองได้รับและประทับใจไปแนะนำบอกต่อแก่บุคคลที่สามซึ่งอาจเป็นเพื่อน หรือครอบครัวเพื่อให้มาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนั้นต่อไปในอนาคต ในส่วนของ Martina and Irene (2006) ได้อธิบายว่า การที่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวโดยทำการเปรียบเทียบกับสิ่งที่สูญเสียไปกับสิ่งที่ได้รับกลับมาหากรู้สึกว่าคุณค่ากับเวลา เงิน ที่สูญเสียไปก็ย่อมส่งผลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ได้เช่นกัน นอกจากนี้ Dick and Basu (1994) อธิบายว่าแรงจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยวต้นทางเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการกลับมาใช้บริการซ้ำได้ในอนาคต หากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม มีการให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจ ย่อมเป็นสิ่งจูงใจที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับไปเที่ยวซ้ำ ด้วยข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม เหล่านี้ผู้วิจัยจึงได้ข้อสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ และปัจจัยด้านความพึงพอใจในการใช้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว นอกเหนือจากนี้จากที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมด้านความภักดีในการใช้บริการจากหน่วยธุรกิจประเภทอื่น ๆ พบว่ามีตัวแปรด้านการตลาดเชิงประสบการณ์ ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในด้านการสร้างความจดจำ สร้างความประทับใจในการใช้บริการ ก่อให้เกิดความพึงพอใจและส่งผลต่อความภักดี สอดคล้องกับ Schmitt (2003) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างการตลาดเชิงประสบการณ์ให้ลูกค้า สามารถสร้างได้โดยประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากประสาทสัมผัสต่าง ๆ อาจสร้างประสบการณ์ผ่านสายตา เช่น การออกแบบที่พัก ห้องอาหาร ห้องน้ำ บรรยากาศ โดยรอบให้รู้สึกผ่อนคลายเหมือนอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เมื่อลูกค้าได้ใช้ได้สัมผัสก่อให้เกิดความประทับใจ เกิดการจดจำ มีความพึงพอใจ และนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการอีกครั้งในอนาคต

ในการศึกษาความภักดีของนักท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมาผู้วิจัยพบว่า ยังมีช่องว่าง (Gap) ในการศึกษาบางประเด็น กล่าวคือ การศึกษาตัวแบบความภักดีของนักวิจัย นักวิชาการโดยส่วนใหญ่ ประกอบด้วยตัวแปร

ต่าง ๆ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพของการบริการ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว การจัดการความขัดแย้ง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรด้านการตลาดเชิงประสบการณ์ที่มีการนำมาใช้เป็นตัวทำนายความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปา พบว่ามีการนำมาใช้บ้างเพียงเล็กน้อยในบางประเด็น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรด้านการตลาดเชิงประสบการณ์มาเป็นตัวแปรเพื่อทำนายความภักดีของนักท่องเที่ยวอีกตัวแปรหนึ่ง เนื่องจากพิจารณาเห็นว่า กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปากำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก อีกทั้งประเทศไทยมีแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการประสงค์ที่จะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชีย นอกจากนี้ในพื้นที่จังหวัดเขตอันดามันเป็นพื้นที่ซึ่งมีความพร้อมทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีโรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการสปาในระดับได้มาตรฐานจำนวนมากที่รองรับและพร้อมให้บริการกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อเป็นการพิสูจน์ว่าตัวแปรด้านการตลาดเชิงประสบการณ์อาจเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวได้ ผู้วิจัยจึงได้นำเอาตัวแปรด้านการตลาดเชิงประสบการณ์มาใช้เป็นตัวทำนายความภักดีของนักท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่ชัดเจนสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลทางวิชาการได้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาว่า ตัวแบบความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาในเขตพื้นที่อันดามัน จะประกอบไปด้วยปัจจัยใดบ้าง เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคตได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ การตลาดเชิงประสบการณ์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความภักดีของนักท่องเที่ยว

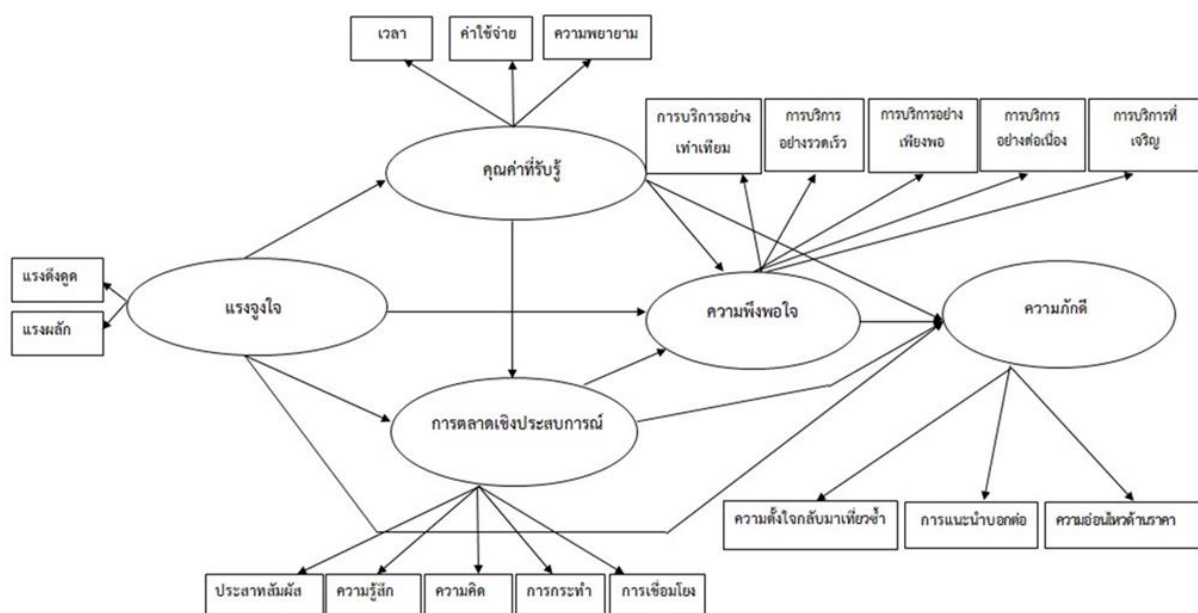
การทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้จากการทบทวนอย่างเป็นระบบ โดยการสังเคราะห์จากหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาในเขตพื้นที่อันดามัน โดยผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมา พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเกิดความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้และมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ (Myung et al., 2011) ทั้งนี้ Mai and Nguyen (2017) ได้อธิบายไว้ว่าคุณค่าที่รับรู้เป็นสิ่งสำคัญเพราะคุณค่าที่นักท่องเที่ยวรับรู้จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและจะมีผลก่อให้เกิดความภักดี นอกจากนี้ สุรสิทธิ์ อุดมธนวนศ์ (2562) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจมีอิทธิพลทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ และกลับมาเที่ยวซ้ำพร้อมบอกต่อเนื่องจากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้จากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อน หนีความ

จำเจในชีวิตประจำวัน เมื่อมาพบเจอบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวตรงตามที่ต้องการอีกทั้งในบางครั้งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ อาจมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต จากการทบทวนเอกสารดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2) คุณค่าที่รับรู้ 3) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว นอกเหนือจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความภักดีในการใช้บริการจากหน่วยธุรกิจประเภทอื่น ๆ ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดเชิงประสบการณ์ที่มีความน่าสนใจและเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในด้านการสร้างความจดจำ สร้างความประทับใจในการใช้บริการ ก่อให้เกิดความพึงพอใจและส่งผลต่อความภักดีได้เช่นกัน (Schmitt & Rogers, 2008) ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ดังแสดงไว้ในภาพที่ 1

กรอบแนวคิดวิจัย

การวิจัยเรื่ององค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประกอบไปด้วยการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ในปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรทั้งหมด 5 ตัวแปร คือ 1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2) คุณค่าที่รับรู้ 3) การตลาดเชิงประสบการณ์ 4) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และ 5) ความภักดีของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เทคนิคในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยัน ตัวแปรของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยเป็นชาวยุโรปและเป็นผู้เคยมาใช้บริการสปาภายในโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นชาวต่างชาติ ได้แก่ รัสเซีย ออสเตรเลีย เยอรมัน และสหราชอาณาจักร หากแต่ในการดำเนินธุรกิจสปาในพื้นที่ดังกล่าวไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนของผู้ใช้บริการไว้ทั้งหมด ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงทำให้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

โดยที่กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงจากความเพียงพอของการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่ง Hair et al. (2010) ได้กล่าวว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) มีขนาด 200-300 ตัวอย่าง เนื่องจากถ้าขนาดของจำนวนตัวอย่างน้อยเกินไปจะไม่เพียงพอในการวิเคราะห์สมการเชิงเส้น (SEM) สอดคล้องกับ Kline (2011) ได้กล่าวว่าจำนวนขนาดตัวอย่าง 200 ตัวอย่างขึ้นไปสามารถใช้ในวิเคราะห์ SEM ได้เช่นกัน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซึ่งเป็นชาวยุโรปและเคยมาใช้บริการสปาภายในโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน (จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่) ตามรายชื่อโรงแรมที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนการสุ่มตัวอย่างในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวประเภทสปาในโรงแรมและรีสอร์ท เขตพื้นที่อันดามัน อ้างอิงฐานข้อมูลจากเว็บไซต์ hotelsthailand.com คัดเลือกเฉพาะโรงแรมและรีสอร์ทในระดับ 4 ดาวเป็นต้นไป ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 64 แห่ง กำหนดจำนวนโรงแรมที่เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาร้อยละ 50 ของจำนวนแหล่งโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมด ได้จำนวนเท่ากับ 32 แห่ง ในการเลือกจำนวนโรงแรมและรีสอร์ทแต่ละจังหวัดใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (Proportional stratified random sampling) โดยจังหวัดกระบี่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงแรมและรีสอร์ท จำนวน 9 แห่ง จังหวัดพังงา 2 แห่ง และจังหวัดภูเก็ต 21 แห่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จับฉลากรายชื่อโรงแรมและรีสอร์ทแต่ละจังหวัดให้ได้จำนวนตามที่กำหนด การเก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละโรงแรมและรีสอร์ทใช้การเก็บข้อมูลในสัดส่วนที่เท่ากัน ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโรงแรมและรีสอร์ทละ 6-7 ตัวอย่าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้รับบริการจากการใช้บริการของสปาเสร็จสิ้นแล้ว รายละเอียดจำนวนโรงแรมที่เข้าเก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนโรงแรมที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละจังหวัด

จังหวัด	จำนวนโรงแรมและ รีสอร์ทที่มีสเปากระดับตั้งแต่ 4 ดาว เป็นต้นไป (แห่ง)	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณ (จำนวนโรงแรมและรีสอร์ท) (แห่ง)	จำนวนตัวอย่าง ที่เก็บในแต่ละจังหวัด (คน)
กระบี่	19	(19x32/64) เท่ากับ 9	57
พังงา	5	(5x32/64) เท่ากับ 2	14
ภูเก็ต	40	(40x32/64) เท่ากับ 21	129
รวม	64	32	200

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้พัฒนาจากการทบทวนเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นแบบวัดชนิด 5 ระดับ ตั้งแต่ 5 คือ ระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด จนถึง 1 คือ ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด ประกอบด้วยองค์ประกอบจำนวน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความภักดีของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย 3 ตัวชี้วัด มีข้อคำถาม 9 ข้อ 2) ความพึงพอใจ ประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย 5 ตัวชี้วัด มีข้อคำถาม 18 ข้อ 3) การตลาดเชิงประสบการณ์ ประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย 5 ตัวชี้วัด มีข้อคำถาม 18 ข้อ 4) คุณค่าที่รับรู้ ประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย 3 ตัวชี้วัด มีข้อคำถาม 9 ข้อ และ 5) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย 2 ตัวชี้วัด มีข้อคำถาม 8 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้ ด้านการวัดความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ใช้วิธีการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความตรงทั่วไป (Face validity) ของแบบสอบถามกับความครอบคลุมของคำถามเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์การวิจัยโดยใช้เกณฑ์ยอมรับข้อคำถามนั้น ๆ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์มีความเหมาะสมสำหรับการวิจัยได้ โดยกำหนดค่า IOC (Index of item objective congruence) มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (สุวิมล ติรภานนท์, 2551) การตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงในการวัดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในการวิจัยครั้งนี้ปรากฏว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.801- 0.898

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยทำการติดต่อประสานงานไปยังโรงแรมในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการแนะนำตนเอง แจ้งวัตถุประสงค์และลักษณะขอบเขตของงานวิจัย จากนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยตนเองโดยได้ทำการแนะนำตนเอง แจ้งวัตถุประสงค์ และลักษณะขอบเขตของงานวิจัย ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation) ระหว่างตัวแปรพบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ในตัวแปรแฝงเดียวกันมีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นค่าบวก แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันซึ่งอยู่ในช่วง 0.19 - 0.616 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดมีค่าเท่ากับ 0.616 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงด้านการตลาดเชิงประสบการณ์ ในระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้านการกระทำกับด้านความคิด นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในทุกตัวแปรมีระดับความสัมพันธ์ไม่เกิน 0.70 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความเป็นอิสระต่อกัน (Baggio & Klobas, 2011) และในส่วนของการวิเคราะห์ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ค่าความเบ้ของตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง -0.98 ถึง 0.99 และค่าความโด่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.77 ถึง 1.91 ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยพบว่า อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ เพราะการพิจารณาค่าความเบ้ และความโด่งของตัวแปรนั้น ค่าความเบ้ที่มีค่ามากกว่า 3.00 และค่าความโด่งที่มีค่ามากกว่า 7.00 จะส่งผลให้การประมาณค่าด้วย Maximum Likelihood มีอคติ (West et al., 1995) ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ค่าความเบ้มีค่าน้อยกว่า 3.00 และมีค่าความโด่งน้อยกว่า 7.00 ในทุกตัวแปร แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันได้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน ใช้การวิเคราะห์โดยโปรแกรม Lisrel ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยการใช้การประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood :ML) เพื่อยืนยันโมเดล โดยมีเกณฑ์ในการปรับเส้นทางซึ่งพิจารณาจากค่าดัชนีการปรับแบบจำลอง (Model modification indices) ซึ่งทำควบคู่ไปกับการพิจารณาความเป็นไปได้ในทางทฤษฎี ทั้งนี้ในการศึกษาประสิทธิภาพของโมเดลจากกลุ่มดัชนีความเหมาะสมพอดีของโมเดลกับข้อมูล พิจารณาจากสถิติไคสแควร์ ดัชนี GFI (Goodness of fit index), AGFI (Adjusted goodness of fit index) ดัชนีซึ่งบอกถึงความคลาดเคลื่อนของโมเดล คือ ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (Root mean squared residual: RMR) และความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าของโมเดล (Root mean squared of error approximation: RMSEA)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่าไคสแควร์/df มีค่าเท่ากับ 2.33 (291.21/125) ค่า RMSEA เท่ากับ 0.07 NNFI เท่ากับ 0.93 CFI เท่ากับ 0.90 และ SRMR เท่ากับ 0.06 จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสามารถบ่งบอกได้ว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้พบว่า องค์ประกอบทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.30 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้สามารถใช้

วัดตัวแปรแฝงได้ (Field, 2013) เมื่อวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแปรกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสป่าในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามันพบว่า ค่าดัชนีทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจึงแสดงให้เห็นว่าโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันที่กำหนดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และสามารถให้การยอมรับได้ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เกณฑ์การพิจารณาค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	เกณฑ์	แนวคิดของ	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์
ค่าไครส์แควร์สัมพัทธ์	2.00-5.00	Bollen (1989)	2.33
NNFI	0.90 ขึ้นไป	Kaplan (2000)	0.93
NFI	0.90 ขึ้นไป	Diamantopoulos and Siguaw (2000)	0.91
CFI	0.90 ขึ้นไป	Kaplan (2000)	0.90
RMSEA	0.05 – 0.08	Schumacker & Lomax (2010)	0.07
SRMR	≤ 0.08	Hair et al., 2010; Schumacher and Lomax, 2010	0.06

สำหรับการทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) มีค่าความเชื่อมั่นรวม (CR) ของเครื่องมือวัดแต่ละตัวแปรซึ่งมีข้อกำหนดที่ 0.70 (Fornell & Larcker, 1981) ทั้งนี้ถ้าค่าที่คำนวณได้สูงกว่า 0.70 แสดงว่ามีความเที่ยงสูงส่วนค่าที่อยู่ระหว่าง 0.60 - 0.70 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (Hair et al., 2010) ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผลที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.61-0.71 ส่วนค่าความแปรปรวนของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (Average Variance Extracted: AVE) โดยปกติเกณฑ์อยู่ที่ 0.50 และสามารถยอมรับได้ถ้า AVE มีค่าน้อยกว่า 0.50 ในกรณีที่มีค่า CR มากกว่า 0.60 (Fornell & Larcker, 1981) ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผลที่ได้มีค่า AVE อยู่ระหว่าง 0.30-0.36 รายละเอียดดังตารางที่ 3

ในส่วนของรายละเอียดของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลของความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสป่าในจังหวัดเขตพื้นที่อันดามัน แสดงไว้ในตารางที่ 4 และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงไว้ในภาพที่ 2

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ที่มีต่อตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนัก องค์ประกอบ	CR	AVE
ความภักดี	ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	0.46	0.61	0.33
	การแนะนำบอกต่อ	0.40		
	ความอ่อนไหวต่อราคา	0.79		
ความพึงพอใจ	การให้บริการอย่างเท่าเทียม	0.45	0.64	0.30
	การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา	0.55		
	การให้บริการอย่างเพียงพอ	0.57		
	การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	0.53		
	การให้บริการที่มีความเจริญก้าวหน้า	0.47		
การตลาดเชิงประสบการณ์	ด้านประสาทสัมผัส	0.31	0.71	0.35
	ด้านความรู้สึ	0.34		
	ด้านความคิด	0.71		
	ด้านการกระทำ	0.79		
	ด้านการเชื่อมโยง/ปลุกกระแส	0.65		
คุณค่าที่รับรู้	ความคุ้มค่าด้านค่าใช้จ่าย	0.37	0.61	0.30
	ความคุ้มค่าด้านเวลา	0.79		
	ความคุ้มค่าด้านความพยายาม	0.33		
แรงจูงใจ	แรงจูงใจดึงดูด	0.45	0.61	0.36
	แรงจูงใจผลักดัน	0.72		

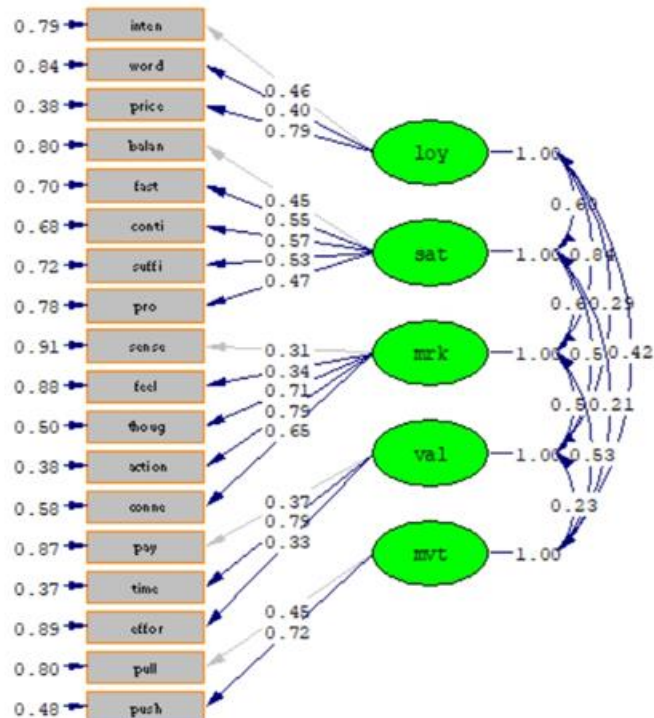
ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรในการศึกษากับความภักดีของนักท่องเที่ยว
(n = 200)

ตัวแปร	inten	word	price	balan	fast	conti	suffi	pro	sense	feel	thoug	action	conne	pay	time	effor	pull	push
inten		.221**	.330**	.123	.212**	.183**	.184**	.248**	.059	.163*	.274**	.285**	.266**	.054	.094	.109	.115	.206**
word			.341**	.264**	.082	.019	.147*	.088	.065	.138*	.153*	.321**	.190**	.054	.196**	.059	.115	.103
price				.423**	.251**	.181**	.141*	.249**	.122	.185**	.498**	.545**	.418**	.066	.172**	.048	.116	.226**
balan					.262**	.202**	.312**	.084	.006	.094	.091	.203**	.163*	.122	.179**	.165*	.136*	.093
fast						.385**	.227**	.193**	.225**	.175**	.281**	.243**	.267**	.161*	.243**	.139*	.237**	.008
conti							.329**	.299**	.148*	.016	.249**	.222**	.344**	.156*	.178**	.100	.094	.013
suffi								.311**	.074	.124	.181**	.216**	.209**	.112	.230**	.079	.040	.001
pro									.098	.090	.229**	.337**	.286**	.169**	.217**	.008	.171**	.165**
sense										.336**	.196**	.204**	.236**	.116	.249**	.144*	.098	.176**
feel											.195**	.176**	.299**	.143*	.249**	.125	.198**	.248**
thoug												.616**	.461**	.072	.223**	.037	.096	.264**
action													.467**	.121	.382**	.104	.166**	.277**
conne														.222**	.285**	.119	.304**	.229**
pay															.284**	.079	.105	.019
time																.277**	.175**	.064
effor																	.229**	.224**
pull																		.320**
push																		

* สหสัมพันธ์มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** สหสัมพันธ์มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** สหสัมพันธ์มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001



Chi-Square = 291.21, df = 125, P-value = 0.00000, RMSEA = 0.074

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อค้นพบที่นำมาอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ดังนี้

1) องค์ประกอบในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.45-0.57 ซึ่งตัวแปรชี้วัดในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอเป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักสูงสุดเท่ากับ 0.57 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรชี้วัดในด้านจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ จำนวนเครื่องมือที่พร้อมสำหรับการให้บริการ และมีที่นั่งเพียงพอรองรับการนั่งรอคิวของนักท่องเที่ยวได้ สามารถใช้เป็นตัวแปรชี้วัดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ผลการวิจัยยังคงพบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านสปาที่มีพนักงาน สถานที่นั่งรอคิว และอุปกรณ์การนวดสปาที่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องเสียเวลารอคอยคิว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเมื่อมาใช้บริการนวดจากร้านสปา และเมื่อร้านสปาสามารถตอบสนองตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้นักท่องเที่ยวย่อมเกิดความพึงพอใจ ดังที่ Oliver (1999) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการประเมินของผู้บริโภคที่พิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จากการใช้สินค้าหรือบริการจริง โดยระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการของผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคและผู้ใช้บริการ ซึ่งความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นตัวที่ใช้พยากรณ์พฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคตของผู้บริโภค นอกจากนี้ Rubio et al. (2017) กล่าวว่า ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการจะมีความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคว่าได้รับการตอบสนองมากหรือน้อยเท่าใด หากได้รับการตอบสนองมากย่อมก่อให้เกิดความภักดี

2) องค์ประกอบในด้านการตลาดเชิงประสบการณ์ เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.31-0.79 ซึ่งตัวแปรชี้วัดในด้านการกระทำ เป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักสูงสุดเท่ากับ 0.79 แสดงให้เห็นว่า การตลาดเชิงประสบการณ์สามารถสร้างความภักดีให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสปาได้ ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการให้บริการ เช่น นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเลือกสมุนไพรหรือน้ำมันนวดชนิดต่าง ๆ ด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวสามารถทดลองหรือเรียนรู้การนวดได้ เป็นต้น การที่ผลวิจัยในครั้งนี้พบว่า การตลาดเชิงประสบการณ์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจากร้านสปาได้รับประสบการณ์ที่ดีโดยตรงจากการเข้าใช้บริการจากร้านสปา และนักท่องเที่ยวมีอิสระในการที่จะเลือกรูปแบบการนวด เลือกสมุนไพร / น้ำมัน ในการนวด และการมีโอกาสในการทดลองนวดด้วยตนเองจึงเกิดการประทับใจและจดจำ ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่ Putri and Astuti (2020) ได้อธิบายว่า การตลาดเชิงประสบการณ์ คือ แนวคิดการตลาดที่มีเป้าหมายในการสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยมุ่งหวังสร้างให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ประทับใจและจดจำผ่านทางสัมผัสอารมณ์และการกระทำ สร้างให้ลูกค้า

รู้สึกประทับใจ เป็นการสร้างประสบการณ์เชิงบวกซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือบริการและจะส่งผลให้เกิดความภักดีต่อบริการในอนาคต

3) องค์ประกอบในด้านคุณค่าที่รับรู้ เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.33-0.79 ซึ่งตัวแปรชีวิตในด้านความคุ้มค่าด้านเวลาเป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักสูงสุดเท่ากับ 0.79 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรชีวิตในด้านความคุ้มค่าด้านเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาเพื่อใช้บริการจากร้านสปา ระยะเวลาที่ใช้ไปในการรอคอยคิว ระยะเวลาที่ใช้สำหรับการนวดมีความคุ้มค่า สามารถใช้เป็นตัวแปรชีวิตเพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกคุณค่าและคุณค่าที่รู้ได้ให้กับนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าองค์ประกอบในด้านคุณค่าที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการใช้บริการนวดสปามีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Slater and Narver (2000) ได้กล่าวไว้ว่า คุณค่าที่รับรู้ จะนำมาซึ่งความสำเร็จหากผู้ขายสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการและทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับ โดยการรับรู้คุณค่าจะต้องมาจากการที่ผู้บริโภคได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่เหมาะสมกับสิ่งที่ผู้บริโภคสูญเสียไปทั้งในรูปแบบของตัวเงิน หรือเวลาที่สูญเสียไป และหากว่าเมื่อใดก็ตามที่ผู้บริโภครู้สึกยินดีในการซื้อหรือการบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นเนื่องจากเห็นว่าสิ่งที่ตนเองได้รับมาคุ้มค่าก็จะแสดงพฤติกรรมออกมาเป็นความชื่นชอบ พร้อมทั้งจะให้การอุปถัมภ์ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป โดยจะไม่เปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการตัวอื่นถึงแม้จะมีปัจจัยทางการตลาดอื่น ๆ มากระตุ้นเพื่อจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงก็ตาม ซึ่งนั่นหมายความว่า ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อสินค้าหรือบริการนั่นเอง

4) องค์ประกอบด้านแรงจูงใจ เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.45-0.72 ซึ่งตัวแปรชีวิตในด้านแรงจูงใจหลัก เป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักสูงสุดเท่ากับ 0.72 ซึ่งปัจจัยหลักเป็นปัจจัยจูงใจภายในที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการพักผ่อนและหลีกเลี่ยงความจำเจ การผจญภัยท่องเที่ยวกับครอบครัว พบเพื่อนใหม่ พัฒนาสุขภาพ เรียนรู้สิ่งใหม่ ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ตัวแปรชีวิตในด้านแรงจูงใจหลักที่เกี่ยวข้องกับความต้องการจากภายในที่เป็นแรงขับจากตัวนักท่องเที่ยว เช่น มานวดเพราะต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ลดความเครียด มานวดเพราะอยากเรียนรู้ และเห็นขั้นตอนการนวดสปา สามารถใช้เป็นตัวแปรชีวิตเพื่อเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า องค์ประกอบในด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปา มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวโดยส่งผ่านการตลาดเชิงประสบการณ์ ซึ่งอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดสปา มีความรู้สึกชื่นชอบ ตื่นเต้น และได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่พร้อมทั้งรู้สึกว่าได้เรียนรู้กระบวนการในการนวดสปาในครั้งนั้น เช่น การได้เห็นส่วนผสมของลูกประคบ การรู้จักสมุนไพรไทย ซึ่งเป็นไปตามที่ Zena and Hadisumarto (2012) ได้กล่าวว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเพราะเป็นสิ่งสร้างความสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยวและจะอยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว ในอนาคตจะส่งผลถึงความต้องการกลับมาเยือนหรือมาใช้บริการยังสถานบริการนั้นอีกครั้ง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า สัดส่วนของค่าไคสแควร์ต่อค่าองศาอิสระ (χ^2/df) อยู่ในระดับ 2.33 ซึ่งค่าดัชนีแสดงให้เห็นว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามเกณฑ์ของ Bollen แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ด้วยค่าดัชนีต่าง ๆ พบว่า ค่า RMSEA เท่ากับ 0.07 NNFI เท่ากับ 1.00 ค่า NFI เท่ากับ 0.93 ค่า CFI เท่ากับ 0.90 และ SRMR เท่ากับ 0.06 จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสามารถบ่งบอกได้ว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้พบว่า องค์ประกอบทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.30 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้สามารถใช้วัดตัวแปรแฝงได้ สำหรับการทดสอบความตรงเชิงเหมือน มีค่าความเชื่อมั่นรวม (CR) ของเครื่องมือวัดแต่ละตัวแปร ซึ่งมีข้อกำหนดที่ 0.60 แสดงว่ามีความเที่ยงสูง ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผลที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.61 - 0.71 อยู่ในระดับที่น่าพอใจ ส่วนค่าความแปรปรวนของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (AVE) โดยปกติเกณฑ์อยู่ที่ 0.50 และสามารถยอมรับได้ถ้า AVE มีค่าน้อยกว่า 0.50 ในกรณีที่มีค่า CR มากกว่า 0.60 ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ค่า AVE อยู่ระหว่าง 0.30 - 0.36

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยที่ค้นพบว่าการตลาดเชิงประสบการณ์เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการตลาดเชิงประสบการณ์สามารถสร้างความภักดีให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสปาได้ ดังนั้นผู้ประกอบการให้บริการสปาจึงควรมีการจัดกิจกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์สร้างความจดจำผ่านทางสัมผัสอารมณ์ และการกระทำให้กับผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจยิ่งขึ้น เพิ่มกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การให้นักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการได้มีโอกาสจัดทำลูกประคบสมุนไพรด้วยตนเอง / การทดลองนวดด้วยตนเอง การผสมน้ำเพื่อใช้ในการนวด เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยในครั้งนี้ที่ค้นพบว่าปัจจัยด้านตลาดเชิงประสบการณ์เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด ดังนั้นในการศึกษาต่อไปในอนาคตอาจดำเนินการต่อยอดการศึกษาได้ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ และเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยแบบผสมผสานเพิ่มในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวกับตลาดเชิงประสบการณ์
2. ควรมีการศึกษาโดยนำปัจจัยอื่น ๆ มาทำการทดสอบความสัมพันธ์เพิ่มเติม นอกเหนือจากปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เช่น ปัจจัยด้านความรับผิดชอบของสถานประกอบ

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. <http://www.mots.go.th>.
- กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2561). สถานการณ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. <http://www.osmsouth-w.moi.go.th>.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์. (2562). ธุรกิจสปาไทยติด Top 5 ของเอเชีย. <https://thestandard.co/thai-spa-top-5-asian-spa/>
- สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์. (2562). อิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดภูเก็ต กรณีศึกษา อีเวนต์มาราธอน. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 33(106), 236-250.
- สุวิมล ตีรกานนท์. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Baggio, R., & Klobas, J. E. (2011). *Quantitative Methods in Tourism: A Handbook*. the MPG Books Group.
- Dick, A., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(2), 170-180.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introduction to Lisrel: A guide for the Uninitiated*. SAGE Publications.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using SPSS*. (4th ed.). SAGE.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 34(2), 161-188.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Pearson Prentice Hall, Harper Collins College.
- Kaplan, D. (2000). *Structural Equation Modeling*. Sage Publications.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. (3rd ed.). The Guilford.
- Martina G. G., & Irene, G. S. (2006). Value Dimensions, Perceived Value, Satisfaction. and Loyalty: an Investigation of University Students' Travel Behaviors. *Tourism Management*, 27(1), 437-452.
- Myung J., Namho, B., & Choong-Ki, L. (2011). The Effect of Perceived Trust on Electronic commerce: Shopping Online for Tourism Products and Services in South Korea. *Tourism Management*, 32(11), 256-265.

- Nguyen, T.D, & Mai, T.C.H. (2017). The role of perceived risk on intention to use online banking in Vietnam. *In International Conference on Advances in Computing, Communications and Informatics (ICACCI) Udupi*, pp. 1903-1908. IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICACCI.2017.8126122>
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, 63(1), 33-44.
- Putri, Y. A., Astuti-Tri, S. (2020). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel “X” Semarang. *Journal of Entrepreneurship Education*, 12(2), 1-11.
- Rubio, N., Villasenor, N., & Yague, M. J. (2017). Creation of Consumer Loyalty and Trust in the Retailer Through Store Brands: The Moderating Effect of Choice of Store Brand Name. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34(1), 358-368.
- Schmitt, H. B. (2003). *Customer Experience Management*. John Wiley & Sons.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner’s Guide to Structural Equation Modeling* (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (2000). The Positive Effect of a Market Orientation on Business Profitability: a Balanced Replication. *Journal of Business Research*, 48(1), 69-73.
- West, S. G., Finch, J. F., & Curran, P. J. (1995). *Structural Equation Model with Non- Normal Variables: Problem and Remedies. Structural Equation Modeling: Concepts, Issues and Applications*. Sage.
- Zena, P. A., Hadisumarto, A. D. (2012). The Study of Relationships Experiential Marketing, Service Quality Consumers’ Satisfaction and Customer Loyalty. *Asian Marketing Journal*, 4(1), 37-46.

การพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน

กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส

The Development of Female Leaders's Roles in Urban Communities for Sustainability: A Case Study of Narathiwat Town Municipality

โนรุลอัยดา ยะโก๊ะ¹ พชนี ตูเล๊ะ^{2*} เปาซี วานอง³ อัสมะ บือชา⁴ บัศมีมีย์ ปาเนาะ⁵ ซอฟูวัน แดแซะ⁶

Norul-aida Yakoh¹ Patchanee Tuleh^{2*} Paosee Wanong³ Asma Buesa⁴ Basmimee panoh⁵ Sofuwan Daesae⁶

วันที่รับบทความ : 2 พฤษภาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ : 28 พฤษภาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ : 12 มิถุนายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมือง และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำสตรีในเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบด้วย ประธานชุมชนที่เป็นสตรี ตัวแทนผู้นำสตรีจากสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อดีตผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวนทั้งหมด 12 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า 1) บทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมือง พบว่า มีการดูแลครอบครัวและทำหน้าที่บริหารกิจการบ้านเมืองเพิ่มขึ้น อยู่ในสัดส่วนที่สมดุลกันระหว่างหญิงและชาย เมื่อพิจารณาบทบาทด้านเศรษฐกิจ พบว่า มีการพัฒนาคนในชุมชนให้มีความรู้ กระตุ้นเศรษฐกิจให้มีความเจริญ และยกระดับสินค้าในชุมชนเป็นสินค้า OTOP ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า มีการสอดส่องดูแลเยาวชน แก้ปัญหาและให้ความช่วยเหลือเบื้องต้น ด้านการเมืองการปกครอง พบว่า รัฐเปิดโอกาสให้ผู้นำสตรีเข้าไปมีส่วนร่วมในองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้ผู้นำสตรีมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนมากขึ้น และด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า มีส่วนร่วมในการทำถังแยกขยะเปียก มีการแข่งขันทำความสะอาดบ้าน และแนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมือง

^{1,4-6}นักศึกษา, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

^{1,4-6}Student, Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

²Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

³อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

³Lecturer, Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

*Corresponding author. E-mail: patchaneetuleh@gmail.com

อย่างยั่งยืน พบว่า เปิดโอกาสให้ผู้นำสตรีเข้ามามีส่วนร่วมโดยสมัครใจ และผลักดันให้ได้รับการศึกษา ให้ความรู้ความสามารถ รวมถึงความเข้าใจการเมืองการปกครองให้ทันกับสถานการณ์ยุคปัจจุบัน เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคมมากขึ้น และสามารถหักล้างค่านิยมที่ว่าสตรีต้องเป็นช้างเท้าหลัง นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีควรมีการกำหนดแผนพัฒนาที่เกิดจากการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างศักยภาพให้กับผู้นำสตรีมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

คำสำคัญ : บทบาทผู้นำสตรี ชุมชนเมือง ความยั่งยืน เทศบาลเมืองนราธิวาส

Abstract

This study aims to (1) analyze female leadership in urban communities within Narathiwat municipality and (2) identify sustainable development strategies for enhancing these roles. This qualitative research employs purposive sampling to select twelve female leaders, including community chairs, representatives from the Female Leadership Development Fund, and former candidates for the House of Representatives. Data were collected with in-depth interviews and analyzed using the statement analysis technique.

The findings demonstrated that female leaders in this metropolitan community have a role in balancing the management of the city with the duties of both male and female families. In terms of the economy, female leaders foster community employment, stimulate local economies through secondary occupations, and upgrade community products to OTOP status. Socially and culturally, they are involved in youth care, problem-solving, and providing initial assistance to young people. Politically and administratively, the state offers opportunities for female leaders to engage in community development, hence augmenting their positions within the community. The aspect of an environment, female leaders participate in initiatives such as waste separation and house cleaning competitions.

In order to foster the sustainable development of women's leadership in urban communities, the study recommends that women leaders be encouraged to participate voluntarily, have access to education, and have a basic understanding of politics and governance. This would dispel the myth that "women must be elephants' hind legs" and enable them gain greater acceptance in society. Furthermore, the study recommends that organizations that support women in leadership roles ought to include development planning

into their responsibilities in order to enable women leaders to contribute to the creation of sustainable communities.

Keywords: Female Leadership, Urban Area, Sustainability, Narathiwat Municipality

บทนำ

การปกครองระบอบประชาธิปไตยในยุคสมัยใหม่ คือ การเลือกผู้แทนเข้ามาทำหน้าที่บริหารกิจการบ้านเมืองแทนประชาชน ในอดีตจนถึงปัจจุบันผู้แทนส่วนใหญ่ของประเทศไทยเป็นเพศชาย อาจเพราะเหตุว่าผู้หญิงถูกอบรมสั่งสอนให้เป็นกุลสตรี มีหน้าที่ดูแลบ้านเรือนและครอบครัวเป็นหลัก ส่วนผู้ชายเป็นผู้มีหน้าที่หาเลี้ยงครอบครัวและทำงานนอกบ้าน รวมถึงมีหน้าที่ในการบริหารกิจการบ้านเมืองด้วย ซึ่งกิจเช่นนี้มิใช่หน้าที่ของผู้หญิง แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปการทำงานนอกบ้านนั้น มิได้จำกัดแต่เพียงเฉพาะเพศชาย ผู้หญิงก็มีความจำเป็นเช่นเดียวกัน จึงทำให้บทบาทของผู้หญิงในยุคสมัยใหม่จึงเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และนอกจากการทำงานเพื่อหาเลี้ยงครอบครัวแล้ว ผู้หญิงยังเข้ามามีบทบาทในการบริหารกิจการของบ้านเมืองรวมถึงการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยผ่านการเป็นตัวแทนทางการเมือง เช่น สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา ผู้บริหาร และสมาชิกสภาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อีกทั้งยังได้รับการยอมรับว่านักการเมืองหญิงมีความละเอียดอ่อน รอบคอบกว่าผู้ชาย รวมถึงนักการเมืองหญิงมีแนวคิดในการพัฒนาที่เน้นไปทางด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตได้ดีกว่าเพศชาย ที่เน้นไปทางด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ แต่กระนั้น หากเราพิจารณาทางสถิติจะพบว่า จำนวนส่วนของเพศหญิงต่อเพศชาย ในการเข้ามาดำรงตำแหน่งทางการเมืองของประเทศไทย ยังอยู่ในสัดส่วนที่น้อยกว่านานาประเทศ อาจเนื่องจากติดที่กรอบและวิธีคิดในแบบเดิม ซึ่งการที่จะพัฒนาสตรีจะต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาตนเองโดยเริ่มต้นจากครอบครัวของตนเองให้มีความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุข จึงจะสามารถที่จะพัฒนากลุ่มองค์กร เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาตนเองให้เข้าสู่การเป็นผู้นำในเรื่องของการมีส่วนร่วมในการสร้างกระบวนการและกำหนดทิศทางในการพัฒนา ซึ่งจะต้องประกอบกับการที่มีสตรีจะต้องมีภาวะผู้นำ ในเรื่องของการเป็นผู้นำที่ดีในทุกด้าน มีศักยภาพในการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นตามลำดับ เพราะในปัจจุบันนี้สตรีไม่ได้ขาดโอกาสในการพัฒนา ไม่ได้ถูกเอารัดเอาเปรียบ ดังนั้นสตรีควรจะมามีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้เป็นชุมชนในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกับบุรุษในสังคม และไม่จำเป็นที่สตรีจะต้องเป็นช้างเท้าหลังตลอดไป (ธนัชฐา สุขะวัฒน์, 2551)

แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรี (พ.ศ. 2566 - 2570) จัดทำขึ้น โดยกระบวนการศึกษาทบทวนแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรีที่ผ่านมา เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทสังคมไทยที่มีความเปลี่ยนแปลงในมิติเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เพื่อให้หน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีแนวทางการขับเคลื่อนการเสริมพลังสตรีและความเสมอภาคระหว่างเพศที่ตรงตามความจำเป็นเร่งด่วน สอดรับกับ

สถานการณ์ เกิดผลลัพธ์ที่ตรงตามสถานการณ์และมีประสิทธิภาพ ซึ่งแผนปฏิบัติการฯ ประกอบไปด้วย 6 เสาหลัก (กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2565) ดังนี้คือ เสาหลักที่ 1 การพัฒนาทุนมนุษย์ของสตรี เสาหลักที่ 2 การจัดความรุนแรงต่อสตรี เสาหลักที่ 3 การมีส่วนร่วมของสตรีในระดับการตัดสินใจ เสาหลักที่ 4 การสื่อสารสาธารณะเพื่อปรับเปลี่ยนเจตคติ ค่านิยม ระบบความคิดความเชื่อของสังคมให้เอื้อต่อความเสมอภาคระหว่างเพศ เสาหลักที่ 5 การจัดทำเครื่องมือบริหารจัดการเพื่อเสริมพลังสตรีและส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ และเสาหลักที่ 6 การพัฒนาสมรรถนะหลักของกลไกพัฒนาสตรี

ดังนั้น การพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีมีความสอดคล้องกับแผนการพัฒนายั่งยืนที่เน้นความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพิ่มบทบาทของสตรีและเด็กหญิงทุกคน รวมถึงการลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ (สหประชาชาติ, 2567) การวิจัยการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองนราธิวาสจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อศึกษาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมือง เขตเทศบาลเมืองนราธิวาสและศึกษาบทบาทสตรีในการพัฒนาชุมชนเมือง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมืองการปกครอง และด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ต่อไปได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมือง เขตเทศบาลเมืองนราธิวาส
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับบทบาทผู้นำสตรี

บทบาทความเป็นผู้นำสตรีในการพัฒนาสังคม ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ 1) ด้านสังคม ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1.1) การมีจิตอาสาเพื่อช่วยเหลือสังคม 1.2) การมีความสามัคคีและความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชน 1.3) การมีอำนาจต่อรองโดยการจัดตั้งกลุ่มเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิต 2) ด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 2.1) การบริหารจัดการเศรษฐกิจของครอบครัวทั้งรายรับรายจ่าย 2.2) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ 2.3) ความสามารถในการเจรจาต่อรองด้านธุรกิจเพื่อสร้างความเป็นธรรมด้านเศรษฐกิจของชุมชน 3) ด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 3.1) ด้านคุณลักษณะที่เอื้อต่อความเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมด้านวัฒนธรรม 3.2) การประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีและส่งเสริมศีลธรรมแก่ครอบครัวและชุมชน 3.3) การอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) ด้านการเมืองและการปกครอง ประกอบด้วย 4.1) การเปิดโอกาสและสนับสนุนให้สตรีเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ มากขึ้น 4.2) การมีความรู้ความเข้าใจด้านการเมืองการปกครองทำให้สังคมยอมรับบทบาทสตรีมากขึ้น 4.3) การมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายเบื้องต้นเพื่อสร้างความตระหนักถึงสิทธิ บทบาท หน้าที่

พลเมืองที่ดีของสังคม 5) ด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 5.1) การเป็นผู้นำการพัฒนาและส่งเสริมโครงการต่าง ๆ เพื่ออนุรักษ์และเสริมสร้างสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน 5.2) การรณรงค์ให้ชุมชนและสังคมได้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากร 5.3) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในชุมชน (ธัญญธร บุญอภัย และคณะ, 2563)

ทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทสตรี คือ แนวคิดเชิงโครงสร้างและแนวคิดเชิงปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ ซึ่งแนวคิดเชิงโครงสร้างนั้นให้ความสำคัญกับบทบาทในด้านของตำแหน่งหน้าที่ หรือสถานภาพทางสังคม ซึ่งบุคคลจะดำเนินบทบาทของตัวเองไปตามตำแหน่งหรือสถานภาพทางสังคมที่ได้รับ ส่วนแนวคิดเชิงปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์นั้นจะให้ความสำคัญกับของบุคคลในสังคม การแสดงบทบาทนั้นขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ (อุษณีย์ สุวรรณ, 2558)

บทบาทผู้นำสตรี คือ การกำหนดแนวทางหลัก กำหนดเป้าหมาย และแนวคิดที่ชัดเจน บทบาทดังกล่าวจะช่วยให้ผู้นำสร้างแผนงานที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักการก่อนจะลงมือปฏิบัติตามแผน การสร้างระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพหรือการทำให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน มีการมอบอำนาจให้แก่พนักงานอย่างจริงจังจะทำให้บรรยากาศในการทำงานมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสร้างต้นแบบ คือ ต้องสร้างความน่าเชื่อถือ ส่วนหน้าที่ของผู้นำสตรีอาจมีหน้าที่ เช่น หน้าที่ในฐานะผู้บริหาร (จิตรรา แสงวัฒนาฤกษ์, 2563)

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบทบาทสตรี

การพัฒนาบทบาทสตรี หมายถึง การที่สตรีได้มีการพัฒนาศักยภาพของตนเอง จนเป็นที่ยอมรับในสังคมเป็นการทำให้สถานภาพและบทบาทสตรีเท่าเทียมกับบุรุษ มีสิทธิหน้าที่ตลอดจนโอกาสในการประกอบกิจการต่าง ๆ ภายในครอบครัวและสังคมเท่าเทียมกับบุรุษ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีของสตรี (อุษณีย์ สุวรรณ , 2558)

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เป็นนโยบายแห่งการพัฒนาประเทศ โดยรัฐบาลได้ใช้อำนาจในการจัดสรรและแบ่งปันสิ่งที่มีคุณค่าในสังคม ซึ่งคือเงินงบประมาณของกองทุนให้กับกลุ่มสตรีที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกองทุนนี้ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ดังข้อความที่ว่า “ทุนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต” โดยเป้าหมายของการพัฒนานโยบายกองทุนดังกล่าว เป็นการส่งเสริมให้กลุ่มสตรีเป้าหมายสามารถพึ่งพาตนเองได้ การปลดปล่อยจากการกดขี่ และการส่งเสริมการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของสังคม (ฉวีวรรณ แจ่มหมวก, 2555)

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่มีการบูรณาการการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จึงเป็นการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีเสถียรภาพมากกว่าการคำนึงถึงแต่เพียงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวที่มักเน้นความเจริญด้านวัตถุ เป็นการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน และต้องสร้างโลกและสังคมให้เข้มแข็ง นานอยู่ โดยคำนึงถึงการใช้และการรักษาสิ่งแวดล้อม สร้างความ

เท่าเทียมและยุติธรรมในสังคม รวมทั้งฝึกกำลังและสร้างการมีส่วนร่วมในระดับต่าง ๆ เพื่อนำพาการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2566)

การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นเป้าหมายการพัฒนาระดับโลกที่องค์การสหประชาชาติกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยเป็นทิศทางให้ประเทศสมาชิกนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา ซึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสตรีประกอบด้วยเป้าหมายที่ 5 : บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพิ่มบทบาทของสตรีและเด็กหญิงทุกคน และเป้าหมายที่ 10 : ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ (สหประชาชาติ, 2567)

แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรี (พ.ศ.2566-2570)

วิสัยทัศน์ของแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรี (พ.ศ.2566-2570) เป็นการมองไปข้างหน้าเพื่อสร้างสังคมที่มีความเสมอภาคระหว่างหญิงและชาย กล่าวคือสังคมไทยเป็นสังคมที่ตระหนักและเข้าใจถึงความเสมอภาคระหว่างเพศโดยที่สตรีและเด็กหญิงจะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม สามารถดำรงชีวิตอย่างปลอดภัยจากความรุนแรงทุกรูปแบบมีโอกาสเข้าถึงการพัฒนาตนเองได้เต็มศักยภาพและมีบทบาทในการนำในพื้นที่สาธารณะอย่างเท่าเทียมโดยที่แนวคิดหลักการจัดทำแผนฯ ให้ความสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนเจตคติ และระบบความคิดความเชื่อของสังคมให้เอื้อต่อการยกระดับสถานภาพของสตรีและความเสมอภาคระหว่างหญิงและชาย ที่บรรจุอยู่ในแต่ละเสาหลักการพัฒนา เนื่องจากปัญหาเจตคติเป็นปัญหาที่สืบเนื่องจากบรรทัดฐานทางเพศภาวะของสังคม (Gender Norms) ที่ไม่เป็นธรรมสำหรับสตรีการปรับเปลี่ยนเจตคติของสังคมจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญและเป็นการจุดชนวนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Trigger Point) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผน ซึ่งในที่สุดแล้วจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงบรรทัดฐานด้านเพศภาวะของสังคมที่ให้คุณค่าต่อความเสมอภาคระหว่างเพศและนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้หญิงและสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงและชายในสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ต้องมีกลไกที่ช่วยขับเคลื่อน สถานภาพของสตรีและความเสมอภาคระหว่างเพศที่เป็นตัวช่วยหรือเป็นพื้นฐาน (Foundation) ในการขับเคลื่อนสังคมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามแผนปฏิบัติการได้แก่กฎหมายระเบียบการจัดทำข้อมูลจำแนกเพศ การจัดทำงบประมาณที่คำนึงถึงมิติทางเพศภาวะ และการสร้างความเข้มแข็ง และเสริมพลังขับเคลื่อนของกลไกการพัฒนาสตรี ซึ่งกลไกเหล่านี้มีบางส่วนที่เป็นยังคงเป็นปัญหาและต้องได้รับการเสริมแปลงให้กำลังขับเคลื่อนแผนฯ และขับเคลื่อนการพัฒนาสตรี (กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2565)

กระบวนการวิจัย

แบบแผน และขั้นตอนการวิจัย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาข้อมูล ได้แก่ 1) การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งคำถามในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการส่งเสริมหรือแนวทางการพัฒนาบทบาทสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน และ 2) การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการ

พัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส มาเสริมประเด็นการศึกษาเพื่อความครบถ้วนและสมบูรณ์ในการศึกษา

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส ในบริบทของผู้นำสตรี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมืองการปกครอง และด้านสิ่งแวดล้อม และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบทบาทสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้นำสตรี ในเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบด้วย 1) ประธานชุมชนที่เป็นสตรี จำนวน 3 คน ชุมชนละ 1 คน ได้แก่ ชุมชนสมัยอาณาจักร ชุมชนเกาะสือแม และชุมชนกุแบบาเดาะ 2) ตัวแทนผู้นำสตรีจากสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี จำนวน 6 คน และ 3) อดีตผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 3 คน จำนวนรวมทั้งหมด 12 คน

เครื่องมือในการวิจัย

การศึกษาวิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลที่สำคัญ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งจะเป็นการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยใช้แนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) ข้อมูลเรื่องบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองปัจจุบัน ในบริบทของผู้นำสตรี 3) ข้อมูลบทบาทผู้นำสตรีในการพัฒนาชุมชนเมือง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมืองการปกครอง และด้านสิ่งแวดล้อม 4) ข้อมูลแนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ก่อนที่จะลงพื้นที่สัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้ส่งคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแก้ไขตามคำแนะนำ และใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องบทบาทสตรี จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบ ปรับปรุงและแก้ไขข้อคำถาม เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลและให้เครื่องมือวิจัยมีความถูกต้องสมบูรณ์มากขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลรายละเอียดเป็นรายบุคคล และผู้วิจัยจะมีการลงพื้นที่ทำการสัมภาษณ์ ในประเด็นตามแบบสัมภาษณ์ที่กำหนด ซึ่งประเด็นคำถามจะครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของวิจัยทั้งหมด ส่วนการสัมภาษณ์ใช้เวลาครั้งละ 30 นาทีโดยประมาณ และใช้

ลักษณะการบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาถอดเทปเพื่อให้ได้ข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาถอดเทปเพื่อให้ได้ข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลให้ได้ความสมบูรณ์ของเนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะต่อบทบาทของสตรีในชุมชนเมือง ในเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส โดยใช้วิธีการนำเสนองานด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อให้ได้ข้อสรุป

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยได้มีการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. บทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมือง เขตเทศบาลเมืองนราธิวาส พบว่า

1.1 บทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมือง ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่มีบทบาทในการพัฒนา หากพิจารณาสัดส่วนเพศหญิงต่อชายที่เข้าไปมีบทบาทในตำแหน่งต่าง ๆ นั้น สตรีจะมีบทบาทเพิ่มขึ้นกว่าเดิม สังเกตได้จากผู้นำ เช่น ผู้อำนวยการโรงเรียนมักจะเป็นผู้หญิง อาจจะเป็นเพราะผู้ชายปัจจุบันไม่ค่อยมีความรู้ในเรื่องนี้ และผู้ชายไม่ค่อยจะคลุกคลีอยู่กับเด็ก ๆ ส่วนมากผู้ชายจะทำงานในเชิงที่ใช้แรงมากกว่า ไม่ใช่ผู้ชายไม่มีศักยภาพความเป็นผู้นำ แต่สตรีจะดำเนินการได้ดีกว่า ซึ่งบางงานที่ไม่มีชายก็ลำบาก เช่น งานด้านความมั่นคง ชายจะถนัดมากกว่าสตรี ดังนั้นทุกงานต้องอาศัยการมีส่วนร่วมระหว่างชายกับหญิง ซึ่งบทบาทของประธานชุมชนสตรีมีหน้าที่เป็นผู้นำดูแลคนในชุมชน เมื่อชาวบ้านเกิดปัญหาหรือมีเรื่องทุกข์อะไรก็จะมาแจ้ง ถ้ามีการรายงานเพื่อยืนยันข้อเท็จจริงแก่เทศบาลเกี่ยวกับคนยากไร้ ผู้พิการ การแจ้งตายของคนในชุมชน รวมถึงกลุ่มสตรีและเด็กแรกเกิด และมีการทำโครงการกับชุมชน ประธานชุมชนต้องมีจิตอาสา นอกจากนี้ก็ยังทำหน้าที่เป็นภรรยาเลี้ยงบุตร ดูแลครอบครัว ปัจจุบันการหาอาชีพในชุมชนเป็นเรื่องยาก เมื่อก่อนทางจังหวัดจะมีการหางานให้แก่คนในแต่ละชุมชนเพื่อทำงานที่บ้านได้ เช่น ผู้สูงอายุสามารถสานตะกร้าเพื่อสร้างรายได้ ในการทำโครงการก็จะเชิญสตรีในชุมชนมาประชุม เช่น โครงการพระราชดำริ บางชุมชนที่ไม่มีที่ทำการชุมชนก็จะยากต่อการรวมตัว เพราะไม่มีศูนย์กลางในการรวมตัวของคนในชุมชน หากมีกิจกรรมก็จะรวมตัวกันจัดที่มัสยิด ส่วนชุมชนที่มีที่ทำการชุมชนก็จะมีการรวมตัวกันที่นั่น อาชีพของสตรีในชุมชนส่วนใหญ่จะรับราชการ รองลงมาก็ทำการค้าขาย บางครั้งรายได้ไม่พอเพียง ก็อาจจะกู้จากกองทุนพัฒนาบทบาทของสตรี เพื่อให้สตรีสร้างตัวสร้างอาชีพให้เกิดรายได้ขึ้น แต่ต้องมีการจ่ายคืน ดอกเบี้ยศูนย์เปอร์เซ็นต์เท่ากับว่าไม่มีดอกเบี้ย กองทุนได้สร้างงานสร้างอาชีพแก่สตรีเพื่อยกระดับสตรีในอำเภอเมืองนราธิวาส และมีการขับเคลื่อนผ่านงานกิจกรรม กิจกรรมในพื้นที่ เช่น งานแคมป์ แกลอแคมป์ เลดี้แคมป์ เป็นต้น ทำให้เริ่มมีผู้หญิงเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรม ซึ่งในงานก็จะมีกิจกรรมให้ผู้หญิงได้ทำ เช่น ทำขนมไทย

1.2 บทบาทในการพัฒนาชุมชนด้านเศรษฐกิจ พบว่า สตรีเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนในด้านเศรษฐกิจ เช่น การพัฒนากลุ่มคนในชุมชนให้มีความรู้ มีทักษะด้านเศรษฐกิจให้ชาวบ้านมีงานเสริม ส่วนใหญ่คนในชุมชนมีงานทำแล้ว นอกจากรับราชการ ก็มีอาชีพค้าขายที่ทำกันส่วนใหญ่ พื้นฟูเศรษฐกิจโดยมีการเอาสินค้าในชุมชนมาขายระดับให้เป็นสินค้า OTOP ส่งขายในราคาที่ดีมีคุณภาพ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนให้มีความก้าวหน้า และใน 1 ปี ก็จะมีโปรเจกต์ใหญ่ ๆ ที่เป็นงานแคมป์ งานอีเว้นท์ หรือการเสริมศักยภาพสตรีในพื้นที่ เช่น งานเลดี้แคมป์ ในงานนั้นไม่ได้ตอบโจทย์แค่เรา จะเปิดโอกาสให้คนเข้ามาออกบูทสตรีฟู้ด และเปิดรับร้านค้าที่สนใจอยากจะมาขาย ซึ่งพบว่ามีร้านค้าของคนรุ่นใหม่เยอะมาก เช่น สลัดผักโดยปลูกผักเองทำทุกระบวนการเอง วิทยุชุมชนอาเภอกะทิงที่เป็นเมนูอาหารโบราณ เป็นวิทยุชุมชนที่ใช้เตาถ่านที่เป็นองค์ความรู้เดิม ในขณะที่คนสมัยใหม่ใช้เตาอบกัน ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ควรมีต่อไปในระยะยาว นอกจากนี้ยังมีคนต่างจังหวัดเข้ามาท่องเที่ยว รวมถึงคนต่างชาติอย่างชาวมาเลเซียเข้ามาเที่ยว ชิม ช้อป ชม และพบว่าโรงแรมในเมืองนราธิวาสมีคนมาใช้บริการเต็ม ซึ่งเป็นการสร้างเศรษฐกิจที่หมุนเวียนเพิ่มเม็ดเงินเข้ามาในพื้นที่

1.3 บทบาทในการพัฒนาชุมชนด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า การสนับสนุนวัฒนธรรมประเพณีในชุมชน เช่น กิจกรรมงานเมาลิด งานบวช งานเลี้ยงต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่งานที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีของคนมุสลิมก็จะจัดงานที่ตาดีกาหรือมีการรวมตัวกันที่มัสยิด มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นอัตลักษณ์ในชุมชนเมืองนราธิวาส เช่น ทำโรตีสาน ลิ้นจี่มะพร้าว ไก่ทอด และ กรือโปะ เป็นต้น บางชุมชนก็จะมีกลุ่มที่ทำส่งขาย ทำให้มีงาน สร้างรายได้ จนเป็นอาชีพหลัก ร้านต่าง ๆ ที่ขายมานานก็กลายเป็นเจ้าเก่า และมีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่นไม่จางหาย

สังคมในบางชุมชนในเขตเทศบาลเมืองนราธิวาสก็จะมีในเรื่องของสิ่งเสพติดเข้ามาเกี่ยวข้องมีคนติดยา มีทั้งคนค้า คนขาย ซึ่งสตรีในชุมชนได้เข้าไปมีบทบาทในการสอดส่องดูแลเยาวชนในชุมชน หากมีปัญหาอะไรก็ให้ความช่วยเหลือคนในชุมชน ทำการประสานงานและรายงานให้กับเทศบาล เพราะในชุมชนจะอยู่ในความดูแลของเทศบาล โดยสตรีภายในชุมชนเองก็จะทำการปลูกฝังเด็ก ๆ ที่กำลังโตให้มีการเรียนรู้ทางด้านคุณธรรมจริยธรรม และมีการเปิดสอนอัลกุรอานให้แก่เด็ก ๆ มุสลิม เพื่อให้ห่างไกลจากสิ่งเสพติดจากที่เมื่อก่อนทำโครงการมะเร็งเต้านม อบรมให้ความรู้ ฟังบรรยาย แต่ปัจจุบันมีการพัฒนาให้เปลี่ยนมาทำโครงการทูบีนัมเบอร์วัน เพื่อปรับให้ทันกับสถานการณ์ในชุมชนยุคปัจจุบัน ให้เยาวชนในชุมชนมีส่วนร่วมในโครงการทูบีนัมเบอร์วัน เปิดให้เยาวชนในชุมชนเล่นฟุตบอล เล่นกีฬา นอกจากนี้ก็มีหลายหน่วยงานที่มาช่วยดูแลเรื่องสุขภาพ แต่ที่ยังขาดคือเรื่องของงาน เช่น คนที่เคยติดคุก มีประวัติไม่ดี ก็ไม่มีใครรับเข้าทำงานส่วนมากกังวลว่าสังคมจะไม่ยอมรับ ปัจจุบันก็หางานได้ยาก

สังคมบ้านเรา มักจะใช้คำว่า “กตัญญู” โดยเฉพาะในมิติของผู้หญิง ซึ่งมียุคหนึ่งที่เราจะไม่เห็นผู้หญิงนั่งร้านกาแฟ จะเล็งเห็นว่าบางสิ่งบางอย่างที่ทำให้รู้สึกว่าคุณผู้หญิงทำไม่ได้ สตรีพยายามที่จะสลายในมิติของสังคม อย่างเรื่องในกิจกรรมงานแคมป์ วัฒนธรรมก่อน ๆ มีแต่ผู้ชายที่เข้างานแคมป์ แต่เมื่อเริ่มเปิดพื้นที่ให้

ผู้หญิงเข้ามา โดยมีการรับรองความปลอดภัย และเมืองนราธิวาสปัจจุบันไม่มีสยาม โรงหนัง มินิคอนเสิร์ต หรือแม้กระทั่งกิจกรรมอื่น ๆ เราใช้ชีวิตอยู่กับเซเว่นกับร้านขายของชำ เป็นเมืองที่เรียบง่าย ผู้นำจากหลาย ๆ หน่วยงานที่จะทำให้สังคมดีขึ้น โดยที่ผู้หญิงควรที่จะมีพื้นที่ของตนเองด้วย พยายามที่จะเปิดให้ผู้หญิงเข้ามาในสังคมมากขึ้น โดยการสลายความคิดเดิม ๆ สลายแนวความคิดที่ว่า “ผู้หญิงทำไม่ได้” เช่น ในยุคหนึ่งที่ผู้หญิงนั่งร้านกาแฟไม่ได้ นั่นไม่ใช่เรื่องแปลก เพราะแต่ก่อนร้านน้ำชาจะมีแต่ผู้ชาย พอเริ่มมีโซเชียล ก็เริ่มเข้าสู่สังคมยุคใหม่ สตรีมีบทบาทในสังคม ผู้หญิงเริ่มมาเที่ยวคาเฟ่ ทุกอย่างเริ่มสลายด้วยสังคมใหม่ ๆ ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย

1.4 บทบาทในการพัฒนาชุมชนด้านการเมืองการปกครอง พบว่า ปัจจุบันภาครัฐเปิดโอกาสให้สตรีสามารถเข้าไปมีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้สตรีเข้าไปมีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและคนในชุมชน แต่สตรีบางคนยังไม่ค่อยมีความรู้ในเรื่องของบทบาทในทางการเมือง

ปัญหาด้านทัศนคติที่เรียกว่า “บรรทัดฐานทางสังคม” คือ การเอาไม่บรรทัดของตนเองมาวัดคนอื่นว่าอันนี้ใช่หรือไม่ใช่ อันนี้ดีหรือไม่ดี เช่น ผู้หญิงควรที่จะทำงานในบ้าน ไม่ควรออกนอกบ้าน แต่เมื่อไปเดินตลาดเช้า พบว่ามีแต่ผู้หญิงที่ออกไปขายของตั้งแต่ฟ้ายังไม่สว่าง ผู้ชายแทบจะไม่ทำงานนี้ด้วยซ้ำ ซึ่งเป็นความย้อนแย้งในลักษณะของการสอนกับความเป็นจริง เพราะบางอย่างก็จำเป็นต้องยืดหยุ่น ต้องดูบริบทด้วยว่า ถ้าสามีไม่มีศักยภาพในการทำมาหากินแล้วสตรีต้องหาเงินเลี้ยงชีพเอง สุดท้ายก็ออกไปทำแทน ซึ่งมีสตรีบางคนขี่รถหรืออุ้มลูกไปทำงานค้าขาย เพราะมีหน้าที่สองอย่างด้วยกัน ทั้งหาเลี้ยงครอบครัวและเลี้ยงดูบุตร ภาพในตลาดตอนเช้า 80% เป็นสตรีที่ค้าขาย ทำให้เกิดคำถามว่าสิ่งใดที่เป็นตัวชี้วัดว่าทำไมผู้หญิงไม่อยู่บ้าน เปรียบเสมือนการเอาไม่บรรทัดมาตัดสินว่า ผู้หญิงไม่ควรเป็นผู้นำ ซึ่งอาจจะมีการทบทวนหลักการศาสนาและเรื่องของบรรทัดฐานที่หลักการศาสนาอาจไม่ได้ห้ามก็ได้ แต่เป็นการเอาไม่บรรทัดมาวัดว่าอันนี้ไม่ได้หรือไม่ดี ปัญหาบางอย่างที่ผู้หญิงพูดเอง หรือขับเคลื่อนเอง ก็จะไปได้เร็วกว่าการที่เอามาฝากประเด็นไว้กับผู้ชาย เพราะการเมืองบ้านเรามันไม่ใช่แค่เรื่องของผู้ชาย ต้องมีการพิสูจน์ตัวเองว่าเป็นผู้หญิงก็ทำได้เช่นกัน

1.5 บทบาทในการพัฒนาชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า สตรีในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำโครงการเกี่ยวกับขยะ มีการทำถังแยกขยะเปียก โดยคนในชุมชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี จะทำกันเกือบทุกครัวเรือนในแต่ละชุมชน แยกขยะเปียกหมักทำปุ๋ย ถือว่าเป็นโครงการที่ได้ประโยชน์ รัชชโลภ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้มีจิตอาสาจากหน่วยงานต่าง ๆ มาพัฒนาทำความสะอาดภายในชุมชน แต่ในชุมชนเองไม่ค่อยมีจิตอาสาในการช่วยทำความสะอาดภายในชุมชนร่วมกัน ถ้ามีก็จะทำกันแค่ในครัวเรือนนั้น ๆ และมีโครงการเกี่ยวกับการแข่งขันทำความสะอาดภายในบ้าน หากบ้านไหนที่สะอาดที่สุดก็ได้รางวัล เป็นการกระตุ้นให้คนในชุมชนได้มีการทำความสะอาดร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีการตั้งต้นกิจกรรมโดยการนัดเก็บขยะทุกวันวันเสาร์ที่หาดนราทัศน์ เป็นงานอาสาสมัครเก็บขยะ ที่มีชื่อว่า Plogging Narathiwat พื้นที่จังหวัดนราธิวาสจะมีแนวชายหาดตั้งแต่บ้านทอนยาวลงไปถึงตากใบ เมื่อมีกิจกรรมหรือจัดงานสำคัญ คนบ้านเรา

ไม่ค่อยมีจิตสำนึกในเรื่องการเก็บขยะสักเท่าไร เช่น วันรายอ หรือวันเด็ก ก็จะเห็นขยะเต็มถนน คนบ้านเรามักจะกินเสร็จแล้วทิ้งขว้าง การทำกิจกรรมเก็บขยะนั้นไม่ได้ทำให้เมืองสะอาด แต่เป็นการทำแคมเปญที่ส่งผลให้ขยะลดลง นอกจากนี้ก็มีแคมเปญหัวปั่นโตไปเดินตลาดในช่วงเดือนบวชของมุสลิม โดยให้แม่ค้าใส่แกวในปั่นโต แล้วกลับมาทำคอนเทนต์ขึ้นเพจเพื่อบอกว่า วันนี้สามารถลดขยะหรือลดถุงพลาสติกไปได้กี่กิโลหรือกี่ตัน ซึ่งเป็นการทำงานทางความคิดให้คนในสังคมคิดถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม

2. แนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส พบว่าต้องเปิดโอกาสให้สตรีเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทโดยสมัครใจ และทำให้สตรีสนใจในการมีส่วนร่วมในบทบาท โดยที่รัฐมีการสนับสนุนและเปิดโอกาสให้สตรีทุกคนเข้าไปมีบทบาท มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการดี ๆ ซึ่งบทบาทสตรีต้องคำนึงถึงจิตอาสา สตรีที่เข้าไปมีบทบาทต้องสมัครใจที่จะทำเพื่อประชาชนจริง ๆ แต่ถ้าทำด้วยใจต่อให้เงินเดือนมากหรือน้อย ก็จะทำให้คนส่วนรวมหรือประชาชนในชุมชนอย่างเต็มใจ และผลักดันสตรีให้ได้รับการศึกษาเรียนรู้ ให้มีความรู้ความสามารถ รวมถึงความเข้าใจในเรื่องของการเมืองการปกครองให้ทันกับสถานการณ์ยุคปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้การศึกษาของสตรีถูกยกระดับให้มีความเท่าเทียมกับชาย ทำให้สตรีเป็นที่ยอมรับในสังคมมากขึ้น และสามารถหักล้างค่านิยมที่ว่าสตรีต้องเป็นช้างเท้าหลัง นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างศักยภาพให้กับบทบาทสตรีในชุมชน ให้ดำเนินการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน และควรที่จะสร้างหรือเสริมพลังให้กับผู้หญิงก่อน เพราะแค่ผู้หญิงหาเงินทำงานก็เหนื่อยแล้ว บางคนขายของหรือทำงานกลับมา 5-6 โมงเย็น ถ้าสามารถทำให้เมืองมีสิ่งให้สตรีเติมเต็มศักยภาพได้ก็ดี เช่น เปิดให้สตรีเข้าร่วมกิจกรรม หรือมีคอร์สเรียน นอกจากที่เรียนในห้อง มีกิจกรรมที่สามารถเสริมพลังหรือกำลังใจได้ เพราะสิ่งที่สำคัญคือ การเสริมพลังสตรีและยกระดับให้สตรีมีค่า

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส” สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. บทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมือง เขตเทศบาลเมืองนราธิวาส พบว่า บทบาทผู้นำสตรีคือการเป็นภรรยา ดูแลครอบครัว รวมถึงการทำหน้าที่บริหารกิจการบ้านเมือง ซึ่งบทบาทในการเข้ามาในตำแหน่งต่าง ๆ ของสตรีในชุมชนเมืองเพิ่มขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นบทบาทสตรีในชุมชนเมืองปัจจุบัน ภาพรวมของบทบาทอยู่ในสัดส่วนที่ค่อนข้างสมดุลกันระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย แต่บางสถานภาพของผู้หญิงก็ยังไม่มีความเท่าเทียมเสมอภาคกับชาย ซึ่งสอดคล้องกับบอณิษฐา หาญภักดีนิยาม (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการขับเคลื่อนบทบาทสตรีต่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน ในศตวรรษที่ 21 พบว่า บทบาทผู้นำสตรีคือ ดูแลครอบครัว ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและมีส่วนร่วมในสังคม ดังนั้น บทบาทผู้นำสตรีมีความสำคัญทั้งภายในครอบครัว และในสังคม

1.1 บทบาทสตรีในการพัฒนาชุมชนเมืองด้านเศรษฐกิจ พบว่า ผู้นำสตรีเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนากลุ่มคนในชุมชนให้มีความทำ กระตุ้นเศรษฐกิจให้ชาวบ้านมีงานเสริม พัฒนาเศรษฐกิจโดยการเอาสินค้า

ในชุมชนมายกระดับให้เป็นสินค้า OTOP ส่งขายในราคาที่ดีมีคุณภาพ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนให้มีความก้าวหน้า ซึ่งสอดคล้องกับอนุสัญญาสุวรรณ์ (2558) ที่ศึกษาเรื่องบทบาทสตรีในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในชุมชนวัดสะพาน อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท พบว่า ความที่ผู้นำเป็นสตรี การชักจูงสตรีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานจึงทำได้ง่ายขึ้น การรวมกลุ่มแม่บ้านเพื่อทำผลิตภัณฑ์ OTOP จำหน่ายทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้ว่าบทบาทสตรีมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในการสร้างรายได้ระดับครัวเรือน ส่งเสริมแม่บ้านที่ว่างงานให้มีงานทำ

1.2 บทบาทสตรีในการพัฒนาชุมชนเมืองด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า สตรีได้เข้าไปมีบทบาทในการสอดส่องดูแลเยาวชนคนในชุมชน แก้ปัญหาและให้ความช่วยเหลือเบื้องต้น นอกจากนี้ทำการปลูกฝังเด็ก ๆ ที่กำลังโต ให้มีการเรียนรู้ทางด้านคุณธรรมจริยธรรม และมีการเปิดสอนอัลกุรอานให้แก่เด็ก ๆ มุสลิม เพื่อให้ห่างไกลจากสิ่งเสพติด และมีการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นอัตลักษณ์ในชุมชนเมืองนราธิวาส จากรุ่นสู่รุ่นไม่จางหาย ซึ่งสอดคล้องกับธัญญธร บุญอภัย และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องสตรีในการพัฒนาสังคม พบว่า การประพุดิตนเป็นแบบอย่างที่ดีและส่งเสริมศีลธรรมแก่ครอบครัวและชุมชน อนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นหลาย ๆ อย่างกำลังจะสูญหายไป ทำงานประณีต คุณวุฒิที่เหมาะสม ในการที่จะเป็นผู้อนุรักษ์ ส่งเสริม และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับคนรุ่นใหม่

1.3 บทบาทสตรีในการพัฒนาชุมชนเมืองด้านการเมืองการปกครอง พบว่า รัฐเปิดโอกาสให้สตรีเข้าไปมีส่วนร่วมในองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้สตรีเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนามากขึ้น อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและคนในชุมชน แต่สตรีบางคนยังไม่ค่อยมีความรู้ในเรื่องของบทบาทในทางการเมืองสักเท่าไร ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับอนุสัญญาหาญภักตินิยม (2564) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการขับเคลื่อนบทบาทสตรีต่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน ในศตวรรษที่ 21 พบว่า ด้านการเมือง หลักการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชน นอกจากชุมชนจะเกิดการเรียนรู้ร่วมกันแล้ว การเชื่อมโยงการเรียนรู้ของคนในชุมชนต้องดำเนินการในลักษณะของเครือข่าย เพราะทำให้ระบบการเรียนรู้ของชุมชนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับวิภาพรณ อุปนิสากร และคณะ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาบทบาททางการเมืองของสตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาบทบาททางการเมืองของสตรี คือ การพัฒนาด้านความรู้ทั่วไป เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาบทบาททางการเมืองของสตรี ด้านประชาธิปไตย ด้านเจตคติและพฤติกรรมทางการเมือง เนื่องจากสตรียังไม่มีพัฒนาเท่าที่ควรจึงไม่กล้าแสดงบทบาทที่ตัวเองมีอยู่ เมื่อพัฒนาบทบาททั้งสามด้านอย่างสม่ำเสมอแล้วจะทำให้สตรีมีบทบาททางการเมืองมากยิ่งขึ้นไป ดังนั้น การส่งเสริมความรู้ด้านการเมืองจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อการพัฒนาบทบาทสตรีให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนต่อไป

1.4 บทบาทสตรีในการพัฒนาชุมชนเมืองด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า สตรีในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำโครงการที่เกี่ยวกับขยะ ทำถังแยกขยะเปียกภายในชุมชน โดยคนในชุมชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เสริมสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน นอกจากนี้ยังมีการแข่งขันทำความสะอาดบ้าน โดยมีรางวัลค่าตอบแทน ถือเป็นการกระตุ้นให้คนในชุมชนได้มีการทำความสะอาดร่วมกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับธัญญธร

บุญอภัย และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องสตรีในการพัฒนาสังคม พบว่า เป็นผู้นำการพัฒนาและส่งเสริมโครงการต่าง ๆ เพื่ออนุรักษ์และเสริมสร้างสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน การมีหน้าที่ในการดูแลบ้านเรือนให้สะอาดเรียบร้อย การคัดแยกขยะและการรีไซเคิล เพื่อลดปริมาณขยะ พร้อมกับเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชน เพื่อรักษาสีเขียวของชุมชนให้มีความสวยงามและน่าอยู่

2. แนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส พบว่า ต้องให้เกิดความสนใจและเปิดโอกาสให้สตรีเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทโดยสมัครใจ โดยมีรัฐคอยสนับสนุนและพร้อมเปิดโอกาสให้สตรีทุกคนเข้าไปมีบทบาท และผลักดันสตรีให้ได้รับการศึกษาเรียนรู้ ให้มีความรู้ความสามารถ รวมถึงความเข้าใจในเรื่องของการเมืองการปกครองให้ทันกับสถานการณ์ยุคปัจจุบัน ส่งผลให้การศึกษาศรีถูกยกระดับให้มีความเท่าเทียมกับชาย ทำให้สตรีเป็นที่ยอมรับในสังคมมากขึ้น และสามารถหักล้างค่านิยมที่ว่าสตรีต้องเป็นช้างเท้าหลัง นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างศักยภาพให้กับบทบาทสตรีในชุมชนให้ดำเนินการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับพุทธิพนันต์ ภาคเจริญ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านไปสู่ความยั่งยืนในบริบทของสังคมเมือง กรณีศึกษาหมู่บ้านดงยาง หมู่ที่ 12 ตำบลสวนกล้วย อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี พบว่า แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนในสถานะของการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย เป็นแนวทางที่เป็นการพัฒนาอย่างสมดุล ทั้ง 5 มิติตามเป้าหมายสู่ความยั่งยืน (SDGs) ในมิติของการพัฒนาคน สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา ประกอบกับกระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติอยู่บนพื้นฐานของหลักการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (SEP) 3 ประการ คือมีความพอประมาณ มีเหตุผล เพื่อนำไปสู่การมีภูมิคุ้มกันที่ดีบนฐานความรู้และคุณธรรม มุ่งการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมเพื่อให้พร้อมรับกับสถานะของการเปลี่ยนแปลงในทุกยุคสมัย และยังสอดคล้องกับธนภัทร ศรีวะรมย์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาบทบาทสตรีในการเสริมสร้างชุมชนปลอดภัยผ่านกระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ตำบลปาฝา อำเภोजังหาร จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การพัฒนาบทบาทสตรีในการเสริมสร้างชุมชนปลอดภัยโดยการสร้างบทบาท และการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีในชุมชน ในทุกกระบวนการเพื่อกำหนดแผนแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาบทบาทสตรีในการเสริมสร้างชุมชนปลอดภัยและเป็นการสร้างภาคีเครือข่ายของกลุ่มสตรีให้มีบทบาทหน้าที่ทางสังคมมากขึ้น มีสิทธิ และความเสมอภาคเท่าเทียมกับผู้ชาย และยังสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรี ที่สร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงกับชาย รวมถึงการสร้างโอกาสให้สตรีเข้าถึงการพัฒนาศักยภาพของตนเอง และมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะอย่างเท่าเทียม เพื่อนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของสตรีอย่างยั่งยืนต่อไป

สรุปผลการวิจัย

บทบาทผู้นำสตรีมีบทบาทในการดูแลครอบครัวและทำหน้าที่บริหารกิจการบ้านเมืองเพิ่มขึ้นกว่าเดิม อยู่ในสัดส่วนที่ค่อนข้างสมดุลกันระหว่างหญิงและชาย บทบาทในการพัฒนาชุมชนเมือง ด้านเศรษฐกิจ มีบทบาทในการพัฒนากลุ่มคนในชุมชนให้มีความรู้ กระตุ้นเศรษฐกิจให้ชาวบ้านมีงานเสริม และยกระดับสินค้า

ในชุมชนให้เป็นสินค้า OTOP ด้านสังคมและวัฒนธรรม มีบทบาทในการสอดส่องดูแลเยาวชนในชุมชน แก้ปัญหาและให้ความช่วยเหลือเบื้องต้น ด้านการเมืองการปกครอง รัฐเปิดโอกาสให้สตรีเข้าไปมีส่วนร่วมในองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้สตรีเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนมากขึ้น และด้านสิ่งแวดล้อม สตรีในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำถังแยกขยะเปียกภายในชุมชน มีการแข่งขันทำความสะอาดบ้าน

แนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส ต้องเปิดโอกาสให้สตรีเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทโดยสมัครใจ และผลักดันสตรีให้ได้รับการศึกษา ให้มีความรู้ความสามารถ รวมถึงความเข้าใจในเรื่องของการเมืองการปกครองให้ทันกับสถานการณ์ยุคปัจจุบัน เพื่อให้สตรีเป็นที่ยอมรับในสังคมมากขึ้น และสามารถหักล้างค่านิยมที่ว่าสตรีต้องเป็นช้างเท้าหลัง โดยการส่งเสริมให้สตรีเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรี หน่วยงานภาครัฐควรเปิดโอกาสให้สตรีได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมืองการปกครอง และด้านสิ่งแวดล้อม อย่างจริงจัง เพื่อให้เกิดความเท่าเทียม และเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ทำให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนเอง และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. การศึกษาการพัฒนาบทบาทผู้นำสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส จากผลการศึกษานี้ทำให้ทราบว่าสตรีไม่ค่อยมีความรู้ในการพัฒนาตนเอง จึงจำเป็นต้องศึกษาต่อเนื่องในเรื่องนี้ เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาให้สตรีมีแนวทางในการศึกษาและทำความเข้าใจในเรื่องบทบาทสตรีในทางการเมืองเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนอีกต่อไป

2. การศึกษาบทบาทของสตรีที่มีต่อหลักธรรมาภิบาล เพื่อวิเคราะห์สัดส่วนความสมดุล ความเสมอภาค ความยุติธรรม ในการดำเนินงานต่อบทบาทหน้าที่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาบทบาทสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนในจังหวัดชายแดนภาคใต้
2. ควรศึกษาเรื่อง ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาบทบาทสตรีในชุมชนเมืองอย่างยั่งยืนในจังหวัดชายแดนภาคใต้

รายการอ้างอิง

กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2565). *แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรี (2566-2570)*. ศูนย์สาธารณประโยชน์และประชาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- จิตรา แสงวัฒนาภักษ์. (2563). บทบาทผู้นำสตรีอาสาเชิงพุทธบูรณาการ. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 8(4), 1622-1638. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/242237/166506>
- ฉวีวรรณ แจ่มหมวก. (2555). สตรียุคใหม่ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (พิมพ์ครั้งที่ 2). สตาร์บุ๊คส์.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2566). ปรัชญาใหม่ของนิต้า: สร้างปัญญาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธนภัทร ศรีวะรมย์. (2561). การพัฒนาบทบาทสตรีในการเสริมสร้างชุมชนปลอดภัยผ่านกระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ตำบลป่าฝาง อำเภอจังหาร จังหวัดร้อยเอ็ด [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสารคาม]. <http://202.28.34.124/dspace/bitstream/123456789/244/1/57011380004.pdf>
- ธัญญธร บุญอภัย, พัทธวีภา โพธิ์ศรี และสมหมาย แจ่มกระจ่าง. (2563). สตรีในการพัฒนาสังคม. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม, 15(2), 291-301. [https://edu.buu.ac.th/vesd/PDF62-2/a2562-2\[298-308\].pdf](https://edu.buu.ac.th/vesd/PDF62-2/a2562-2[298-308].pdf)
- ธนัชฐา สุขะวัฒนะ. (2551). สร้างการปกครองท้องถิ่นให้เป็นรากฐานพัฒนาประชาธิปไตย. สถาบันพระปกเกล้า.
- พุทธินันต์ ภาคเจริญ. (2565). แนวทางการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านไปสู่ความยั่งยืนในบริบทของสังคมเมือง กรณีศึกษาหมู่บ้านดงยาง หมู่ที่ 12 ตำบลสวนกล้วย อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4548/1/641220024.pdf>
- วิภาพรรณ อุปนิสากร, ภักดี โพธิ์สิงห์ และสัญญา เคนาภูมิ. (2559). การพัฒนาบทบาททางการเมืองของสตรี. วารสารธรรมทรรศน์, 16(3), 51-61. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/view/79727/63607>
- สหประชาชาติ. (2567). การสนับสนุนของสหประชาชาติต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเทศไทย. <https://thailand.un.org/th/sdgs>
- อณิษฐา หาญภักดีนิยม. (2564). รูปแบบการขับเคลื่อนบทบาทสตรีต่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน ในศตวรรษที่ 21. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(4), 355-371. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsba/article/view/249932/170351>

อุษณีย์ สุวรรณ. (2558). บทบาทสตรีในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในชุมชน
วัดสะพาน อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
<http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/122/1/3.54260313%20%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%93%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B9%8C%20%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%A7%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C.pdf>

ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่าวมะนาว จังหวัดนราธิวาส

Costs and Returns of Seabass Cage Culture: A Case Study of the
Seabass Community Enterprise Group in Ban Ao Manao,
Narathiwat Province

สุมัยยะห์ โวะ¹ ต่วนฟารีดา ต่วนปา² พุนพิศ ธิตินันท์^{3*}

Sumaiyah Woh¹ Tuanfareeda Tuanpa² Phunphit Thitinin^{3*}

วันที่รับบทความ : 20 สิงหาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ : 15 กันยายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ : 19 กันยายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่าวมะนาว จังหวัดนราธิวาส กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนเกษตรกรสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่าวมะนาว จังหวัดนราธิวาส จำนวน 18 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า เงินลงทุนเริ่มแรกในการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังเฉลี่ย 21,229.44 บาทต่อคน หรือ 5,703.43 บาทต่อกระชัง ต้นทุนโดยเฉลี่ย 14,041.01 บาทต่อกระชัง ประกอบด้วย ต้นทุนผันแปร 13,059.52 บาทต่อกระชัง (ร้อยละ 93.01) และต้นทุนคงที่ 981.49 บาทต่อกระชัง (ร้อยละ 6.99) โดยได้รับผลตอบแทน 17,564.63 บาทต่อกระชัง กำไรสุทธิ 3,523.62 บาทต่อกระชัง คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 20.06 และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนร้อยละ 18.78 ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังที่เกษตรกรคำนวณตามวิธีการดั้งเดิมมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการคำนวณต้นทุนตามหลักการบัญชี ส่งผลให้เกษตรกรรับรู้ผลตอบแทนได้แก่ กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ สูงกว่าผลตอบแทนตามหลักการบัญชีเป็นจำนวนทวิคูณ อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน การเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังเป็นอาชีพที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

¹⁻²นักศึกษา, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

¹⁻²Student, Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

³อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

³Lecturer, Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

*Corresponding author. E-mail: phunphit.t@pnu.ac.th

คำสำคัญ : ต้นทุน ผลตอบแทน ปลากระพง

Abstract

The objective of this study was to analyze the costs and returns of the seabass cage culture among members of the Seabass Community Enterprise Group in Ban Ao Manao, Narathiwat Province. There were eighteen participants in the study. The participants were members of a community enterprise. Data were gathered through in-depth interviews and observational techniques. The study found that the initial investment in seabass cage culture averaged was 21,229.44 baht per person, or 5,703.43 baht per person. The average cost was 14,041.01 baht per cage, consisting of variable costs 13,059.52 baht per cage (93.01%) and fixed costs 981.49 baht per cage (6.99%). A return of 17,564.63 baht per cage, a net profit of 3,523.62 baht per cage, which corresponds to a net profit margin of 20.06% and a return on investment of 18.78%. The analysis revealed that the cost of raising seabass in cages calculated by farmers using traditional methods was lower than the cost calculated according to accounting principles. This resulted in farmers perceiving returns, such as net profit and net profit margin, to be exponentially higher than the returns according to accounting principles. However, the analysis of the return on investment indicated that seabass in cages culture is a viable occupation with great potential that can generate significant income for farmers and offers a worthwhile return on investment.

Keywords: Cost, Return on investment, Seabass Cage Culture

บทนำ

ปลากระพงขาวเป็นสัตว์น้ำเศรษฐกิจที่สำคัญที่กำลังได้รับความสนใจและมีการส่งเสริมการเพาะเลี้ยงอย่างแพร่หลายในประเทศไทย เนื่องจากเป็นปลาที่เลี้ยงง่าย โตเร็ว รสชาติดี และมีราคาค่อนข้างสูง ตลอดจนมีความต้องการบริโภคทั้งในและต่างประเทศเป็นปริมาณมากในอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกปี จึงเป็นหนึ่งในอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงได้เป็นอย่างดี จากข้อมูลสถิติการประมงแห่งประเทศไทย พบว่าในปี พ.ศ.2564 ประเทศไทยสามารถส่งขายปลากระพงขาวได้เป็นจำนวนถึง 48,139 ตัน รวมมูลค่ารายได้ทั้งสิ้นกว่า 5,049 ล้านบาท (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง, 2565) สำหรับวิธีการเลี้ยงปลากระพงขาวโดยทั่วไปสามารถจำแนกได้เป็น 2 วิธี คือ 1) การเลี้ยงในกระชังซึ่งนิยมเลี้ยงในภาคใต้ และ 2) การเลี้ยงในบ่อดิน นิยมเลี้ยงในภาคตะวันออกและภาคกลางของประเทศ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าอาชีพการเลี้ยงปลากระพงขาวสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงอย่างมากมายและมีแนวโน้มความต้องการบริโภคที่สูงขึ้นทุกปี หากแต่การประกอบอาชีพดังกล่าวจำเป็นต้องมีการลงทุน

ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ที่จะต้องเกิดต้นทุนในการเพาะเลี้ยง ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ เพื่อให้มีต้นทุนน้อยที่สุดในขณะที่เกิดกำไรมากที่สุด ซึ่งถือเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการเลี้ยงปลากะพง โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่มักละเลยกับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงปลากะพงขาวตามหลักการบัญชีที่ถูกต้อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรที่แท้จริงในการเลี้ยงปลากะพง และกระทบต่อการตั้งราคาขายปลาที่เหมาะสม หรือผลตอบแทนที่พึงได้ กระทั่งส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุน หรือยุติการเลี้ยงปลากะพงขาวภายใต้การใช้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อการตัดสินใจ

จังหวัดนราธิวาสอยู่ในเขตเส้นศูนย์สูตร ส่งผลให้มีฝนตกชุก ประกอบกับมีภูมิประเทศติดทะเล จึงเป็นปัจจัยเอื้อต่อการประกอบอาชีพเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ทั้งสัตว์น้ำจืด สัตว์น้ำกร่อย และสัตว์ทะเล ดังนั้น การเลี้ยงปลากะพงขาวในจังหวัดนราธิวาสก็เป็นอีกอาชีพหนึ่งที่ชุมชนชาวประมงในจังหวัดนราธิวาสประกอบเป็นอาชีพเสริม หรืออาชีพหลัก เพื่อเลี้ยงชีพ โดยทำการเพาะเลี้ยงในกระชังทะเลน้ำกร่อยตามประเพณีนิยมที่สืบทอดกันมาตามพื้นที่ริมฝั่งติดทะเลในภาคใต้ของประเทศไทย

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่าวมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2562 ตามแผนพัฒนาชุมชนบ้านอ่าวมะนาว มีวัตถุประสงค์การจัดตั้งเพื่อส่งเสริมอาชีพแก่เกษตรกรรายย่อย และชาวประมงชายฝั่งพื้นบ้าน ช่วยเพิ่มรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนซึ่งมีรายได้น้อย มีสมาชิกทั้งสิ้น 43 คน เนื่องจากสภาพภูมิประเทศบ้านอ่าวมะนาวเป็นพื้นที่บริเวณปากอ่าวแม่น้ำบางนรา ซึ่งเป็นสถานที่หลบลมพายุของเรือประมง จึงเป็นสถานที่เหมาะสมกับการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง โดยมีกระชังเลี้ยงปลากะพงขาวทั้งสิ้น 107 กระชัง ขณะที่การคำนวณต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวพิจารณาจากการคำนวณแบบดั้งเดิมตามวิธีของเกษตรกร จากราคาพันธุ์ปลา และราคาอาหารปลากะพงขาวตั้งแต่เริ่มเลี้ยงจนกระทั่งจับปลาขาย ซึ่งไม่ใช่ต้นทุนที่แท้จริงตามหลักการบัญชี ส่งผลให้ต้นทุนและผลตอบแทนที่รับรู้อาจมีความคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง กระทั่งท้ายที่สุดอาจส่งผลให้การพิจารณาดำเนินธุรกิจเลี้ยงปลากะพงขาวในรอบถัดไปมีความผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังบ้านอ่าวมะนาว จังหวัดนราธิวาส เพื่อให้เกษตรกรทราบต้นทุนและผลตอบแทนที่แท้จริงจากการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง และเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนในรอบถัดไปได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่าวมะนาว จังหวัดนราธิวาส

การทบทวนวรรณกรรม

การเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง

ปลากะพงขาว มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Lates calcarifer* ลักษณะสำคัญ คือ เป็นปลากินเนื้อ ปากยาว สามารถยืดหดได้ จะงอยปากค่อนข้างยาว และแหลม นัยน์ตาโต ปากกว้าง ยืดหดได้ มุมปากอยู่เลยไปทางหลัง นัยน์ตา ฟันเป็นฟันเขี้ยวอยู่บนขากรรไกรบนและล่าง ขอบกระดูกแก้มเป็นหนามแหลม ขอบกระดูกกระพุ้งเหงือกแข็งและคม คอดหางมีขนาดใหญ่และแข็งแรง เกล็ดใหญ่มีลักษณะสากมือ ปลากะพงขาวสามารถพบได้ทั่วไปบริเวณชายฝั่งทะเลทวีปเอเชียจนถึงตอนเหนือของทวีปออสเตรเลีย เนื่องจากเป็นปลาที่อพยพไปมาระหว่างน้ำทะเลและน้ำจืด จึงสามารถพบได้ทั้งในน้ำทะเล น้ำกร่อย และน้ำจืด (ปลาสองน้ำ) วงจรชีวิตปลากะพงขาวจะเกิดขึ้นระหว่างน้ำทะเลและน้ำจืด โดยพ่อแม่ปลาจะว่ายมาผสมพันธุ์ และวางไข่บริเวณป่าชายเลน หรือปากแม่น้ำ (ฝั่งอันดามัน ปลาผสมพันธุ์ และวางไข่ระหว่างเดือนมีนาคม-มิถุนายน และฝั่งอ่าวไทย ปลาผสมพันธุ์และวางไข่ระหว่างเดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) จากนั้นเมื่อลูกปลาเจริญเติบโตและแข็งแรงดีแล้ว จะว่ายกลับสู่ทะเล และจะกลับเข้ามาบริเวณน้ำกร่อยอีกครั้งเมื่อเข้าสู่วัยเจริญพันธุ์ สำหรับอาหารตามธรรมชาติของปลากะพงขาว ได้แก่ สัตว์น้ำโดยทั่วไป เช่น ปลา ปู หรือกุ้ง ที่มีขนาดเล็กกว่า (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กลุ่มเศรษฐกิจการประมง, 2564; วัลภา ชีววิสัย, 2550)

เนื่องจากปลากะพงขาวเป็นปลาขนาดใหญ่ สามารถอาศัยอยู่ได้ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็ม หาพันธุ์ปลาได้ง่าย เลี้ยงง่าย โตเร็ว เนื้อมีรสชาติดี สามารถประกอบอาหารได้หลายอย่าง และราคาค่อนข้างสูง จึงเหมาะกับการเป็นปลาเศรษฐกิจที่ควรส่งเสริมให้มีการเพาะเลี้ยงในพื้นที่ชายฝั่งทะเล ในประเทศไทยพบการกระจายตัวของปลากะพงขาวตามธรรมชาติอยู่ทุกจังหวัดที่มีพื้นที่ชายทะเลในบริเวณแหล่งน้ำที่ไม่ไกลจากชายฝั่งทะเล ได้แก่ บริเวณปากแม่น้ำ ป่าชายเลน ลำคลอง และทะเลสาบ โดยการแยกกันออกหากิน ยกเว้นขณะผสมพันธุ์ที่มักรวมกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ

การเลี้ยงปลากะพงขาวในประเทศไทยนิยมเลี้ยง 2 แบบ คือ 1) การเลี้ยงในบ่อดิน นิยมเลี้ยงในนาข้าว หรือนากุ้งหรือบ่อดินเฉพาะในภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศ และ 2) การเลี้ยงในกระชัง นิยมเลี้ยงบริเวณชายฝั่งทะเลภาคใต้ของประเทศ ทั้งนี้การเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังยังแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะตามสภาพแหล่งน้ำ คือ 2.1) กระชังอยู่กับที่ เป็นกระชังที่ผูกยึดกับเสาไม้หรือเหล็กที่ปักไว้กับพื้นดิน เหมาะกับแหล่งน้ำที่ระดับน้ำขึ้นและน้ำลงไม่ต่างกันมาก รวมถึงแหล่งน้ำมีระดับความลึกเหมาะสมที่สามารถปักเสากับพื้นดินได้ (โดยทั่วไปไม่เกิน 2 เมตร) และ 2.2) กระชังลอยน้ำ เป็นกระชังที่ผูกติดกับวัสดุลอยน้ำ เช่น โป๊ะ ทุ่นลอยน้ำ หรือ แพ เหมาะกับแหล่งน้ำที่มีความต่างของระดับน้ำขึ้นสูงสุดและน้ำลงต่ำสุดมากกว่า 1 เมตรขึ้นไป หรือแหล่งน้ำที่ระดับน้ำสูงกว่า 2 เมตรขึ้นไปไม่สะดวกต่อการปักเสา โดยขนาดของกระชังจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแหล่งน้ำและจำนวนปลาที่ต้องการเลี้ยงในกระชัง (โดยทั่วไปมีความกว้างและยาวอยู่ระหว่าง

3-8 เมตร และสูงไม่เกิน 2 เมตร) (ณาดยา ศรีจันทิก และจิตติมา เอียดแก้ว, 2565; สำนักวิจัยและพัฒนาประมงชายฝั่ง, 2562; Tookwinas, 1989)

ขั้นตอนการเลี้ยงปลากะพงขาวเริ่มจากการคัดขนาดและปล่อยลูกปลาลงกระชัง ซึ่งลูกปลาที่ปล่อยลงกระชังควรมีขนาดใกล้เคียงกัน และมีขนาดระหว่าง 1.5-15 ซม. มีอัตราความหนาแน่นของลูกปลาอยู่ระหว่าง 100-300 ตัวต่อตารางเมตร ขึ้นอยู่กับขนาดลูกปลาและคุณภาพน้ำเป็นสำคัญ สำหรับอาหารที่ใช้เลี้ยงปลาเป็นเนื้อปลาสด หรืออาหารผสมแบบเปียก หรืออาหารสำเร็จรูปให้อาหารวันละ 2 ครั้งเช้า-เย็น โดยระยะเวลาในการเลี้ยงประมาณ 6-8 เดือน จะได้ปลาตามขนาดที่ตลาดต้องการที่ 500-800 กรัม แต่หากจะเลี้ยงเป็นพ่อแม่พันธุ์จะใช้เวลา 3-5 ปี

การตลาดปลากะพงขาว

สถิติการประมงแห่งประเทศไทย พ.ศ.2564 ระบุว่า ปลากะพงขาวเป็นปลาทะเลหน้าดินที่มีปริมาณการจับและเพาะเลี้ยงมากที่สุดเป็นอันดับแรก และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2560 มีปริมาณการจับและเพาะเลี้ยงประมาณ 20,500 ตัน กระทั่งในปี พ.ศ. 2564 มีปริมาณการจับและเพาะเลี้ยงเพิ่มขึ้นเป็น 50,700 ตัน สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรรวม 5,389 ล้านบาท (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง, 2565) ผลผลิตปลากะพงขาวจากการเพาะเลี้ยงปี พ.ศ. 2566 มีปริมาณ 53,420 ตัน มูลค่า 6,177 ล้านบาท ซึ่งมีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2565 ร้อยละ 2.9 และ 2.0 ตามลำดับ และมีจำนวนฟาร์มเพาะเลี้ยงปลากะพงขาว 6,101 ฟาร์ม รวมเนื้อที่เพาะเลี้ยง 27,290 ไร่ ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงจากปี พ.ศ.2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 และ 1.5 ตามลำดับ ขณะที่ราคาขายปลากะพงขาวที่เกษตรกรขายได้ในปี พ.ศ.2566 มีราคาเฉลี่ย 128 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งแม้ว่าราคาขายจะลดลงกว่าปี พ.ศ.2565 ร้อยละ 0.8 แต่มีแนวโน้มที่ดีจากราคาในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ.2566 ที่มีราคาเพิ่มขึ้น (ราคาเฉลี่ย 134 บาทต่อกิโลกรัม) จึงคาดหมายว่าสถานการณ์ราคาขายปลากะพงขาวที่เกษตรกรขายได้จะมีราคาเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2567 ขณะที่ราคาขายส่งปลากะพงขาวในปี พ.ศ.2566 มีราคา 166 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2565 และมีราคาขายปลีกสูงถึง 173 บาทต่อกิโลกรัม (กนกอร ยางป้อม, 2567) แสดงให้เห็นว่า ตลาดปลากะพงขาวมีความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในการบริโภค และมีปริมาณการขายและมูลค่าสินค้าสูงขึ้นทุกปี

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

ต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่อาจจะอยู่ในรูปของเงินสด หรือสิ่งเทียบเท่าเงินสดที่สูญเสียหรือจ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจทั้งในปัจจุบันหรืออนาคต การรับรู้มูลค่าต้นทุน มี 2 ลักษณะ คือ รับรู้เป็นสินทรัพย์ (กรณีกิจการยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับ) และรับรู้เป็นค่าใช้จ่าย (กรณีกิจการได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับมาแล้วหรือสิ่งที่ได้รับไม่เกิดประโยชน์) (สุพะยอม นาจันทร์ และคณะ, 2562; ศรีสุตา อาชวานันทกุล, 2566)

การวิเคราะห์ต้นทุนตามพฤติกรรม เป็นการพิจารณาว่า ต้นทุนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามระดับของกิจกรรมหรือระดับของตัวหลักต้นทุนที่เกิดขึ้นหรือไม่ ซึ่งจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) เป็นต้นทุนการผลิตที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรมหรือปริมาณของตัวหลักต้นทุนในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ซึ่งเกิดจากปัจจัยการผลิตที่มีอายุการใช้งานมากกว่าหนึ่งรอบระยะเวลาของการดำเนินงาน ผู้ผลิตจะต้องเสียต้นทุนในจำนวนที่คงที่ เช่น ค่าบำรุงรักษา ค่าเสื่อมราคา ค่าเช่า ซึ่งไม่ผันแปรไปตามจำนวนหน่วยการผลิต ต้นทุนคงที่สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 รูปแบบ คือ ต้นทุนคงที่ที่เป็นเงินสด ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตจ่ายออกไปจริงเป็นเงินสดจำนวนคงที่ และต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายจำนวนคงที่ที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายออกไปจริงในรูปของเงินสด หรือเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ได้จากการประเมิน เช่น ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง (Straight Line Method) (พงศ์พรต ฉัตรภรณ์ และคณะ, 2565) สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ค่าเสื่อมราคาต่อปี} = \frac{(\text{ราคาทุน} - \text{มูลค่าคงเหลือ})}{\text{อายุการใช้ประโยชน์ (ปี)}}$$

2. ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) เป็นต้นทุนการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับกิจกรรมหรือปริมาณของตัวหลักต้นทุน เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ และค่าแรงงานในการผลิตสินค้า ต้นทุนผันแปรสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ ต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสด และต้นทุนผันแปรที่ไม่เป็นเงินสด หรือค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการประเมิน ต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสด เป็นค่าใช้จ่ายผันแปรที่ผู้ผลิตจ่ายออกไปเป็นเงินสดในการซื้อปัจจัยการผลิต หรือจ่ายค่าแรงงานคนงาน ส่วนต้นทุนผันแปรที่ไม่เป็นเงินสดหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการประเมิน เป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตมิได้จ่ายออกไปจริงในรูปของเงินสด เช่น ค่าแรงงานตนเอง หรือค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนหมุนเวียนในกิจการ เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ต้นทุนการเลี้ยงปลากระชังในกระชัง คือ ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่เป็นตัวเงินและไม่ได้เป็นตัวเงินที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลากระชังในกระชัง ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร โดยต้นทุนคงที่ในการเลี้ยงปลากระชังในกระชัง คือ ค่าใช้จ่ายคงที่ที่เป็นเงินสด และไม่เป็นเงินสด ที่เกษตรกรต้องจ่ายไม่ว่าจะทำการเลี้ยงปลากระชังในปริมาณมากน้อยเพียงใดก็ตาม ได้แก่ ค่าเสื่อมราคากระชัง ตามอายุการใช้งานของกระชังแต่ละประเภท และค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้แก่ พุนลอย โฟม (ใช้แทนพุนลอย) อวน ลังตองหัวปลา เรือ เครื่องบดอาหารปลา และตาข่าย ส่วนต้นทุนผันแปรในการเลี้ยงปลากระชังในกระชัง คือ ค่าใช้จ่ายที่เกษตรกรจ่ายออกไปเป็นเงินสดเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตในการเลี้ยงปลากระชัง ซึ่งมูลค่ามากขึ้นอยู่กับปริมาณการเลี้ยงปลากระชัง เช่น ค่าพันธุ์ปลา ค่าอาหารปลา ค่าวัสดุสิ้นเปลือง และค่าไฟฟ้า รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการประเมินซึ่งกิจการไม่ได้จ่ายเป็นเงินสด ได้แก่ ค่าแรงงานในครัวเรือน

ดังนั้น สมการต้นทุนที่ใช้ในการวิจัยเป็นดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ต้นทุนรวม} &= \text{ต้นทุนคงที่} + \text{ต้นทุนผันแปร} \\ \text{ต้นทุนคงที่} &= \text{ค่าเสื่อมราคากระชัง} + \text{ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์อื่น ๆ} \\ \text{ต้นทุนผันแปร} &= \text{ค่าพันธุ์ปลากะพงขาว} + \text{ค่าอาหารปลา} \\ &\quad + \text{ค่าแรงงานในครัวเรือน} + \text{ค่าวัสดุสิ้นเปลือง} + \text{ค่าไฟฟ้า}\end{aligned}$$

แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน

กิจการสามารถประเมินผลการดำเนินงานโดยการคำนวณผลตอบแทนที่ได้รับจากการดำเนินงาน ซึ่งก็คือ รายได้ที่กิจการได้รับการผลิต และจำหน่ายผลผลิตนั้น ๆ และสามารถนำมาคำนวณกำไร (ขาดทุน) สุทธิ โดยนำรายได้ทั้งหมดที่ได้รับ หักด้วยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน เพื่อจะได้ทราบว่ากิจการมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย เรียกว่า “กำไรสุทธิ” หรือ มีรายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย เรียกว่า “ขาดทุนสุทธิ” ดังนั้น การคำนวณรายได้ และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ จากการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{รายได้จากการเลี้ยงปลากะพงขาว} &= \text{จำนวนผลผลิต} \times \text{ราคาขาย} \\ \text{กำไร (ขาดทุน) สุทธิ} &= \text{รายได้จากการเลี้ยงปลากะพงขาว} - \text{ต้นทุนรวม}\end{aligned}$$

อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) คือ อัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการสร้างกำไรของกิจการ โดยการเปรียบเทียบกำไรสุทธิต่อรายได้ที่เกิดขึ้น (นนทวรรณ ยมจินดา, 2564; พงศ์พรต ฉัตรภรณ์ และคณะ, 2565)

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขายสุทธิ}} \times 100$$

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในการเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้รับจากการดำเนินกิจการกับจำนวนเงินลงทุนทั้งหมดที่ใช้เพื่อก่อให้เกิดกำไร (นนทวรรณ ยมจินดา, 2564)

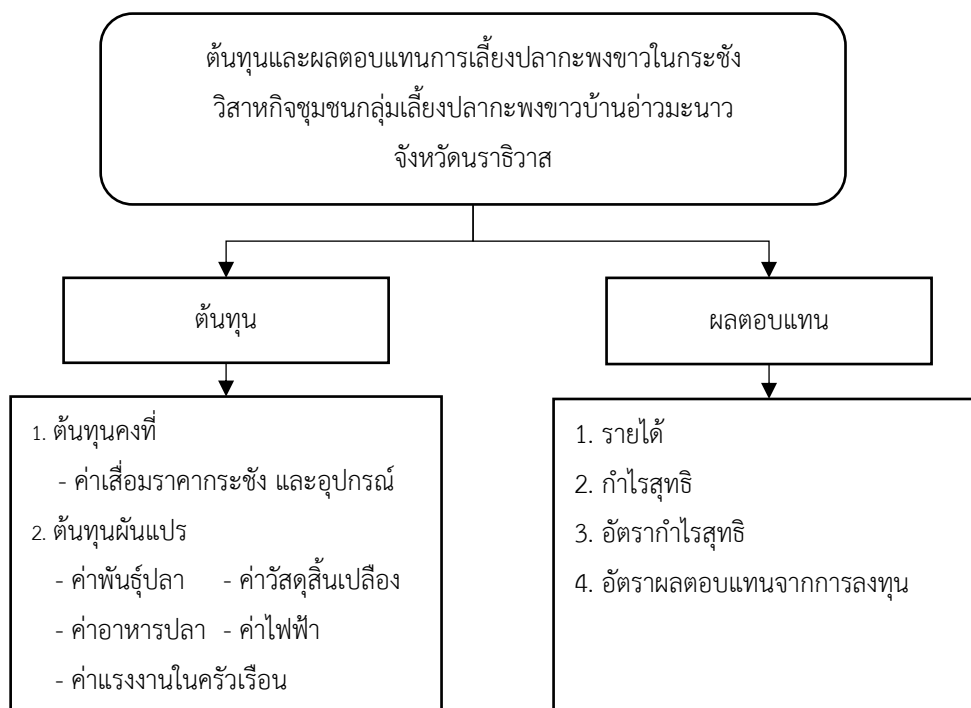
$$\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{เงินลงทุนถัวเฉลี่ย}} \times 100$$

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังได้รับความสนใจจากนักวิจัยมากมาย และทำการศึกษาในหลากหลายพื้นที่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กลุ่มเศรษฐกิจการประมง (2564) ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง จังหวัดสงขลา โดยเก็บตัวอย่างจากเกษตรกรในพื้นที่อำเภอเทพา อำเภอจะนะ อำเภอเมือง และอำเภอสิงหนคร จำนวน 47 ราย ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง (ขนาดปลาจาน) โดยเฉลี่ย 35,382.31 บาทต่อกระชัง (ต้นทุนผันแปรร้อยละ 96.86 และต้นทุนคงที่ร้อยละ 3.14)

ต้นทุนหลัก คือ ค่าอาหาร รองลงมา คือ ค่าลูกพันธุ์ ค่าจ้างแรงงาน ค่าจับปลา ตามลำดับ เกษตรกรมีรายได้ 41,103.40 บาทต่อกระชัง มีกำไรจากการเลี้ยงโดยเฉลี่ย 5,721.19 บาทต่อกระชัง อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนคิดเป็นร้อยละ 16.17 ชัลมา หนุ่ยโศด และ เสาวลักษณ์ จันทรประสิทธิ์ (2564) ทำการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และความคุ้มค่าในการลงทุน โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 45 ราย ผลการศึกษาพบว่า การเพาะเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังสามารถสร้างรายได้ 137,600 บาทต่อกระชัง ใช้ต้นทุนโดยเฉลี่ย 88,090.61 บาทต่อกระชัง (ต้นทุนผันแปรร้อยละ 97.54 และต้นทุนคงที่ร้อยละ 2.46) มีกำไรจากการเลี้ยงโดยเฉลี่ย 49,509.39 บาทต่อกระชัง (อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนคิดเป็นร้อยละ 56.20) ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของการลงทุนการเพาะเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง โดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 7 และอายุโครงการ 8 ปี พบว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 61 และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (B/C Ratio) เท่ากับ 1.87 เช่นเดียวกับณัฐธยาน์ อ่อนแก้ว (2565) ทำการศึกษารูปแบบวิธีการเลี้ยง การลดต้นทุน และการนำเทคโนโลยีเข้าไปช่วยการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง 6 ราย นักวิชาการประมงจังหวัดสงขลา 1 ราย และผู้ค้าปลากะพง 6 ราย รวมทั้งสิ้น 13 ราย ผลการศึกษาพบว่า มีต้นทุนเฉลี่ย 180,690 บาทต่อกระชัง (ต้นทุนผันแปรร้อยละ 72.34 และต้นทุนคงที่ร้อยละ 27.66) โดยต้นทุนที่ใช้จ่ายมากที่สุดเป็นค่าอาหารปลา (ร้อยละ 43.40 ของต้นทุนทั้งหมด) สอดคล้องกับผลการศึกษาของวัลภา ชีวภิสิทธิ์ (2550) ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และแนวทางการจัดการการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังของเกษตรกร ในพื้นที่ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 85 ราย ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนการผลิตปลากะพงขาวในกระชังเฉลี่ยต่อตารางเมตร เป็นจำนวนเงิน 5,302.01 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนคงที่ 559.21 บาทต่อตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 10.55 ต้นทุนผันแปร 4,742.8 บาทต่อตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 89.45 โดยต้นทุนผันแปรที่มีสัดส่วนสูงที่สุด คือ ค่าอาหารปลา มีจำนวน 3,456 บาทต่อตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 65.18 รองลงมาได้แก่ ค่าแรงงาน 720 บาทต่อตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 13.58

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเกษตรกรสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากระชังบ้านอ่าวมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 43 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยเริ่มจากตัวแทนกลุ่มเกษตรกรของวิสาหกิจชุมชน และอาศัยการแนะนำสมาชิกเกษตรกรคนต่อไป เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการจนครบจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ที่ได้จากการสังเกตและการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลากระชัง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังของเกษตรกรสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังบ้านอ่าวมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ จังหวัดนราธิวาส ซึ่งประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสังเกตการณ์ (Observation) และจดบันทึกการดำเนินงานเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังของเกษตรกรสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังบ้านอ่าวมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ จังหวัดนราธิวาส เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept Interview) เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยเริ่มสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเกษตรกรซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นเลขาธิการของวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกเกษตรกรคนต่อไปที่ผู้ให้สัมภาษณ์แนะนำ ตามข้อคำถามจากแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น และรวบรวมข้อมูลโดยการจดบันทึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชัง และการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนตามวิธีของเกษตรกร และตามหลักการบัญชี จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากระพงขาวบ้านอ่าวมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ จังหวัดนราธิวาส จำนวน 18 ราย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชัง

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 18 คน มีจำนวนกระชังเลี้ยงปลากระพงขาวรวมทั้งสิ้น 67 กระชัง ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังเฉลี่ย 21,229.44 บาทต่อคน หรือคิดเป็นจำนวนเงินลงทุนเฉลี่ย 5,703.43 บาทต่อกระชัง

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชัง

รายการ	จำนวน
อัตราการปล่อยพันธุ์ปลา (ตัวต่อกระชัง)	200 - 250
ราคาพันธุ์ปลาเฉลี่ย (บาทต่อตัว)	13
ระยะเวลาในการเลี้ยงต่อรอบ (เดือน)	7
ผลผลิตปลากระพงขาวเฉลี่ยต่อกระชัง (กิโลกรัม)	132.36

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง (ต่อ)

รายการ	จำนวน
น้ำหนักปลากะพงขาวเฉลี่ย (กิโลกรัมต่อตัว)	0.78
อัตราการรอดเฉลี่ย (ร้อยละ)	77.56
ราคาจำหน่ายเฉลี่ย (บาทต่อกิโลกรัม)	131.65

ที่มา : จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่วมมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ จังหวัดนราธิวาส

กระชังเลี้ยงปลาที่เกษตรกรใช้มี 3 ประเภท ได้แก่ กระชังเหล็ก กระชังไม้เสมีด และกระชังไม้ไผ่ ขนาดกระชัง 3 x 3 x 2 เมตร และ 4 x 4 x 2 เมตร ซึ่งกระชังแต่ละประเภทมีอายุการใช้งาน และราคาที่แตกต่างกันเล็กน้อยตามลำดับ ดังนี้ กระชังเหล็ก อายุการใช้งาน 8 ปี ราคาทุน 4,880 บาท กระชังไม้เสมีด อายุการใช้งาน 3 ปี ราคาทุน 500 บาท และกระชังไม้ไผ่ อายุการใช้งาน 1 ปี ราคาทุน 380 บาท นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลา ได้แก่ เรือ อายุการใช้งาน 12 ปี เครื่องบดอาหารปลา และถังตองหัวปลา อายุการใช้งาน 10 ปี ฟันลอย และอวน อายุการใช้งาน 5 ปี โฟม (ใช้แทนฟันลอย) อายุการใช้งาน 4 ปี ตาข่าย อายุการใช้งาน 3 ปี เชียง มีด และถังน้ำ อายุการใช้งาน 1 ปี อัตราการปล่อยพันธุ์ปลาเฉลี่ย 200 - 250 ตัวต่อกระชัง ขนาดพันธุ์ปลา 4-5 นิ้ว ราคาตัวละ 13 บาท โดยซื้อจากศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงทะเลนราธิวาส ฟาร์มเอกชนจังหวัดปัตตานี และสตูล ประเภทอาหารที่ใช้เลี้ยงปลากะพงขาว คือ ปลาเป็ด ราคาปลาเป็ดเฉลี่ย 6 บาทต่อกิโลกรัม ระยะเวลาในการเลี้ยงเฉลี่ย 7 เดือนต่อรอบ ผลผลิตเฉลี่ยต่อกระชัง 132.36 กิโลกรัม อัตราการรอดเฉลี่ยร้อยละ 77.56 ขนาดผลผลิต (น้ำหนักปลากะพง) 0.70 - 0.80 กิโลกรัมต่อตัว ขนาดผลผลิต (น้ำหนักปลากะพง) โดยเฉลี่ย 0.78 กิโลกรัม ราคาจำหน่ายอยู่ระหว่าง 125 - 138 บาทต่อกิโลกรัม ราคาจำหน่ายโดยเฉลี่ย 131.65 บาทต่อกิโลกรัม

ส่วนที่ 2 ต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 18 คน พบว่า มีข้อมูลต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวในรอบการเลี้ยง 7 เดือน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังต่อรอบ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าเสื่อมราคากระชัง	21,323.34
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์อื่น ๆ	44,436.72
ค่าพันธุ์ปลา (14,700 ตัว x 13 บาท)	191,100
ค่าอาหารปลา (86,663 กิโลกรัม x 6 บาท)	519,978

ตารางที่ 2 แสดงต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังต่อรอบ (ต่อ)

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าแรงงานในครัวเรือน (210 วัน x 40 บาท x 18 คน)	151,200
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	8,510
ค่าไฟฟ้า	4,199.58

ที่มา : จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่าวมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ จังหวัดนราธิวาส

ตารางที่ 3 แสดงต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังต่อกระชัง

รายการ	ตามวิธีเกษตรกร		ตามหลักการบัญชี	
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
ต้นทุนคงที่	-	-	981.49	6.99
- ค่าเสื่อมราคากระชัง	-	-	318.26	2.27
- ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์อื่น ๆ	-	-	663.23	4.72
ต้นทุนผันแปร	10,613.11	100	13,059.52	93.01
- ค่าพันธุ์ปลา	2,852.24	26.87	2,852.24	20.31
- ค่าอาหารปลา	7,760.87	73.13	7,760.87	55.27
- ค่าจ้างแรงงานในครัวเรือน	-	-	2,256.72	16.07
- ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	-	-	127.01	0.91
- ค่าไฟฟ้า	-	-	62.68	0.45
ต้นทุนรวม	10,613.11	100	14,041.01	100

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 3 พบว่า ต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังของเกษตรกรกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่าวมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ จังหวัดนราธิวาส แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ต้นทุนคงที่ ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีอายุการใช้ประโยชน์มากกว่าหนึ่งปี ได้แก่ กระชัง ทุ่นลอย โฟม (ใช้แทนทุ่นลอย) ลังตองหัวปลา อวน เรือ เครื่องบดอาหารปลา และตาข่าย ซึ่งการคำนวณต้นทุนตามวิธีเกษตรกรจะไม่มีแนวคิดต้นทุนคงที่แต่อย่างใด ในขณะที่การคำนวณต้นทุนตามหลักการบัญชีจะมีต้นทุนคงที่เฉลี่ย 981.49 บาทต่อกระชัง

2. ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย ค่าพันธุ์ปลา 2,852.24 บาทต่อกระชัง (191,100 บาท/67 กระชัง) ค่าอาหารปลา 7,760.87 บาทต่อกระชัง (519,978 บาท/67 กระชัง) ค่าแรงงานในครัวเรือน 2,256.72 บาทต่อกระชัง (151,200 บาท/67 กระชัง) ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (ค่ายา ค่าน้ำแข็ง) 127.01 บาทต่อกระชัง (8,510 บาท/67 กระชัง) และค่าไฟฟ้า 62.68 บาทต่อกระชัง (4,199.58 บาท/67 กระชัง) การคำนวณต้นทุนตามวิธี

เกษตรกรมีต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 10,613.11 บาทต่อกระชัง ในขณะที่การคำนวณต้นทุนตามหลักการบัญชีจะมีต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 13,059.52 บาทต่อกระชัง

ส่วนที่ 3 ผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง

ตารางที่ 4 แสดงผลตอบแทนจากการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง

รายการ	จำนวน
รายได้จากการเลี้ยงปลากะพงขาวต่อกระชังเฉลี่ย (บาท)	17,564.63
กำไรสุทธิต่อกระชังเฉลี่ย (บาท)	3,523.62
กำไรสุทธิต่อกิโลกรัมเฉลี่ย (บาท)	26.62
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	20.06
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ร้อยละ)	18.78

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง พบว่า เกษตรกรมีรายได้จากการเลี้ยงปลากะพงขาวทั้งสิ้นจำนวน 1,176,830 บาท คิดเป็นรายได้จากการเลี้ยงปลากะพงขาวเฉลี่ย 17,564.63 บาทต่อกระชัง มีผลกำไรสุทธิเฉลี่ย 3,523.62 บาทต่อกระชัง คำนวณจากรายได้จากการเลี้ยงปลากะพงขาวเฉลี่ยต่อกระชัง หักด้วยต้นทุนรวมต่อกระชัง (17,564.63 - 14,041.01) หรือคิดเป็นกำไรสุทธิเฉลี่ย 26.62 บาทต่อกิโลกรัม คำนวณจากกำไรสุทธิเฉลี่ยต่อกระชังหารด้วยผลผลิตปลากะพงขาวเฉลี่ยต่อกระชัง (3,523.62 บาท/132.36 กิโลกรัม) คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ ร้อยละ 20.06 และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 18.78

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวบ้านอ่าวมะนาว ตำบลกะลุวอเหนือ จังหวัดนราธิวาส พบว่า ต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงขาวมีจำนวน 14,041.01 บาทต่อกระชัง และสัดส่วนเกินกว่ากึ่งหนึ่งของต้นทุนรวมคือ ค่าอาหารปลา (ร้อยละ 55.27) รองลงมาคือ ค่าพันธุ์ปลา (ร้อยละ 20.31) สอดคล้องกับวัลภา ชีวภิสิทธิ์ (2550) และ ณัฐธยาน์ อ่อนแก้ว (2565) ซึ่งพบว่า ค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นต้นทุนหลักของการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง คือ ค่าอาหารปลา และค่าพันธุ์ปลา ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบวิธีการคำนวณต้นทุนตามวิธีของเกษตรกร และการคำนวณต้นทุนตามหลักการบัญชี พบว่า ต้นทุนรวมที่คำนวณตามวิธีของเกษตรกร (10,613.11 บาท) ต่ำกว่าต้นทุนรวมตามหลักการบัญชี (14,041.01 บาท) เป็นจำนวนเงิน 3,427.90 บาท ทั้งนี้เนื่องจากการคำนวณต้นทุนตามวิธีของเกษตรกรไม่ได้รวมค่าใช้จ่ายบางส่วนที่ถือเป็นต้นทุนตามหลักการบัญชี ได้แก่ ค่าเสื่อมราคากระชังและอุปกรณ์ ค่าจ้างแรงงานในครัวเรือน ค่าวัสดุสิ้นเปลือง และค่าไฟฟ้า ทำให้ผลการวิเคราะห์ต้นทุนมีความแตกต่างกัน ซึ่งข้อแตกต่างดังกล่าวทำให้เกิดความเข้าใจผิดในการประเมินผลตอบแทนจากการดำเนินงานได้

กล่าวคือ จากการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการเลี้ยงปลากระพงขาว พบว่า เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยจากการเลี้ยงปลากระพงขาว 17,564.63 บาทต่อกระชัง เมื่อพิจารณาตามหลักการบัญชี เกษตรกรจะมีกำไรสุทธิเฉลี่ย 3,523.62 บาทต่อกระชัง แต่หากพิจารณาตามวิธีของเกษตรกรซึ่งมีการคำนวณต้นทุนที่ไม่เป็นไปตามหลักการบัญชี จะส่งผลให้จำนวนกำไรสุทธิเฉลี่ยที่คำนวณได้มีจำนวน 6,951.52 บาทต่อกระชัง หรือ จำนวน 52.52 บาทต่อกิโลกรัม อัตรากำไรสุทธิร้อยละ 39.58 มากกว่ากำไรสุทธิเฉลี่ย และอัตรากำไรสุทธิตามหลักการบัญชีหนึ่งเท่า

ผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชัง มีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 18.78 สอดคล้องกับรายงานการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังจังหวัดสงขลา โดยกลุ่มเศรษฐกิจการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง (2564) และการศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากระพง ปลานิล และปลากดเหลือง โดยนิชาภัทร บุญรัตน์ และคณะ (2566) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนการเลี้ยงปลากระพงคิดเป็นร้อยละ 16.17 เมื่อเปรียบเทียบกับการนำเงินลงทุนไปก่อให้เกิดรายได้โดยวิธีอื่น เช่น การนำเงินไปฝากธนาคารบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ จะได้รับดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 0.25 ก็ถือว่าการลงทุนเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังก็ยังสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับเกษตรกรได้มากกว่า

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังของเกษตรกรสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากระพงขาวบ้านอ่าวมะนาว จังหวัดนราธิวาส สามารถสรุปได้ว่า ต้นทุนการเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังที่เกษตรกรคำนวณตามวิธีการดั้งเดิมมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการคำนวณต้นทุนตามหลักการบัญชี ส่งผลให้เกษตรกรรับรู้ผลตอบแทน ได้แก่ กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ สูงกว่าผลตอบแทนตามหลักการบัญชีถึงหนึ่งเท่า ซึ่งคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง หากนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้อาจส่งผลให้การพิจารณาดำเนินธุรกิจเลี้ยงปลากระพงขาวในรอบถัดไปมีความผิดพลาดได้ อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน การเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังเป็นอาชีพที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน เหมาะสมแก่การส่งเสริมให้นำไปประกอบเป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพเสริม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชน แต่เกษตรกรจำเป็นต้องมีองค์ความรู้ ทักษะ และการบริหารจัดการที่ดี เพื่อเพิ่มโอกาสการประสบความสำเร็จในธุรกิจต่อไป

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของการเก็บข้อมูล เนื่องจากอยู่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 (ระหว่างเดือนมกราคม - มีนาคม 2565) ทำให้นักวิจัยไม่สามารถปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเต็มที่ ส่งผลต่อความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้รับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. เกษตรกรควรเปลี่ยนวิธีการรับรู้ต้นทุนให้ถูกต้องตามหลักการบัญชี เพื่อที่จะได้สามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล
2. เกษตรกรสามารถนำผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังไปใช้ในการวางแผนการลงทุนในธุรกิจ เช่น การเพิ่มรอบการเลี้ยงจาก 1 รอบ เป็น 2 รอบ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนเพิ่มขึ้น
3. หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนในชุมชน ในเชิงลึกต่อไป เช่น การพัฒนาอาหารปลา หรือการจัดหาผู้รวบรวมอาหารปลา เพื่อลดต้นทุนการเลี้ยงปลากะพง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับผู้สนใจการทำวิจัยเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงในกระชังในครั้งต่อไป ควรเพิ่มประเด็นอื่น ๆ เช่น การบันทึกต้นทุนการเลี้ยงปลากะพงในกระชัง เพื่อใช้เป็นต้นแบบในการบันทึกต้นทุนให้กับเกษตรกร การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของเกษตรกร เพื่อให้ทราบปัญหาเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และหาแนวทางเพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น การเปรียบเทียบประเภทต้นทุน (พร้อมระบุตัวหลักต้นทุนแต่ละรายการ) กับผลการศึกษาจากงานในอดีต เพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจถึงข้อแตกต่างระหว่างการศึกษาแต่ละงาน อีกทั้งจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจประกอบอาชีพได้มากขึ้น

รายการอ้างอิง

- กนกกร ยางป้อม. (2567, 1 มีนาคม). สถานการณ์สินค้าปลากะพงขาวและผลิตภัณฑ์ ปี 2566. กรมประมง. <https://www.fisheries.go.th/strategy/fisheconomic/Monthly%20report/kapong/sea%20bass%20Q4-2023.pdf>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กลุ่มเศรษฐกิจการประมง. (2564). รายงานผลการศึกษาศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง จังหวัดสงขลา. <https://www.fisheries.go.th/strategy/fisheconomic/costs/.pdf>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง. (2565). สถิติการประมงแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564. https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20221129154933_1_file.pdf
- ชลมา หนุ่ยโดด และเสาวลักษณ์ จันทรประสิทธิ์. (2564). ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังกรณีศึกษา : ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 13(1), 163-176. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ecbatsu/issue/view/16565>

- ณาดยา ศรีจันทิก และจิตติมา เอียดแก้ว. (2565). โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของธุรกิจการเลี้ยงปลากะพงขาว. https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20230620134532_1_file.pdf
- ณัฐธยาน์ อ่อนแก้ว. (2565). การศึกษาแนวทางการลดต้นทุนของการเพาะเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง ตำบลเกาะยอ อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ณิชาภัทร บุญรัตน์, ซอพลาน สะตอป่า และตอริก หมาดจามัง. (2566). เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลากะพง ปลานิลและปลากดเหลือง. ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 5 (น. 155-162). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นันทวรรณ ยมจินดา. (2564). รายงานทางการเงินและการวิเคราะห์. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงศ์พรต ฉัตรภรณ์, วชิระ บุญยเนตร, แพร กิระสุนทรพงษ์ และประภาภรณ์ เกียรติกุลวัฒนา. (2565). การบัญชีการเงินเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัลภา ชีวาลีสันท์. (2550) การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และแนวทางการจัดการการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง กรณีศึกษา ทะเลสาบสงขลาตอนนอก บริเวณพื้นที่ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: กรุงเทพฯ. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/KU.the.2007.191
- ศรีสุตา อาชวานันทกุล. (2566). การบัญชีบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 2). สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992).
- สำนักวิจัยและพัฒนาประมงชายฝั่ง. (2562, 27 มิถุนายน). แนวทางการลดต้นทุนการเพาะเลี้ยงปลากะพงขาว. กรมประมง. https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20190627145218_1_file.pdf
- สุพะยอม นาจันทร์, ปทุมพร หิรัญสาตี, จุไรรัตน์ ทองบุญชู, วรกร ภูมิวิเศษ และลักขณา คำชู. (2562). ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนของกลุ่มหัตถกรรมบ้านชุมพอตำบลเกาะแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติครั้งที่ 2 “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม”, 923-939. <https://human.skr.ac.th/husoconferen ce/conf/P28.pdf>
- Tookwinas, S. (1989, February). Review of grow-out techniques under tropical conditions: experience of Thailand on Seabass (*Lates calcarifer*) and grouper (*Epinephelus malabaricus*). In Advances in Tropical Aquaculture, Workshop at Tahiti, French Polynesia, 20 Feb-4 Mar 1989.

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล Using Information Technology to Develop Organizations Building Excellence in The Digital Age

มุหัมมัดซากิร เราะห์เลบา^{1*}

Muhammadshakir Rohlaeba^{1*}

วันที่รับบทความ : 13 พฤษภาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ : 23 พฤษภาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ : 11 มิถุนายน 2567

บทคัดย่อ

การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล หรือไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่มีการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ดังนั้นองค์กรใดที่มีระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีการพัฒนาระบบสารสนเทศ และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานในองค์กร เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดเวลาการดำเนินการ และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งานทำให้ผู้ใช้งานสามารถทำงานให้เสร็จตามเวลาที่กำหนดได้ ในส่วนของผู้บริหารมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน จนทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและเติบโตได้ในยุคดิจิทัล บทความนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรม เพื่อค้นหาการให้ความรู้ที่นำไปสู่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล โดยสามารถสรุปได้ว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการจัดการทรัพยากรข้อมูล ด้านระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ด้านการวางแผนและพัฒนาระบบ ด้านระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ด้านมาตรการความปลอดภัยของข้อมูล ทำให้เกิดความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหลาย ๆ ด้าน ซึ่งระบบสารสนเทศที่จะสนับสนุนการบริหารงานการจัดการ และการปฏิบัติงานของบุคคล ประกอบด้วย ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ข้อมูล บุคลากร ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และทำให้การกระจายข้อมูลอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนเป็นสังคมสารสนเทศ การทำงานที่ไร้เงื่อนไขของเวลาและสถานที่ องค์กรควรใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาระบบสารสนเทศแบบคลาวด์คอมพิวเตอร์ ใช้ในการเก็บข้อมูล การบันทึกข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การสำรองข้อมูลและการกู้คืนข้อมูล อีกทั้งเทคโนโลยีการสื่อสารและการทำงานร่วมกันแบบเรียลไทม์ การประชุมออนไลน์ มีความจำเป็นในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานขององค์กร โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับ

¹นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุธราชบุรี

¹Master's degree student in the Master of Management program Faculty of Management Science Princess of Naradhiwas University *Corresponding author. E-mail: 6691205005@pnu.ac.th

ลักษณะและความต้องการขององค์กร ถือว่ามีความสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศและเติบโตได้ในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: เทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาองค์กร ความเป็นเลิศ

Abstract

The transition into the digital era, or Thailand 4.0, is characterized by innovation and technology-driven advancements. Organizations with efficient management systems that can quickly access information, develop information systems, and integrate information technology into their operations will enhance work efficiency, reduce processing time, and improve user convenience, enabling tasks to be completed on time. Additionally, decision-makers with access to comprehensive data can make quick, informed decisions, giving the organization a competitive edge that leads to success and growth in the digital age. This article reviews the literature to explore the knowledge that facilitates the use of information technology for organizational excellence in the digital era. Likewise, the application of information technology in operations, enhancing work efficiency, effective data management, business information systems, system planning and development, decision support systems, and the measurement of data security leads to success in utilizing information technology across many sectors. The information systems supporting organizational management, administration, and personnel operations comprise hardware, software, data, personnel, work procedures, accelerates the data transfer, transitioning to an information society, and working without regard to location or time limitations. Organizations should utilize technology to develop information systems for cloud computing for data storage, recording, processing, backup, and recovery, as well as real-time communication and collaboration technology and online meetings. It is imperative to develop information technology in organizational operations by selecting technology that suits the organization's characteristics and needs. This is crucial for driving organizations toward excellence and growth in the digital era.

Keywords: Information Technology, Organizational Development, Excellence

บทนำ

ในยุคดิจิทัลประเทศไทยก้าวเข้าสู่ความเป็นไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่มีการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันการพัฒนาประเทศเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) อีกทั้งการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาองค์กร ซึ่งมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนและทุกฝ่ายจะต้องช่วยกันพัฒนาองค์ความรู้ใหม่จากองค์ความรู้เดิมที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาและส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ มีการสร้างความเข้าใจและวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มีเป้าหมายที่จะพัฒนาระบบสารสนเทศให้เข้มแข็งและมีศักยภาพสูงสุด (ปรวีร์ เขียววิจิตร และวิโรจน์ เจริญลักษณ์, 2561) การปฏิบัติงานขององค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาความรู้ความสามารถในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานของหน่วยงานได้อย่างเหมาะสมประกอบกับเป้าหมายการปฏิบัติราชการเพื่อขับเคลื่อนการบริหารงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศบนมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของกำลังคนภาครัฐในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้กำลังคนภาครัฐปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน (สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2563)

การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศไปประยุกต์ใช้ในองค์กรด้านต่าง ๆ ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ให้สามารถที่จะทำงานร่วมกันได้ และเพื่อนำไปใช้ประมวลผลข้อมูลในงานด้านต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อต้องการให้การทำงานมีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยเทคโนโลยีที่นำมาใช้ประมวลผลหรือจัดการกับข้อมูลเพื่อให้ได้สารสนเทศที่ต้องการนั้น เรียกว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ซึ่งมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในหน่วยงานและได้เสนอแนะเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพ ดังที่พีรภรณ์ ธีรธรรมย์ (2561) ได้กล่าวว่า หน่วยงานควรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินงานของหน่วยงานทุกประเภท โดยเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังเน้นถึงความสำคัญของการสร้างความร่วมมือในการให้บริการข้อมูลแก่ประชาชน และการปรับตัวขององค์กรให้เข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นแนวทางที่เรียบง่ายแต่ก็ท้าทาย และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Big Data และ AI เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานขององค์กรในยุคปัจจุบัน (Atachi, 2565) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในอดีตมักจะเน้นเรื่องทางด้านเทคนิคเป็นจุดสำคัญ แต่ในปัจจุบันองค์กรสมัยใหม่นิยมนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในองค์กรเพื่องานบริการที่มีประสิทธิภาพ (ปิยนันท์ เสนะโท, 2563)

องค์กรสู่ความเป็นเลิศ เป็นองค์กรที่มีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพในการทำงานและมีการพัฒนาความคิดร่วมกับแนวทางปฏิบัติที่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปตามกลยุทธ์เพื่อให้ได้คุณภาพ โดยผู้นำต้องมีการบริหารงานเป็นทีมเดียวกัน (วาสนา เลิศมะเสลา และเทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์,

2561) และประสิทธิผลขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการเรียนรู้สถานการณ์ แนวคิด เทคนิค การดำเนินงาน และเทคโนโลยี ปัจจัยสำคัญที่สรรสร้างให้เกิดนวัตกรรม คือ บุคลากร ปัญญาความรู้ และทักษะความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ที่ขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง (อภิรักษ์ บุปผาชื่น, 2563) ซึ่งองค์กรมีวิธีการสร้างและจัดการความรู้ด้วยวิธีการรวบรวมและถ่ายทอดความรู้ของบุคลากรในองค์กรจาก แหล่งต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้ใหม่ มีการถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวข้องระหว่างองค์กร เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรม และวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรมีวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) โดยการรวบรวมแหล่งความรู้และ ข้อมูลจากภายในและภายนอกองค์กร การค้นหาวิธีการทำงานที่เป็นเลิศและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งส่งผลให้ องค์กรมีพนักงานที่มีความรู้และทักษะที่ทันสมัย และสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ได้ (รัตติกาล โสวะภาส และคณะ, 2566) และการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานช่วยให้ข้อมูลเปลี่ยนเป็น สารสนเทศที่ถูกจัดการและสามารถนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประมวลผลให้เกิดความรู้ นำมาประยุกต์ใช้ ในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง โดยสถานศึกษาควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานทั้ง ด้านการเรียนการสอนและการบริหารงานภายในองค์กร เพื่อสนับสนุนนโยบายขององค์กรให้ก้าวไปข้างหน้า อย่างรวดเร็วพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ได้ (จินตหรา แสงทะรา, 2563)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนา องค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล ซึ่งในการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะใหม่ ๆ มีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะความสามารถในการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ และการปรับตัวเป็นองค์กรดิจิทัล ซึ่งเป็นอีก โอกาสหนึ่งในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรทั้งในภาครัฐและเอกชน ซึ่งใน บทความนี้ได้มีการทบทวนวรรณกรรม จากการศึกษา สืบค้นและทำความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศเพื่อการสร้างการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล ซึ่งทั้งหมดได้นำมา กำหนดให้เป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี ที่จะสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรสามารถ พัฒนาตัวเองให้เป็นเลิศในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ในยุคดิจิทัล โดยมีเนื้อหาประกอบไปด้วยความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ วิวัฒนาการของเทคโนโลยี สารสนเทศ องค์ประกอบของเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเดินทางสู่นาคต องค์กรประกอบสำคัญเพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ความหมายของการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ และ หลักในการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศเพื่อความอยู่รอดในยุคดิจิทัล

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างกว้างขวางในการทำงานและการใช้ ชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา ซึ่งสาเหตุก็เพราะเทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นเครื่องมืออันสำคัญของการ

ทำงานเกือบทุกด้าน นับตั้งแต่ในเรื่องของการศึกษา การพาณิชย์ธุรกิจ ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม ด้านสาธารณสุข ด้านการวิจัยและพัฒนาต่าง ๆ ตลอดจนด้านการเมือง และงานการบริหารราชการ ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้าไปช่วยในการทำงานนั้น ๆ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศจึงนับได้ว่ามีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในงานด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการวางแผน สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการองค์กร การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการผลิตสินค้า การตลาด เป็นต้น ด้านการตัดสินใจสามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการตัดสินใจเพื่อเลือกแนวทาง หรือทางเลือกที่มีปัญหาน้อยที่สุดในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งการที่มีสารสนเทศที่สมบูรณ์ ทันสมัยและครบถ้วนจะช่วยให้การตัดสินใจถูกต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นหรือแม้กระทั่งการดำเนินงานสามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น ใช้เพื่อควบคุมหรือติดตามผลการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร (พัฒน์พงษ์ อินทนนท์, 2565)

เทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยี หมายถึง การนำวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในวงการต่าง ๆ หรือนำมาใช้ในสาขาต่าง ๆ เมื่อนำมาใช้แล้วจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบที่ปฏิบัติอยู่ ถ้าหากนำเทคโนโลยีมาใช้แล้วแต่วิธีการทำงานยังคงเหมือนเดิมอย่างที่เคยปฏิบัติมาหากเป็นอย่างนี้ไม่นับว่าเป็นเทคโนโลยี โดยเทคโนโลยีสามารถจำแนกได้ 5 ความหมาย คือ 1) เป็นระบบวิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับเทคนิค 2) เป็นการนำเอาวิธีการทางวิทยาศาสตร์มาใช้แก้ปัญหาเชิงปฏิบัติ 3) เป็นการจัดระบบข้อเท็จจริงและหลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้เพื่อจุดประสงค์ในทางปฏิบัติและอาจรวมถึงหลักการที่ก่อให้เกิดผลทางการเรียนการสอน 4) เป็นการนำเอาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และวิธีระบบมาใช้ 5) เป็นการนำเอาความรู้ด้านตรรกศาสตร์ คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์มาใช้เพื่อให้เกิดความเจริญทางวัตถุ (Good, 1959) โดยที่เทคโนโลยีสารสนเทศนั้น (Information Technology) คือการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสารสนเทศ ทำให้สารสนเทศมีประโยชน์และใช้งานได้กว้างขวางมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศรวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ที่จะรวบรวม จัดเก็บ ใช้งาน ส่งต่อ หรือสื่อสารระหว่างกันในระบบสารสนเทศนั้นประกอบด้วย 5 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ บุคลากร ขั้นตอนการทำงาน ซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และข้อมูล ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของประชาชน ทั้งด้านการติดต่อสื่อสาร การเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ การดำเนินธุรกิจ และอื่น ๆ อีกนับไม่ถ้วน (มาริษา นันทรัตน์, 2565) คือสิ่งที่ทำให้มนุษย์มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ช่วยทำให้เกิดความสะดวกแก่บุคคลที่ใช้งาน ทำให้มีความคล่องตัวและความสะดวกรวดเร็วมากขึ้นต่อการทำกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน (Nopparat, 2565) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการจัดการข้อมูลสารสนเทศ ตั้งแต่การเข้าถึง จัดเก็บ รวบรวม บันทึก จัดการ วิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูล เพื่อเพิ่มคุณค่าและประโยชน์ให้กับข้อมูล โดยเชื่อมโยงกับสื่อต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ วิทยุ โทรศัพท และหนังสือพิมพ์ เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและกระบวนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ใช้ในการจัดการบุคลากรและกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ข้อมูล (พระมหากันดินันท์ เสงสุกุล, 2564) ดังนั้นเทคโนโลยี

สารสนเทศ คือ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสาร การจัดเก็บ การนำไปใช้ ประมวลผล ค้นคืน นำเสนอ ระบบสื่อสารต่าง ๆ จากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งหรือหลายคนทำให้เกิดความแม่นยำ รวดเร็ว ถูกต้อง ทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทุกระดับบุคคลและองค์กร ซึ่งครอบคลุมถึงการบริหารจัดการฐานข้อมูลในทุกระดับ (จิรัฐภูมิ คล่องแคล่ว, 2563)

วิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ

ครูจุม ใจบุญ (ม.ป.ป) ได้กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันและการดำเนินชีวิตในปัจจุบันอย่างมาก ตั้งแต่เริ่มต้นของเทคโนโลยีสารสนเทศในราวปี พ.ศ. 2500 โดยมีการใช้โทรศัพท์เพื่อการสื่อสาร และเริ่มมีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยประมวลผลข้อมูล จนเข้าสู่ยุคของการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศแบบสื่อประสม จนกระทั่งปี พ.ศ.2528 กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดให้มีการเรียนคอมพิวเตอร์ให้นักเรียนทุกคนต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศและนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณธรรม และมีจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ ปัทมาพร สุรวิทย์ (2556) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการจัดการมากที่สุด คือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ มีการเรียงลำดับโดยแบ่งเป็นยุคต่าง ๆ ได้ดังนี้

ยุคแรก เรียกว่า ยุคการประมวลผลข้อมูล(Data Processing Era) เป็นยุคที่ใช้ในการคำนวณและการประมวลผลข้อมูล

ยุคที่ 2 เรียกว่ายุคของการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการตัดสินใจดำเนินการควบคุม ติดตามผล และวิเคราะห์ผลงานของผู้บริหารระดับต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่า ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System : MIS)

ยุคที่ 3 เรียกว่ายุคของการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการจัดการทรัพยากรสารสนเทศ (Information Resource Management) เพื่อเรียกใช้สารสนเทศที่จะนำมาช่วยในการตัดสินใจเพื่อนำพาหน่วยงานไปสู่ความสำเร็จ

ยุคปัจจุบัน เป็นยุคที่มีความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสูงมาก มีการขยายขอบเขตในส่วนของ การประมวลผลข้อมูลไปสู่การสร้างและการผลิตสารสนเทศทำให้สามารถสร้างทางเลือกและรูปแบบใหม่ของสินค้าและบริการ ซึ่งเรียกว่ายุคเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) หรือยุคไอที ซึ่งเป็นยุคที่มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์และระบบการสื่อสารโทรคมนาคมเป็นเครื่องมือช่วยในการจัดทำระบบสารสนเทศ และเน้นความคิดเรื่องการให้บริการสารสนเทศแก่ผู้ใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

องค์ประกอบเทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญในการบริหารจัดการภายในองค์กร เพราะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน สิ่งแวดล้อมในโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

และมีการแข่งขันทางธุรกิจ องค์กรที่มีระบบบริหารจัดการงานที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วเท่านั้นที่จะอยู่รอดได้ในปัจจุบัน

มาริษา นันทรัตน์ (2565) ได้กล่าวไว้ว่า ระบบสารสนเทศประกอบด้วย 5 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ บุคลากร ขั้นตอนการทำงาน ซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และข้อมูล

1) บุคลากร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก เพราะบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และเข้าใจถึงวิธีการในการดำเนินการ และการจัดการเกี่ยวกับสารสนเทศทั้งหมด จะสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

2) ขั้นตอนการปฏิบัติ หมายถึง ระเบียบวิธีการปฏิบัติงาน การจัดเก็บรักษาข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่จะทำให้เป็นสารสนเทศพร้อมใช้งานได้ เช่น การกำหนดให้มีการป้อนข้อมูลทุกวัน การปรับปรุงแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้องอยู่เสมอ เป็นต้น

3) เครื่องคอมพิวเตอร์ หรือฮาร์ดแวร์ เป็นอุปกรณ์ที่ประมวลผลข้อมูลเพื่อสร้างข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยคีย์บอร์ด เมาส์ จอภาพ หน่วยระบบ และอุปกรณ์อื่น ๆ ซึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์หรือฮาร์ดแวร์จะถูกควบคุมโดยซอฟต์แวร์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้เกิดการจัดการสารสนเทศได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

4) ซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมในระบบคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วยซอฟต์แวร์ระบบ (System Software) และซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน (Application Software) ซึ่งเป็นชุดคำสั่งที่เรียงเป็นลำดับขั้นตอน และมีหน้าที่สั่งให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เพื่อประมวลผลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์เป็นสารสนเทศตามที่ต้องการ

5) ข้อมูล ข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคล วัตถุหรือสถานที่ ข้อมูลมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนงานสำหรับการบริหารจัดการ ดังนั้น ข้อมูลจะต้องมีความถูกต้อง มีความเที่ยงตรง เชื่อถือได้ มีความเป็นปัจจุบัน สามารถตรวจสอบได้ และมีความสมบูรณ์ชัดเจน

เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเดินทางสู่อนาคต

Polaridad (2024) ได้อธิบายเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปอย่างก้าวกระโดด ในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในวิธีการสื่อสาร การทำงาน และการใช้ชีวิตของมนุษย์ การพัฒนาในด้านอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และโทรคมนาคม ชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นความสำคัญของการประมวลผลแบบคลาวด์ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูล และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา ช่วยให้บริษัทสามารถเติบโตและปรับตัวตามความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและเติบโตเป็นอย่างมากในยุคดิจิทัลนี้

นอกจากนี้แล้วการเชื่อมต่อจะมีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต ในด้านของการสื่อสารเครือข่าย 5G กำลังปฏิวัติวิธีการเชื่อมต่อและการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งเทคโนโลยีนี้มีจุดเด่นในเรื่องของความเร็วในการเชื่อมต่อ และมีความสามารถในการเชื่อมต่ออุปกรณ์จำนวนมากพร้อมกันได้ด้วย 5G และจะเป็นสิ่งที่เพิ่ม

ประสิทธิภาพของ Internet of Things (IoT) ช่วยให้สามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์อัจฉริยะที่จะสนับสนุนกิจกรรมในทุก ๆ ด้านของชีวิตซึ่งสิ่งนี้จะเปิดประตูสู่แอปพลิเคชันและบริการใหม่ ๆ ที่อาศัยความต้องการในการเชื่อมต่อที่รวดเร็วและเชื่อถือได้

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

การพัฒนาองค์กร หมายถึง การกำหนดทิศทางและการวางแผนอย่างมีระบบในเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อนำพาองค์กรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นตามการปรับตัวของปัจจัย และความเจริญก้าวหน้าของสภาพแวดล้อมขององค์กร (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2566) หากจะเปรียบเทียบแล้ว องค์กรก็เปรียบเสมือนเครื่องจักรกลขนาดใหญ่ หากเครื่องจักรกลเครื่องนั้นมีการบำรุงรักษาทั่วทั้งระบบ ไม่เว้นแม้แต่ฟันเฟืองชิ้นเล็กชิ้นน้อย ก็จะทำให้เครื่องจักรกลขนาดใหญ่เครื่องนั้นมีผลลัพธ์ที่ดี หรือผลผลิตเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ได้จำนวนตามที่ต้องการ และทันต่อเวลา หรือเรียกรวม ๆ ได้ว่าเกิดประสิทธิภาพ (วิชาการรอบตัวเรา, 2565) เป็นความพยายามในทุกวิถีทางที่จะใช้เทคนิควิธีการต่าง ๆ ในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาขององค์กรและการฟื้นฟูองค์กรเพื่อพัฒนาความสามารถขององค์กรที่จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้วางไว้ (สุธาริณี วงศ์ใหญ่, 2563)

องค์ประกอบของการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

Drummond and Ensor (2004 อ้างถึงใน ศรีณย์ สัณนันทน์, 2564) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศขององค์กรต้องประกอบด้วย 7 ปัจจัย คือ

1. ด้านกลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แนวทางหลักของการทำงานหรือแผนแม่บท เป็นแนวทางการระดมและการจัดการทรัพยากรขององค์กร ถ้ากลยุทธ์เหมาะสมกับองค์กร องค์กรมีทรัพยากรเพียงพอเหมาะสม องค์กรนั้นย่อมประสบความสำเร็จ
2. ด้านโครงสร้าง (Structure) หมายถึง รูปแบบการจัดแบ่งองค์กรออกเป็นฝ่าย ๆ หรือกลุ่มงาน มีการกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน โครงสร้างของบริษัทชั้นนำจะมีรูปแบบไม่สลับซับซ้อนเป็นแบบแบนราบ ทำให้ข้อมูลข่าวสารจากบนลงล่างเป็นไปอย่างรวดเร็ว
3. ด้านระบบ (System) หมายถึง ชุดของกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันเป็นระบบที่ดีมีประสิทธิภาพ จะทำให้งานบรรลุเป้าหมายได้รวดเร็ว จะต้องมีการเขียน Flow Chart ประกอบเพื่อการทำงานที่มีความชัดเจน
4. ด้านรูปแบบการบริหาร (Style) หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริหารในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และความเชื่อถือของบุคลากร จะมีผลต่อขวัญกำลังใจของพนักงานและความสำเร็จขององค์กร
5. ด้านบุคลากร (Staff) หมายถึง บุคลากรทุกระดับเป็นหัวใจสำคัญขององค์กร เป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์กรประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีขวัญและกำลังใจดี และมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ผลักดันให้องค์กรทำสิ่งต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมี

ประสิทธิภาพ ซึ่งรวมไปถึงระบบการบริหารงานบุคคลที่ดีและมีประสิทธิภาพ ช่วยขับเคลื่อนให้บุคลากรทำงานได้อย่างมีคุณภาพ ดังนั้นองค์กรจึงต้องเอาใจใส่ต่อบุคลากร และช่วยพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

6. ด้านทักษะ (Skill) หมายถึง ความชำนาญเป็นพิเศษ เป็นสิ่งที่บุคลากรในองค์กรทำได้เป็นอย่างดี เป็นที่น่าเชื่อถือของลูกค้าองค์กรที่มีทักษะด้านใดด้านหนึ่งเหนือกว่าผู้อื่นย่อมประสบความสำเร็จเป็นบริษัทชั้นนำได้อย่างยั่งยืน

7. ด้านค่านิยมร่วม (Shared and Value) หมายถึง ความรู้สึกร่วมหรือความต้องการของคนส่วนใหญ่ในองค์กรที่มีทัศนคติต่อองค์กรเป็นไปในทางที่ดี

อีกทั้ง ขั้นตอนในการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (2566) ได้ระบุไว้ว่ามี 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างความเข้าใจ เป็นการสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้าหน่วยงานให้ ได้เห็นความสำคัญในการพัฒนาองค์กร และเตรียมพร้อมในการวางแผนเพื่อรับสถานการณ์ดังกล่าว

ขั้นที่ 2 การรวบรวมปัญหา เป็นการรวบรวมปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาขององค์กร ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และจุดอ่อน จุดแข็งขององค์กรด้วย

ขั้นที่ 3 การวางแผนเพื่อพัฒนาองค์กรเป็นการวางแผนเพื่อกำหนดเป้าหมายและวิธีการในการแก้ปัญหาเพื่อพัฒนา โดยเน้นการทำงานร่วมกันเป็นทีม และการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิกในองค์กร

ขั้นที่ 4 การสร้างกลุ่มเพื่อพัฒนาองค์กรเป็นการรวมกลุ่มทีมงานในองค์กร แต่ละทีมจะประกอบด้วย หัวหน้างานและสมาชิกที่เกี่ยวข้องในแต่ละระดับร่วมกันคิด ร่วมกันสร้างความรู้สึที่ดีในการทำงานร่วมกัน ขจัดปัญหาส่วนตัว และการนิโทษว่าร้ายกัน โดยหวังว่าทุกทีมจะทำงานเพื่อพัฒนาองค์กร

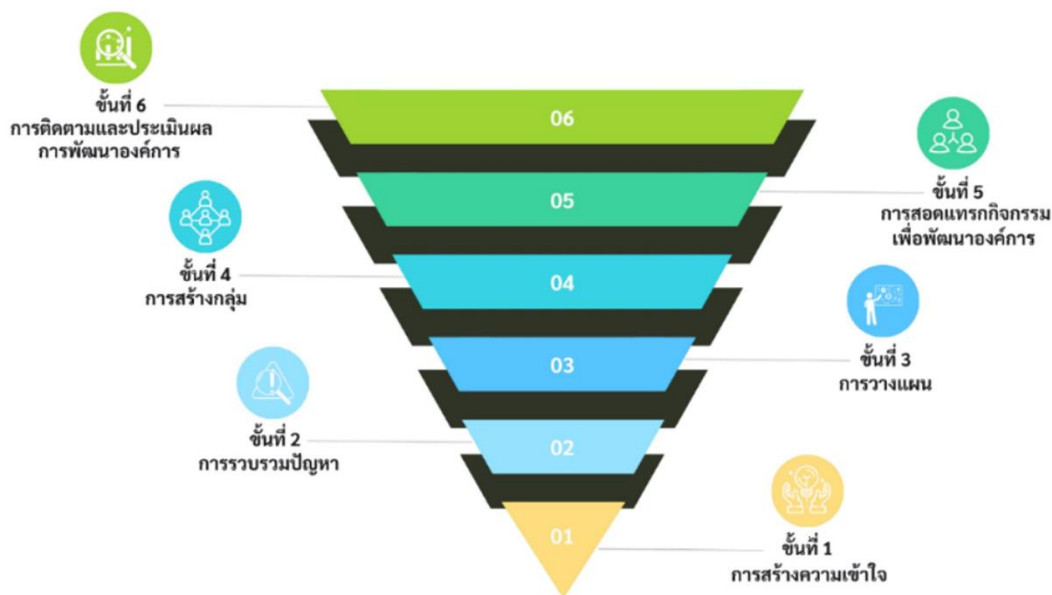
ขั้นที่ 5 การสอดแทรกกิจกรรมเพื่อพัฒนาองค์กร เป็นการวางแผนเพื่อเริ่มต้นกิจกรรมในการพัฒนาองค์กร โดยเริ่มต้นจากการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่หรือคณะที่ปรึกษาในการพัฒนาองค์กร โดยเฉพาะอาจจะเป็นวิทยากรจากภายนอกหรือบุคลากรที่มีความรู้ในภายในองค์กรก็ได้ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนย่อย ได้แก่

- 1) กำหนดข้อตกลงและความสัมพันธ์ระหว่างผู้เกี่ยวข้อง
- 2) เลือกเวลา สถานที่ และวิธีปฏิบัติงาน โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับบุคคล
- 3) รวบรวมข้อมูลที่ปรึกษา โดยการสังเกต สัมภาษณ์ และให้กรออกแบบสอบถามก็ได้
- 4) การสอดแทรกกิจกรรมต่าง ๆ ในการพัฒนาองค์กร

ขั้นที่ 6 การติดตามและประเมินผลการพัฒนาองค์กร เป็นการทบทวนผลจากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในการพัฒนาองค์กร เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาองค์กรต่อไป

จะเห็นได้ว่าขั้นตอนต่าง ๆ ดังกล่าว เป็นขั้นตอนที่มีจุดประสงค์เพื่อให้องค์กรสามารถพัฒนาและนำไปสู่ความเป็นเลิศได้ โดยมีหลักของการให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อม สร้างความเข้าใจความสามารถในการแก้ไขปัญหา การวางแผน การทำงานร่วมกันเป็นทีม กิจกรรมในการพัฒนาองค์กร รวมทั้ง

การติดตามผลการปฏิบัติงาน การวิเคราะห์ และประเมินผลจากขั้นตอนที่ผ่านมา เพื่อให้การพัฒนานั้นสามารถดำเนินไปได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในที่สุด ผู้เขียนจึงสรุปเป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีไว้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีขั้นตอนการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ Miller (1998) ยังได้กล่าวว่าแนวคิดของการมุ่งสู่ความเป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศนั้นจะต้องเน้นย้ำที่ความสำคัญของทีมงานซึ่งมีความเป็นเลิศในการทำงาน โดยการมีทีมงานที่เป็นเลิศนั้นจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถพัฒนางานของตนเองได้เรื่อย ๆ มีเทคนิคในการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ยังต้องมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการปกครองตนเอง เนื่องจากผู้บริหารให้อิสระในการบริหารงาน และสำหรับการมุ่งสู่การเป็นทีมงานที่มีความเป็นเลิศนี้การที่จะดำเนินการได้ผลในทางปฏิบัติจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนกระบวนการทำงานและวัฒนธรรมขององค์กร ซึ่งกุญแจที่สำคัญของการมุ่งสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศประกอบไปด้วย

1. การออกแบบกระบวนการทำงานขององค์กร
2. โครงสร้างองค์กรที่ปรับตัวได้ง่ายและมีความยืดหยุ่นตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของลูกค้าและสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี
3. มีลำดับขั้นการปกครองน้อย หรือให้อำนาจการบริหารแก่ทีมงานต่าง ๆ ให้มากที่สุด
4. มีระบบการเชื่อมต่อส่วนต่าง ๆ ขององค์กรเข้าด้วยกัน
5. พนักงานต้องมีความรอบรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานและเป้าหมายทางการเงิน คุณภาพ และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างดีและพนักงานต้องมีการพัฒนาความรู้ความสามารถในการทำงานของตนเองอยู่เสมอ

หลักในการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

วิชาการรอบตัวเรา (2565) ได้ระบุไว้ 4 วิธีสำหรับการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ดังนี้

1. การวินิจฉัยองค์กร (Organization Diagnosis) หลังจาก que ผู้บริหารตระหนักถึงปัญหาที่องค์กรประสบอยู่ หรือมองเห็นโอกาสในการพัฒนาองค์กร ก็จะต้องตั้งผู้ที่มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการพัฒนาองค์กร ซึ่งมักจะจัดตั้งเป็นทีมงานพัฒนาองค์กร ให้ทำการศึกษา ทำความเข้าใจ และอธิบายสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อกำหนดแนวทางการทางแก้ไขและเสนอแนะวิธีการพัฒนาองค์กรต่อไปในอนาคต

2. การกำหนดกลยุทธ์และวางแผนพัฒนาองค์กร (Establish OD Strategy and Implement Plan) ทีมงานพัฒนาองค์กรจะนำข้อมูลจากการวินิจฉัยองค์กรมากำหนดแผนพัฒนาโดยการเลือกเทคนิคและระดับในการพัฒนาองค์กร รวมถึงการวางแผนการปฏิบัติงาน (Action Plan) เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งจะต้องดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ระเบียบ และเป็นขั้นตอน โดยพิจารณาจากภาพรวมขององค์กร เพื่อให้แผนการปฏิบัติงานและการบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์ขององค์กร สร้างผลงานที่สำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมให้แก่องค์กรได้

3. การดำเนินงานพัฒนาองค์กร (OD Intervention) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการพัฒนาองค์กร โดยผู้ที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำ OD จะนำแผนการพัฒนาองค์กรไปปฏิบัติ โดยวางแผนการปฏิบัติงาน ตารางกิจกรรม และกำหนดตารางเวลา ผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน ตลอดจนพยายามแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด และไม่ได้เตรียมรับมือมาก่อน ดังนั้นผู้ทำการพัฒนาองค์กรจะต้องเปิดใจ ตื่นตัว และเตรียมพร้อมที่จะแก้ไขปัญหาอยู่ตลอดเวลา และไม่ทอดทิ้งต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้น

4. การประเมินการพัฒนาองค์กร (OD Evaluation) การประเมินการพัฒนาองค์กร เป็นขั้นตอนสำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งในการพัฒนาองค์กรที่จะช่วยให้ทราบถึงการติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินผล การพัฒนาองค์กรว่าสอดคล้องกับเป้าหมายและเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ ตลอดจนผู้ดำเนินการจะต้องแก้ไขและปรับปรุง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ ขณะเดียวกันก็จะเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ของทีมงานที่ทำการพัฒนาองค์กร ซึ่งจะทำให้ทีมงานจะได้รับข้อมูลย้อนกลับเพื่อปรับปรุงการทำงานให้สามารถทำการพัฒนาองค์กรได้ดีขึ้นในอนาคต

โดยสำนักงานประกันคุณภาพ (2563) ได้กล่าวเกี่ยวกับองค์กรที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องประกอบไปด้วยหลายส่วน ทั้งทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพไปจนถึงระบบการบริหารองค์กรที่ยอดเยี่ยม สอดคล้องกับ HREX.asia (2562) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับการพัฒนาที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จไว้ มีดังนี้

1. การมีผู้นำที่สำคัญมากสำหรับความสำเร็จขององค์กร เพราะผู้นำที่ดีจะมีความเข้าใจในการกำหนดทิศทางและขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และมีความสำคัญในการบริหารจัดการบุคลากรที่มีคุณภาพ และการแก้ไขปัญหา ผู้นำที่ดีจะสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

2. การได้ผู้ตามที่มีประสิทธิภาพ ผู้นำที่ดีก็ต้องมีผู้ตามที่มีประสิทธิภาพที่ก่อให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยอดเยี่ยม ผู้ตามที่ดีจะรู้วิธีการนำเอาแนวทางการบริหารของผู้นำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ และมีไหวพริบในการแก้ปัญหาได้อย่างฉับไว การที่บุคลากรทุกคนมีความแข็งแกร่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้องค์กรพัฒนาไปได้อย่างมีศักยภาพและประสบผลสำเร็จ

3. การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โดยการทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมที่จะเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความสามัคคีในองค์กร และเมื่อทุกคนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรแล้ว จะเกิดการร่วมมือกันอย่างเต็มที่ เพื่อให้สามารถเดินหน้าไปได้อย่างแข็งแกร่ง โดยมีพลังจากทุกคนร่วมกัน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมยังสร้างบรรยากาศของความเข้าใจและความรักสามัคคีในทีมงาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรอย่างแท้จริง

4. การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำงาน ช่วยให้ทุกคนมองเห็นภาพและเข้าใจทิศทางที่จะเดินไปร่วมกัน ดังนั้น การสื่อสารที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในทีมงานและในองค์กรโดยรวม

5. การสร้างแรงจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งอาจไม่ได้หมายถึงเรื่องของเงินหรือสวัสดิการเสมอไป แต่ในที่นี้ยังรวมถึงการให้กำลังใจ คำชม รางวัล ตลอดจนสร้างแรงจูงใจในรูปแบบอื่น ๆ ด้วย

6. การประเมินผลเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้องค์กรทราบถึงความสำเร็จและจุดบกพร่องที่ต้องปรับปรุง เพื่อพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตและก้าวหน้ายิ่งขึ้น การประเมินผลจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะใช้เป็นบรรทัดฐานในการวัดมาตรฐานตลอดจนช่วยพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปได้

7. การฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพ การฝึกอบรม คือ กระบวนการหนึ่งของการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถตลอดจนพัฒนาศักยภาพให้ดีขึ้น เป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้องค์กรเกิดการพัฒนาได้ให้ดียิ่งขึ้น ใส่ใจในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้วยการฝึกอบรมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ จึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะจะทำให้พนักงานรักที่จะพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องมุ่งเน้นไปที่การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการทำงานขององค์กร ให้การทำงานมีคุณภาพ มีบทบาทสำคัญในหลาย ๆ ด้านดังนี้

1. การจัดการทรัพยากรข้อมูล มีการจัดระเบียบและโครงสร้างของข้อมูลไว้อย่างถูกต้องตามหลักการ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึง มีการประมวลผลที่มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว

2. ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ การปฏิบัติงานที่ทันเวลาต่อสถานการณ์ที่เผชิญปัญหา ทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบจากความรวดเร็วของการตัดสินใจ

3. ความปลอดภัยของข้อมูล มีการป้องกันข้อมูล ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์จากผู้บุกรุก ด้วยซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ที่สามารถช่วยลดข้อผิดพลาดและป้องกันความสูญเสียที่จะเกิดขึ้น

4. ระบบสารสนเทศทางธุรกิจที่ถูกพัฒนาขึ้น เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานของธุรกิจให้ดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยถูกออกแบบและพัฒนาให้ปฏิบัติงานตามหน้าที่ ตลอดจนช่วยส่งเสริมให้ทั้งองค์กรสามารถประสานงานและใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในระดับปฏิบัติงานและระดับบริหาร

5. เกิดประสิทธิผล นั่นคือ การทำงานที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ที่กำหนด คำนึงถึงต้นทุนและประโยชน์ที่จะได้รับ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุด จึงจะทำให้การทำงานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2554 อ้างถึงใน จินตหรา แสงทะรา, 2563)

บทสรุป

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการพัฒนางานองค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล ซึ่งพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนางานองค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัลนั้น สามารถนำไปช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความเร็วในการทำงาน โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยในการพัฒนางานความรู้และทักษะใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน การพัฒนางานองค์กรสู่ความเป็นเลิศมีความสำคัญอย่างมากในยุคดิจิทัลและเพื่อให้ทันต่อการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน องค์กรที่มีระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและมีการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเร็วเท่านั้นถึงจะอยู่รอด การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จในยุคดิจิทัลหรือยุคไทยแลนด์ 4.0 จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาระบบสารสนเทศและการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาปรับใช้ในการปฏิบัติงานในหน่วยงาน เพื่อเพิ่มความสามารถและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานและสร้างความเป็นเลิศในหลาย ๆ ด้านขององค์กร อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่นสร้างการปรับเปลี่ยนและการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ ซึ่งในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดเวลาการดำเนินงานสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งาน บุคลากรจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถใช้งานระบบสารสนเทศ โดยระบบจะต้องมีการออกแบบให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และมีมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยที่ดี เพื่อปกป้องความปลอดภัยของข้อมูลองค์กรหรือผู้ใช้งานบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

ในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศสู่ความเป็นเลิศขององค์กรนั้น เป็นเครื่องมืออันสำคัญที่ช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จและเติบโตในยุคดิจิทัล และสามารถใช้งานได้หลายรูปแบบตามความต้องการและการใช้งานของผู้ใช้งานในแต่ละสถานการณ์ เช่น การเก็บข้อมูล การบันทึกข้อมูล การแสดงผลข้อมูล การจัดทำสำเนาเอกสาร การถ่ายทอดหรือสื่อสารข้อมูล ซึ่งแต่ละรูปแบบจะมีบทบาทและการใช้งานที่แตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อชีวิตของเราในหลายด้าน เช่น การประมวลผลแบบคลาวด์ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและแอปพลิเคชันได้ทุกที่และทุกเวลา เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่มีการ

พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ สามารถสร้างการโต้ตอบที่เป็นธรรมชาติและเข้าใจความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างแม่นยำ ความเป็นจริงเสมือน (VR) และความเป็นจริงเสริม (AR) มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและการทำงาน ในหลายด้าน เช่น การศึกษา การแพทย์ และอุตสาหกรรม การเชื่อมต่อแบบ 5G ที่มีความสามารถในการเชื่อมต่ออุปกรณ์จำนวนมากพร้อมกัน ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สามารถควบคุมและจัดการอุปกรณ์ต่าง ๆ ในบ้านหรือสถานที่ทำงานได้อย่างสะดวก การประมวลผลควอนตัมที่มีความสามารถในการคำนวณที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วกว่าคอมพิวเตอร์ทั่วไป สามารถนำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ และการสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้ทั้งหมดที่กล่าวมาอาจใช้เป็นเครื่องมืออันสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จและเติบโตในยุคดิจิทัลและเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเป็นเลิศขององค์กรทั้งในภาครัฐและเอกชนที่จะสามารถใช้ขับเคลื่อนองค์กรเพื่อผลักดันตนเองสู่ความเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรควรมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศแบบระบบข้อมูล Real-Time มีการใช้งานฐานข้อมูล (Big Data) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ที่มีข้อมูลที่สมบูรณ์ แม่นยำ และน่าเชื่อถือ ในเวลาที่เป็นปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจและการคาดการณ์ถึงแนวโน้มในการเติบโตขององค์กร อีกทั้งเพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัลอีกด้วย
2. ผู้บริหารควรสนับสนุนการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะของบุคลากร และการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ โดยการให้โอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคลากร และส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมแห่งความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

รายการอ้างอิง

- ครูจุม ใจบุญ. (ม.ป.ป). เทคโนโลยีสารสนเทศ. Krujumjaiboon. <https://golink.icu/aOOAkoq>
- สำนักงานประกันคุณภาพ. (2563). การพัฒนาองค์กร (Organization Development : OD) ให้ก้าวสู่ความสำเร็จ. <https://qa.ku.ac.th/web2016/NEWSQA/NewsJULY2020.pdf>
- จินตหรา แสงทะรา. (2563). อิทธิพลของการนำ เทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของเลขานุการผู้บริหารระดับสูงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 39(3), 67-80. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/humsujournal/article/view/81245/166584>
- จิรัฐฉิ คล่องแคล่ว. (2563). สภาพและปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร]. https://gsmsis.snru.ac.th/e-thesis/file_att1/2020080861421229123_fulltext.pdf

- ปรวีร์ เขียววิจิตร และวิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์. (2561). ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานผ่านศักยภาพในการประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. *Veridian E-Journal, Silpakorn University สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(2), 781-791. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/141359/104762>
- ปัทมาพร สุรวิทย์. (2556, 27 มิถุนายน). เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิต. https://pattamapornpea.blogspot.com/2013/06/blog-post_289.html
- ปิยนันท์ เสนะโท. (2563). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารของศูนย์เทคโนโลยีดิจิทัล. (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. <https://www.pbru.ac.th/pbru/wp-content/uploads/files/%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%9B%E0%B8%B4%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B9%8C.pdf>
- พัฒนพงษ์ อินทนนท์. (2565). รูปแบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการบริหารงานแบบวิถีชีวิตแบบใหม่ เทศบาลตำบลสันทรายหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้]. http://ir.mju.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1238/1/620530500_1.pdf
- พิรภัชน์ ธีรรัตน์. (2561). การบริหารจัดการการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของเทศบาลเมืองไร่ขิง จังหวัดนครปฐม [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย]. <https://gradpol.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2023/01/13256124.pdf>
- พระมหากันดินันท์ เสงสุกุล. (2564). เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารการศึกษา. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 3(1), 1-10. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/250590/169036>
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. (ม.ป.พ.). การพัฒนาองค์กร. http://courseware.npru.ac.th/admin/files/20230719144420_ebd94187b8dab6020a973996e54e76e7.pdf
- มาริษา นันทรัตน์. (2565, 21 สิงหาคม). เทคโนโลยีสารสนเทศ. [https://cs.bru.ac.th/เทคโนโลยีสารสนเทศ-5/รตติกาล%20โสวภาส,%20อนันต์ธรรมชาลย์%20และชัยวุฒิ%20จันมา.%20\(2566\).%20กลยุทธ์การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. Journal of MCU Buddhapanya Review, 8\(2\), 122-139. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/267935/177880](https://cs.bru.ac.th/เทคโนโลยีสารสนเทศ-5/รตติกาล%20โสวภาส,%20อนันต์ธรรมชาลย์%20และชัยวุฒิ%20จันมา.%20(2566).%20กลยุทธ์การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. Journal of MCU Buddhapanya Review, 8(2), 122-139. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/267935/177880)
- วาสนา เลิศมะเลา และเทพศักดิ์ บุญรัตน์. (2561). การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 9(2), 209-248. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/polscicmujournal/article/view/112710/118382>

- วิชาการรอบตัวเรา. (2565, 27 เมษายน). 4 วิธีพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ. <https://vcharkarn.com/article/4-วิธีพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ/>
- ศรัณย์ สัณนันทน์. (2564). องค์การและการจัดการสู่ความเป็นเลิศขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(3), 139-152. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/truhusocjo/article/view/246692/169411>
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580*. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2563). *แนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐด้านทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy: DL) ของสำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. <https://www.mnre.go.th/pat-tani/th/information/more/263/page/1>
- สุธารณี วงศ์ใหญ่. (2563). การพัฒนาองค์การและการมีส่วนร่วมในงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/883/1/gs611130136.pdf>
- อภิรักษ์ บุปผาชื่น. (2563). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม: การขับเคลื่อนองค์การสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 4(3), 205-216. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jeir/article/view/247139/167605>
- Atachi Engineering. (2565, 29 ตุลาคม). *การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล*. <https://atachi.co.th/digital-transformation/>
- Good, C. (1959). *Dictionary of Education*. McGraw-Hill.
- HREX.asia. (2562, 10 มิถุนายน). *การพัฒนาองค์กร (Organization Development : OD) ให้ก้าวสู่ความสำเร็จ*. <https://shorturl.asia/wO1VK>
- Miller, F. A. (1998). Strategic Culture Change: The Door to Achieving High Performance and Inclusion. *Public Personnel Management*, 27(2), 151- 160. <https://eric.ed.gov/?id=EJ568225>
- Nopparat. (2565, 19 มิถุนายน). *IT (ไอที) คืออะไร การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสารสนเทศ*. <https://www.mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/4123-what-is-it.html>
- Polaridad. (2024, 1 กุมภาพันธ์). *วิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ: การเดินทางสู่อนาคต*. <https://polaridad.es/th/evolucion-de-las-tecnologias-de-la-informacion/>

คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ

วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์ (Inthanin Administration Journal: IAJ) เป็นวารสารทางวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์ มีขอบเขตของสาขาที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ การจัดการ และการบัญชี และสังคมศาสตร์ โดยมีสาขาวิชาย่อย (sub-subject areas) ตาม Aims and Scope ของวารสารดังนี้

1. General Business, Management and Accounting
2. Management of Technology and Innovation
3. Marketing
4. Organizational Behavior and Human Resource Management
5. Public Administration

บทความที่ตีพิมพ์จะผ่านการพิจารณากลับกรองบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชานั้น ๆ ไม่น้อยกว่า 2 ท่าน จากหลากหลายสถาบันก่อนพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ ซึ่งจะเป็นการประเมินแบบ double-blinded peer review ทั้งนี้ ต้นฉบับต้องไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่น

กำหนดเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ คือ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

ประเภทของบทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

1. บทความวิจัย (Research Article)
2. บทความวิชาการ (Academic Article)

รูปแบบการเตรียมต้นฉบับ

1. ต้นฉบับบทความจะต้องพิมพ์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ MS Word for Windows ขนาดกระดาษ A4 แบบอักษร TH Sarabun New ขนาดตัวอักษร 16 ความยาวของเนื้อหาไม่ควรเกิน 20 หน้า (นับรวมรายการอ้างอิง)

2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ ระยะของส่วนบน (Top Margin) ระยะขอบซ้าย (Left Margin) ระยะขอบขวา (Right Margin) และระยะขอบล่าง (Bottom Margin) 1 นิ้ว

3. ชื่อเรื่อง จะต้องพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และจัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 20 ตัวหนา

4. ชื่อผู้เขียน พิมพ์ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อยู่ใต้ชื่อเรื่องโดยขีดขอบกระดาษด้านขวา ขนาดตัวอักษร 14 อักษรปกติ และให้ระบุตัวเลขเป็นตัวยกท้ายชื่อผู้เขียน เพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ทำงาน และ E-mail ของผู้เขียนบทความหลักไว้เป็นเชิงบรรณในหน้าแรก

5. ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน พิมพ์ชื่อหน่วยงานผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อยู่บรรทัดส่วนล่างสุด ในหน้าแรก ขนาดตัวอักษร 12 อักษรปกติ ระบุ หน่วยงานต้น เรียงไปจนถึง หน่วยงานหลัก และ E-mail (สำหรับผู้เขียนหลัก) และให้ระบุตัวเลขเป็นตัวยกท้ายชื่อหน่วยงานผู้เขียน เพื่อแสดงรายละเอียดชื่อผู้เขียนบทความทุกท่านไว้เป็นเชิงบรรณในหน้าแรก

6. บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษความยาวไม่เกิน 350 คำ และอยู่ในบทความหน้าที่ 1 เท่านั้น และใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ โดยที่คำว่า บทคัดย่อ และคำว่า Abstract ให้ใช้ตัวหนา

7. คำสำคัญ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้เลือกคำสำคัญที่เกี่ยวกับบทความจำนวนไม่เกิน 5 คำ โดยพิมพ์ต่อจากส่วนของเนื้อหาของบทคัดย่อ และให้ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวอักษรปกติ โดยที่คำว่า คำสำคัญ และคำว่า Keywords ให้ใช้ตัวหนา

8. เนื้อเรื่อง ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ หัวข้อใหญ่ใช้อักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้ายคอลัมน์ หัวข้อย่อย ใช้อักษรขนาด 16 ตัวปกติ บรรทัดแรกของทุกย่อหน้าเยื้อง 0.5 นิ้วของบรรทัดถัดไป เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ ให้เว้นระยะบรรทัดหนึ่งบรรทัดเสมอ

9. บทความวิจัยให้จัดเรียงลำดับตามหัวข้อดังนี้

9.1 บทนำ (ระบุความสำคัญหรือที่มาของปัญหาของสิ่งที่ทำการศึกษา ค้นคว้า วิจัยที่นำไปสู่วัตถุประสงค์ของการวิจัย)

9.2 วัตถุประสงค์การวิจัย (ระบุถึงเป้าหมายของสิ่งที่ศึกษา)

9.3 การทบทวนวรรณกรรม (ระบุถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษาที่นำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัย/กระบวนการทำวิจัย)

9.4 กรอบแนวคิดการวิจัย (กรณีเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ) (ระบุกรอบแนวคิดการวิจัยที่มีฐานเชื่อมโยงมาจากการทบทวนวรรณกรรม)

9.5 กระบวนการวิจัย (กรณีเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ) (ระบุกระบวนการทำวิจัยที่มีฐานเชื่อมโยงมาจากการทบทวนวรรณกรรม)

9.6 วิธีการวิจัย (ระบุรายละเอียดในวิธีการวิจัย การดำเนินการให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ศึกษาค้นคว้า เช่น การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง/ประชากรเป้าหมาย การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง/ประชากรเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาคุณภาพของเครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล)

9.7 การรับรองจริยธรรมการวิจัย/การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลหลัก (หากเป็นงานวิจัยที่จำเป็นต้องมี)

- 9.8 ผลการวิจัย (เสนอผลการวิจัยที่ค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน)
- 9.9 อภิปรายผลการวิจัย (เสนอเป็นความเรียง ซึ่งให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ผ่านมา)
- 9.10 สรุปผลการวิจัย (ระบุข้อสรุปที่สำคัญ ข้อค้นพบที่โดดเด่น)
- 9.11 ข้อเสนอแนะ (ระบุแยกออกเป็น 2 ประเด็นคือ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป)
- 9.12 รายการอ้างอิง (ใช้การอ้างอิงแบบ APA7th เท่านั้น และทุกรายการอ้างอิงในเนื้อหาจะต้องปรากฏในรายการอ้างอิงท้ายรายการ)
10. บทความวิชาการให้จัดลำดับตามหัวข้อดังนี้
 - 10.1 บทนำ (ระบุความสำคัญหรือที่มาของปัญหาของสิ่งที่ทำการศึกษา ค้นคว้าที่นำไปสู่วัตถุประสงค์ของการวิจัย)
 - 10.2 วัตถุประสงค์ (ระบุถึงเป้าหมายของสิ่งที่ศึกษา)
 - 10.3 เนื้อเรื่อง (ระบุสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ)
 - 10.4 บทสรุป (ระบุข้อสรุปที่สำคัญ ข้อค้นพบที่โดดเด่น)
 - 10.5 ข้อเสนอแนะ (ระบุแนวทางในการนำผลการศึกษามาใช้ประโยชน์)
11. รายการอ้างอิง (ใช้การอ้างอิงแบบ APA7th เท่านั้น และทุกรายการอ้างอิงในเนื้อหาจะต้องปรากฏในรายการอ้างอิงท้ายรายการ)

การเขียนรายการอ้างอิง

1. การอ้างอิงในเนื้อหา (In-Text Citation)

ใช้ระบบนาม-ปี (Name – year system) ตัวอย่างเช่น

ผู้แต่ง 1 คน

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา หน้าข้อความ

บงกช กมลเปรม (2567)

Kamolprem (2024)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ท้ายข้อความ

(บงกช กมลเปรม, 2567)

(Kamolprem, 2024)

ผู้แต่ง 2 คน

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา หน้าข้อความ

บงกช กมลเปรม และสร้อยณี อุเสนยาง (2567)

Kamolprem and U-senyang (2024)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ท้ายข้อความ

(บงกช กมลเปรม และสร้อยณี อุเสนยาง, 2567)

(Kamolprem & U-senyang, 2024)

ผู้แต่ง 3 คน หรือ 3 คน ขึ้นไป

กรณีผู้แต่งชาวไทย และผู้แต่งชาวต่างชาติ ให้ใส่เฉพาะชื่อผู้แต่งคนแรกตามด้วยคำว่า **และคณะ** หรือคำว่า **et al.**

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา หน้าข้อความ

บงกช กมลเปรม และคณะ (2567)

Kamolprem et al. (2024)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ท้ายข้อความ

(บงกช กมลเปรม และคณะ, 2564)

(Kamolprem et al., 2021)

ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

ให้ใส่ชื่อหน่วยงาน สถาบัน สมาคม หรือบริษัท แทนชื่อผู้แต่ง สำหรับการอ้างอิงครั้งแรก ให้ใส่ชื่อเต็มของหน่วยงาน ตามด้วยอักษรย่อ ในเครื่องหมายลงเล็บเหลี่ยม [] และการอ้างอิงครั้งต่อไป ให้ใส่เฉพาะอักษรย่อ หากอักษรย่อบางหน่วยงานซ้ำซ้อนกัน ให้ใส่ชื่อเต็มของหน่วยงานในการอ้างอิงทุกครั้ง

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา หน้าข้อความ (ครั้งแรก)

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว., 2567)

Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (MHESI, 2023)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา หน้าข้อความ (ครั้งต่อมา)

อว. (2567)

MHESI (2024)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ท้ายข้อความ (ครั้งแรก)

(กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม [อว.], 2567)

(Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation [MHESI],

2023)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ท้ายข้อความ (ครั้งต่อมา)

(อว., 2567)

(MHESI, 2024)

กรณีที่มีทั้งชื่อหน่วยงานใหญ่และหน่วยงานย่อย เฉพาะต่างประเทศ ให้ใส่ชื่อหน่วยงานใหญ่ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยชื่อหน่วยงานย่อย

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา หน้าข้อความ

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ คณะวิทยาการจัดการ (2567)

The University of Sydney, Faculty of Management Sciences (2024)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ท้ายข้อความ

(มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ คณะวิทยาการจัดการ, 2567)

(The University of Sydney, Faculty of Management Sciences, 2024)

การอ้างอิงเอกสารมากกว่าหนึ่งงานที่ผู้แต่งต่างกัน

ให้ใส่ชื่อผู้แต่ง โดยเรียงตามลำดับอักษร แยกแต่ละรายการอ้างอิง โดยคั่นด้วยเครื่องหมายอัฒภาค (;) หากมีทั้งงานภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ให้เรียงรายการอ้างอิงภาษาไทยก่อน

(สุมาลี กรดกนก, 2567; ชนาธิป หวังวรวิทย์, 2567)

(Wheelen & Hunger, 2000; Hawkins, et al., 1998)

การอ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ (Secondary source)

การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ได้ศึกษาจากเอกสารต้นฉบับ (Primary source) โดยตรงให้ระบุชื่อผู้แต่ง และปีพิมพ์ของเอกสารต้นฉบับ ให้ใส่คำว่า **อ้างถึงใน** หรือ **as cited in** และตามด้วยชื่อผู้แต่ง และปีพิมพ์ของเอกสารทุติยภูมิ

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา หน้าข้อความ

ธมยันตี ประยูรพันธ์ (2562, อ้างถึงใน กฤษณา พรหมชาติ, 2567)

Phayoonpun (2019, as cited in Promchart, 2024)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ท้ายข้อความ

(ธมยันตี ประยูรพันธ์, 2562 อ้างถึงใน กฤษณา พรหมชาติ, 2567)

(Phayoonpun, 2019, as cited in Promchart, 2024)

การอ้างอิงจากการสื่อสารส่วนบุคคล (Personal communication)

การสัมภาษณ์ หรือการสนทนากลุ่ม กรณีไม่มีการเผยแพร่ข้อมูล ให้ระบุเฉพาะอ้างอิงแทรกในเนื้อหาเท่านั้น โดยไม่ต้องใส่รายการอ้างอิงท้ายเล่ม

การอ้างอิงภาษาไทย

ชื่อผู้สื่อสาร (การสื่อสารส่วนบุคคล, วัน เดือน ปี)

(ชื่อผู้สื่อสาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, วัน เดือน ปี)

การอ้างอิงภาษาต่างประเทศ

อักษรย่อชื่อต้น. อักษรย่อชื่อกลาง. ชื่อสกุลผู้สื่อสาร (personal communication, เดือน วัน, ปี)

(อักษรย่อชื่อต้น. อักษรย่อชื่อกลาง. ชื่อสกุลผู้สื่อสาร, personal communication, เดือน วัน, ปี)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา หน้าข้อความ

พัชนี ตูเล๊ะ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 เมษายน 2567)

P. Tuleh. (personal communication, April 3, 2024)

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ท้ายข้อความ

(พัชนี ตูเล๊ะ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 เมษายน 2567)

(P. Tuleh. personal communication, April 3, 2024)

2. รายการอ้างอิงท้ายบทความ (References)

2.1 การลงชื่อผู้แต่ง

1) ผู้แต่ง 1 คน

กรณีผู้แต่งชาวไทย ให้ใส่ชื่อ ตามด้วยสกุลผู้แต่ง โดยไม่มีเครื่องหมายใด ๆ คั่น

กรณีผู้แต่งชาวต่างประเทศ ให้ใส่ชื่อสกุล คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยอักษรย่อชื่อต้น ตามด้วยอักษรย่อชื่อต้น และอักษรย่อชื่อกลาง (ถ้ามี)

ผู้แต่งชาวไทย

พูนพิศ ธิตินันท์

ลงชื่อผู้แต่งเป็น พูนพิศ ธิตินันท์

ผู้แต่งชาวต่างประเทศ

Herman Melville

ลงชื่อผู้แต่งเป็น Melville, H.

Nikolai Vasilievish Gogol

ลงชื่อผู้แต่งเป็น Gogol, N. V.

2) ผู้แต่ง 2 คน

กรณีผู้แต่งชาวไทย ให้ใส่ชื่อและสกุลผู้แต่งทั้ง 2 คน ใช้คำว่า **และ** คั่นระหว่างผู้แต่งคนที่ 1 และคนที่ 2

กรณีผู้แต่งชาวต่างประเทศ ให้ใส่ชื่อสกุล คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยอักษรย่อชื่อต้น และอักษรย่อชื่อกลางของผู้แต่งทั้ง 2 คน โดยใส่เครื่องหมายจุลภาคคั่น และตามด้วย & หน้าชื่อสกุลผู้แต่งคนที่ 2

สุรเชษฐ์ สังขพันธ์ และรุ่งศิริ ผดุงรัตน์

Sangkhapan, S., & Phadungrat, R.

3) ผู้แต่ง 3-20 คน

กรณีผู้แต่งชาวไทย ให้ใส่ชื่อสกุลผู้แต่งทุกคน คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ใช้คำว่า **และ** หน้าชื่อผู้แต่งคนสุดท้าย

กรณีผู้แต่งชาวต่างประเทศ ให้ใส่ชื่อสกุล คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยอักษรย่อชื่อต้น และอักษรย่อชื่อกลางของผู้แต่งทุกคน โดยใส่เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างผู้แต่งทุกคนและตามด้วย & หน้าชื่อสกุลผู้แต่งคนสุดท้าย

บงกช กมลเปรม, สุมาลี กรดกangkัน, ชนาธิป หวังวรวิทย์, ศรัณ เนื่อน้อย,
สรัญณี อุเสินยาง, ธมยันตี ประยูรพันธ์, ศิริลักษณ์ อินทสโร, พชณี ตูเล๊ะ,
พูนพิศ ธิตินันท์, กฤษณา พรหมชาติ, สุรเชษฐ์ สังขพันธ์, รุ่งศิริ ผดุงรัตน์
และอิบรอฮิม สารีมาแซ

Sangkhapan, S., Phadungrat, R., & U-senyang S.

4) ผู้แต่ง 21 คน ขึ้นไป

ให้ใส่ชื่อผู้แต่งคนที่ 1 ถึงผู้แต่งคนที่ 19 คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ระหว่างผู้แต่งทุกคน ตามด้วยเครื่องหมายมหัพภาค 3 จุด (. . .) โดยหน้าและหลังของจุด ต้องเว้นวรรค 1 ตัวอักษร และตามด้วยชื่อผู้แต่งคนสุดท้าย

บงกช กมลเปรม, สุมาลี กรดกangkัน, ชนาธิป หวังวรวิทย์, ศรัณ เนื่อน้อย,
สรัญณี อุเสินยาง, ธมยันตี ประยูรพันธ์, ศิริลักษณ์ อินทสโร, พชณี ตูเล๊ะ,
พูนพิศ ธิตินันท์, กฤษณา พรหมชาติ, สุรเชษฐ์ สังขพันธ์, รุ่งศิริ ผดุงรัตน์,
อิบรอฮิม สารีมาแซ, พรทิพย์ มานพคำ, รอยฮาน สะอารี, วีรศักดิ์ ไชยพันธ์, ไช
ดา สุทินปรีดา, ไชเพีย สามะอาลี, เปาชี วานอง, . . . นิพัทธ์ ปัตนวงษ์.

2.2 ประเภทรายการอ้างอิง

1) บทความในวารสารฉบับตีพิมพ์

- 1.1) ชื่อผู้แต่ง ให้ใส่ตามหลักเกณฑ์การลงชื่อผู้แต่ง
- 1.2) ปีพิมพ์ ให้ใส่ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ () สำหรับงานภาษาต่างประเทศให้ใช้เป็นปี ค.ศ.
- 1.3) ชื่อบทความ สำหรับงานภาษาต่างประเทศ ให้พิมพ์ตัวอักษรตัวแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ทุกคำ ยกเว้นคำสันธาน (Conjunction) ได้แก่ for, and, or, but, while, when ,after, before, because
- 1.4) ชื่อวารสาร ให้พิมพ์ตัวอักษรตัวแรกในแต่ละคำด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ และเป็นตัวพิมพ์เอียง
- 1.5) ปีที่วารสาร พิมพ์ด้วยตัวพิมพ์เอียง
- 1.6) ฉบับที่ ให้ใส่ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ ติดกับปีที่ แต่ไม่ต้องเป็นตัวพิมพ์เอียง
- 1.7) เลขหน้า

รูปแบบ

ชื่อ/นามสกุล./ (ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า.

นามสกุล./อักษรย่อของชื่อ./ (ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่),เลขหน้า.

กันยปริณ ทองสามสี, อิสระ ทองสามสี และณรรช หลักชัยกุล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคุ้มครองแรงงานต่างด้าวตามสิทธิกองทุนประกันสังคมและกองทุนเงินทดแทน. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 70-88.

U-senyang, S., Trichandhara, K., & Rinthaisong, I. (2017). Antecedents of Organizational Health in Southern Thailand. *International Journal of Behavioral Science*, 12(1), 79-94.

2) บทความในวารสาร ฉบับที่เผยแพร่ออนไลน์

รูปแบบ

ชื่อ/นามสกุล./ (ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า./URL

นามสกุล./อักษรย่อของชื่อ./ (ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่),
////////เลขหน้า./URL

สร้อยณี อุเสินยาง และโซเพีย สามะอาลี. (2563). การจัดการการผลิตผลิตภัณฑ์
ถ่านอัดจากกะลามะพร้าวสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแปรรูปมะพร้าวบ้านทอน
อามานจังหวัดนราธิวาส. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 9(3), 42-
53. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wms/article/view/243624/165314>

Amage, N., & Thudam, P. (2023). Adaptation Potential of Small Business
Entrepreneurs to Support Trade Liberalization in ASEAN Economic
Countries. Case Study: Songkhla Province. *Princess of Naradhiwas
University Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(1), 315-333.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/article/view/261965/177420>

3) บทความในวารสาร ที่มีเลข Digital Object Identifier (DOI)

รูปแบบ

ชื่อ/นามสกุล/(ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร/ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า./<https://doi.org/เลข DOI>

นามสกุล,/อักษรย่อของชื่อ/(ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร/ปีที่(ฉบับที่),
////////เลขหน้า./<https://doi.org/เลข DOI>

ศจี อินทฤทธิ์ และสร้อยณี อุเสินยาง. (2567). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อ
ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลชุมชนจังหวัด
นราธิวาส .*วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ*, 16(1), 111-126.
<https://doi.org/10.55164/ecbajournal.v16i1.265160>

U-senyang, S. (2022). Ethical Leadership: Factors Affecting Happiness
organizations. *International Journal of Sociologies and
Anthropologies Science Reviews (IJSASR)*, 2 (2), 17-28. <https://doi.org/10.14456/jsasr.2022.9>

4. หนังสือ

1) ชื่อผู้แต่งให้ใส่ตามหลักเกณฑ์การลงชื่อผู้แต่ง

2) ปีพิมพ์ ให้ใส่ไว้ในเครื่องหมาย () สำหรับงานต่างประเทศ ให้ใช้เป็นปี ค.ศ. กรณี
ที่ไม่ปรากฏปีพิมพ์ ให้ใส่ (ม.ป.ป.) หรือ (n.d.)

3) ชื่อหนังสือ สำหรับงานภาษาต่างประเทศ ให้พิมพ์ตัวอักษรตัวแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่
ทุกคำ ยกเว้นคำสันธาน (Conjunction) ได้แก่ for, and, or, but, while, when, after, before, because
และเป็นตัวพิมพ์เอียง

4) กรณีหนังสือจัดพิมพ์ครั้งที่ 2 ขึ้นไป ให้ระบุ (พิมพ์ครั้งที่/เลข) ไว้หลังหนังสือโดย
ไม่ต้องคั่นด้วยเครื่องหมาย (.) สำหรับงานต่างประเทศให้ใส่ตัวย่อ ed. ไว้หลังครั้งที่พิมพ์

5) สำนักพิมพ์ ไม่ใส่คำว่า สำนักพิมพ์ ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด มหาชน
ยกเว้นสำนักพิมพ์ของสถาบันการศึกษา ให้ใส่ตามข้อมูลที่ปรากฏ เช่น สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น หรือภาษาต่างประเทศที่ใช้คำว่า Books หรือ Press

6) กรณีไม่ปรากฏสำนักพิมพ์ ให้ใส่ (ม.ป.พ.) หรือ (n.p.)

รูปแบบ

ชื่อ/นามสกุล./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ./สำนักพิมพ์

นามสกุล./อักษรย่อของชื่อ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ./สำนักพิมพ์.

สัญญา เคนาภูมิ. (2562). *ถอดรหัสการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยและการสร้างกลยุทธ์
จากฐานการวิจัย*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Wheelen, T. L. & Hunger, J. D. (2000). *Strategic Management and Business
Policy*. Prentice Hall.

รูปแบบ (ตีพิมพ์ 2 ครั้งขึ้นไป)

ชื่อ/นามสกุล./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่/เลข)./สำนักพิมพ์

นามสกุล./อักษรย่อของชื่อ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่/เลข)./สำนักพิมพ์.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และกรรณิการ์ สุขเกษม. (2551). *วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ:
การวิจัยปัญหาปัจจุบันและการวิจัยอนาคตกาล* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สามลดา.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper &
Row.

รูปแบบ (หนังสืออิเล็กทรอนิกส์)

ชื่อ/นามสกุล./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่/เลข)./สำนักพิมพ์./URL

นามสกุล./อักษรย่อของชื่อ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่/เลข)./สำนักพิมพ์./URL

รูปแบบ (หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเลข DOI)

ชื่อ/นามสกุล./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่/เลข)./สำนักพิมพ์./https://doi.org

////////เลข DOI

นามสกุล./อักษรย่อของชื่อ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่/เลข)./สำนักพิมพ์./https:

////////doi.org/เลข DOI

รูปแบบ (หนังสือแปล)

นามสกุล./ชื่อ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่อง (ชื่อผู้แปล./ผู้แปล)/พิมพ์ครั้งที่./สำนักพิมพ์.

คอตเลอร์, ฟิลิป. (2554). การตลาด 3.0 (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, ผู้แปล). เนชั่นบุ๊คส์.

5. วิทยานิพนธ์

1) ชื่อผู้แต่ง ให้ใส่ตามหลักเกณฑ์การลงชื่อผู้แต่ง

2) ปีที่เผยแพร่ ให้ใส่ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ () สำหรับงานต่างประเทศ ให้ใช้เป็น

ปี ค.ศ.

3) ชื่อวิทยานิพนธ์ สำหรับงานภาษาต่างประเทศ ให้พิมพ์ตัวอักษรตัวแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ทุกคำ ยกเว้นคำสันธาน (Conjunction) ได้แก่ for, and, or, but, while, when, after, before, because และเป็นตัวพิมพ์เอียง

4) ให้ใส่คำว่า วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ในเครื่องหมายวงเล็บเหลี่ยม [] สำหรับงานภาษาต่างประเทศ ให้ใส่คำว่า Master's thesis หรือ Doctoral dissertation

5) ชื่อมหาวิทยาลัย

รูปแบบ (วิทยานิพนธ์ ฉบับตีพิมพ์)

ชื่อ/นามสกุล./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือ

////////วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]./ชื่อมหาวิทยาลัย.

นามสกุล./อักษรย่อของชื่อ./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[Master's thesis หรือ Doctoral

////////dissertation]./ชื่อมหาวิทยาลัย.



สร้อยณี อุเสียนยาง. (2559). สุขภาพองค์การขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่ภาคใต้ ประเทศไทย : การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างและการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลตามบริบทวัฒนธรรมและประเภทขององค์การ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

Mayi, L. (2011). *Doing repair in Native-Non-Native talk: A Conversation analytic study of Thai-English interaction* [Master's thesis]. York St John University.

รูปแบบ (วิทยานิพนธ์ จากฐานข้อมูลออนไลน์)

ชื่อ/นามสกุล./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต หรือ
/////////วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต./ชื่อมหาวิทยาลัย./ชื่อฐานข้อมูล./URL

นามสกุล./อักษรย่อของชื่อ./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[Master's thesis หรือ Doctoral
/////////dissertation./ชื่อมหาวิทยาลัย./ชื่อฐานข้อมูล./URL

ศศิณา นิยมสุข และฐิติวรดา พลเยี่ยม. (2565). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ทักษะปฏิบัติ
นาฏศิลป์ เรื่องรำวงมาตรฐานโดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส
ร่วมกับแอปพลิเคชัน TikTok สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 [วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท บัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. [http://202.28.34.124/dspace/
bitstream/123456789/1648/1/63010552_033.pdf](http://202.28.34.124/dspace/bitstream/123456789/1648/1/63010552_033.pdf)

Wilbert, K. (2016). *Transforming to 21st Century Learning Environments: Best Practices Revealed through a Study of Exemplar Schools* [Doctoral dissertation, Brandman University]. https://digitalcommons.umassglobal.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=edd_dissertations

6. รายงานวิจัย

- 1) ชื่อผู้แต่งหรือหน่วยงาน ให้ใส่ตามหลักเกณฑ์การลงชื่อผู้แต่ง
- 2) ปี ให้ใส่ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ () สำหรับงานต่างประเทศ ให้ใช้เป็นปี ค.ศ.
- 3) ชื่อเรื่อง สำหรับงานภาษาต่างประเทศ ให้พิมพ์ตัวอักษรตัวแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ทุกคำ ยกเว้นคำสันธาน (Conjunction) ได้แก่ for, and, or, but, while, when, after, before, because และเป็นตัวพิมพ์เอียง
- 4) สำนักพิมพ์



รูปแบบ

ชื่อ/สกุล./ (ปี)./ชื่อเรื่อง/(รายงานการวิจัย)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

นามสกุล./อักษรย่อชื่อ./ (ปี)./ชื่อเรื่อง/(Research report)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

7. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ

1) ชื่อผู้แต่ง ให้ใส่ตามหลักเกณฑ์การลงชื่อผู้แต่ง

2) ปี ให้ใส่ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ () สำหรับงานต่างประเทศ ให้ใช้ในปี ค.ศ.

3) ชื่อบทความ สำหรับงานภาษาต่างประเทศ ให้พิมพ์ตัวอักษรตัวแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่
ทุกคำ ยกเว้นคำสันธาน (Conjunction) ได้แก่ for, and, or, but, while, when, after, before, because
และเป็นตัวพิมพ์เอียง

4) ให้ใส่คำว่า ใน หรือ In ตามด้วยชื่อบรรณาธิการหรือชื่อหน่วยงาน หากเป็น
บรรณาธิการ ให้ใส่คำว่า บ.ก. หรือ Ed. หรือ Eds. ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ กำกับไว้หลังชื่อบรรณาธิการ

5) ชื่อหัวข้อการประชุม

6) ชื่อการประชุม ให้พิมพ์ตัวอักษรตัวแรกในแต่ละคำด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ และเป็นตัวพิมพ์
เอียง จากนั้นให้ใส่ตัวอักษรย่อ น. หรือ pp. ตามด้วยเลขหน้า ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ

7) กรณีที่มีเลข DOI หรือ URL ให้ใส่ต่อจากฐานข้อมูลหรือชื่อหน่วยงานจัดการประชุม

รายงานประชุมวิชาการ (Proceeding) รูปแบบหนังสือ

รูปแบบ

ชื่อ/สกุล./ (ปี)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.) หรือชื่อหน่วยงาน./ชื่อหัวข้อการประชุม./
/////////ประชุม./ชื่อการประชุม/(น./เลขหน้า)./ฐานข้อมูล หรือชื่อหน่วยงานจัดการประชุม.

นามสกุล./อักษรย่อชื่อ./ (ปี)./ชื่อบทความ./In/ชื่อบรรณาธิการ/(Ed. หรือ Eds.) หรือชื่อ
/////////หน่วยงาน./ชื่อหัวข้อการประชุม./ชื่อการประชุม/(pp./เลขหน้า)./ฐานข้อมูล หรือชื่อ

/////////หน่วยงานจัดการประชุม.

สร้อยณี อุสินยาง. (2562). แนวทางการอนุรักษ์และจัดการสถาปัตยกรรมอิสลามในสาม
จังหวัดภาคใต้ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรม. ใน วินัย พงศ์ศรีเพียร (บ.ก.), เจียรระไน
เพชร, การประชุมวิชาการโครงการเจียรระไนเพชรเพื่อพัฒนาศักยภาพนักวิจัยรุ่นใหม่
ผ่านระบบ Multi-Mentering System (MMS8 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
และศิลปกรรม (น. 73-96). สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และ
นวัตกรรม (สกว.).

Kaewnunual, W., Daungkaew, R., Chongcharean, K., & Sirisanhira, S. (2022). Preliminary Study on the Management Strategies for State Universities in The Southern Border Provinces of Thailand Towards Digital Organizations. In S. Nitiphak (Ed.), *The 2nd National and 2nd International Hybrid Conference on Languages, Humanities, Social Sciences, and Education 2023* (pp. 419-429). Faculty of Liberal Arts, Princess of Naradhiwas University.

รายงานประชุมวิชาการ (Proceeding) รูปแบบวารสาร

รูปแบบ

ชื่อ/สกุล/(ปี)/ชื่อบทความ/ชื่อการประชุม/ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า./URL

นามสกุล/อักษรย่อชื่อ/(ปี)/ชื่อบทความ/ชื่อการประชุม/ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า./URL

8. สารสนเทศจากเว็บไซต์

1) ชื่อผู้แต่ง ให้ใส่ตามหลักเกณฑ์การลงชื่อผู้แต่ง

2) ปี วัน เดือนที่เผยแพร่ ให้ใส่ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ () สำหรับงานภาษาต่างประเทศ ให้ใส่ ปี เดือน วัน โดยเรียงต่างจากงานภาษาไทย กรณีที่ไม่ปรากฏวัน เดือนที่เผยแพร่ ให้ใส่เฉพาะ พ.ศ. หรือ ค.ศ. เท่านั้น และกรณีที่ไม่ปรากฏ ปี วัน เดือนที่เผยแพร่ ให้ใส่ (ม.ป.ป.) หรือ (n.d.)

3) ชื่อเรื่อง สำหรับงานภาษาต่างประเทศ ให้พิมพ์ตัวอักษรตัวแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ทุกคำ ยกเว้นคำสันธาน (Conjunction) ได้แก่ for, and, or, but, while, when, after, before, because และ เป็นตัวพิมพ์เอียง

4) ชื่อเว็บไซต์ กรณีที่ชื่อผู้แต่งและชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อเดียวกัน ให้ตัดชื่อเว็บไซต์ออก

5) URL ระบุตำแหน่งที่อยู่ของข้อมูลบนเว็บไซต์ โดยไม่ต้องตามด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (.) ตรงส่วนท้าย

รูปแบบ

ชื่อ/นามสกุล/(ปี,/วัน/เดือนที่เผยแพร่)/ชื่อเรื่อง/ชื่อเว็บไซต์./URL

นามสกุล/อักษรย่อของชื่อ/(ปี,/เดือน/วันที่เผยแพร่)/ชื่อเรื่อง/ชื่อเว็บไซต์./URL

วรรณกร ชัยรัตน์. (2563, 6 มีนาคม). กรมปศุสัตว์ส่งเสริมการเลี้ยงแพะให้แก่เกษตรกร
จังหวัดชายแดนภาคใต้. กรมปศุสัตว์. [https://secretary.dld.go.th/webnew/
index.php/th/news-menu/dld-editorial-menu/5917-4-2563](https://secretary.dld.go.th/webnew/index.php/th/news-menu/dld-editorial-menu/5917-4-2563)

Kurt, S. (2017, August 29). *ADDIE Model: Instructional Design*. Educational
Technology. [https://educationaltechnology.net/the-addie-model-
instructional-design/](https://educationaltechnology.net/the-addie-model-instructional-design/)

ข้อแนะนำในการส่งต้นฉบับ

เมื่อผู้เขียนเตรียมไฟล์ต้นฉบับตามการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย/บทความวิชาการแล้ว สามารถส่ง
ไฟล์ต้นฉบับจำนวน 2 ชุด คือ ไฟล์ MS Word และไฟล์ PDF ผ่านระบบ [https://so18.tci-
thaijo.org/index.php/IAJ_FMS](https://so18.tci-thaijo.org/index.php/IAJ_FMS) เพื่อพิจารณาเข้ากระบวนการตีพิมพ์ในวารสารอินทนิลบริหารศาสตร์

การติดต่อวารสารอินทนิลบริหารศาสตร์

ติดต่อได้ที่ งานวารสารคณะวิทยาการจัดการ (นางสาวน้ำทิพย์ ชำนิอารัญ)
Tel. 073-709030 ต่อ 3314, Fax 073-709030 ต่อ 3314
Mobile phone 098- 2654998 E-mail: iajfms.pnu@gmail.com

วารสาร

อินทนิล บริหารศาสตร์



Inthanin Administration Journal (IAJ)

กองบรรณาธิการวารสารอินทนิลบริหารศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์

อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 96000

โทรศัพท์ : 0-7370-9030 ต่อ 3314 , 09-8265-4998

โทรสาร : 0-7370-9030 ต่อ 3314

E-mail : iajfms.pnu@gmail.com